

BUSINESS IMMO

Le magazine des décideurs de l'industrie immobilière

STRATÉGIES

Keys Asset Management,
Gecina, CBRE, Ogic

TERRITOIRE

La renaissance du
Triangle d'or parisien

ENTRETIEN

Emmanuel Cazier & Nathanaël Trouiller,
Hausmann Executive Search

BI
EUROPE
INSIDE
NEW

En partenariat avec
- INSTITUT -
CHOISEUL

BÉATRICE DESSAINTS

ÉMILE DAHER

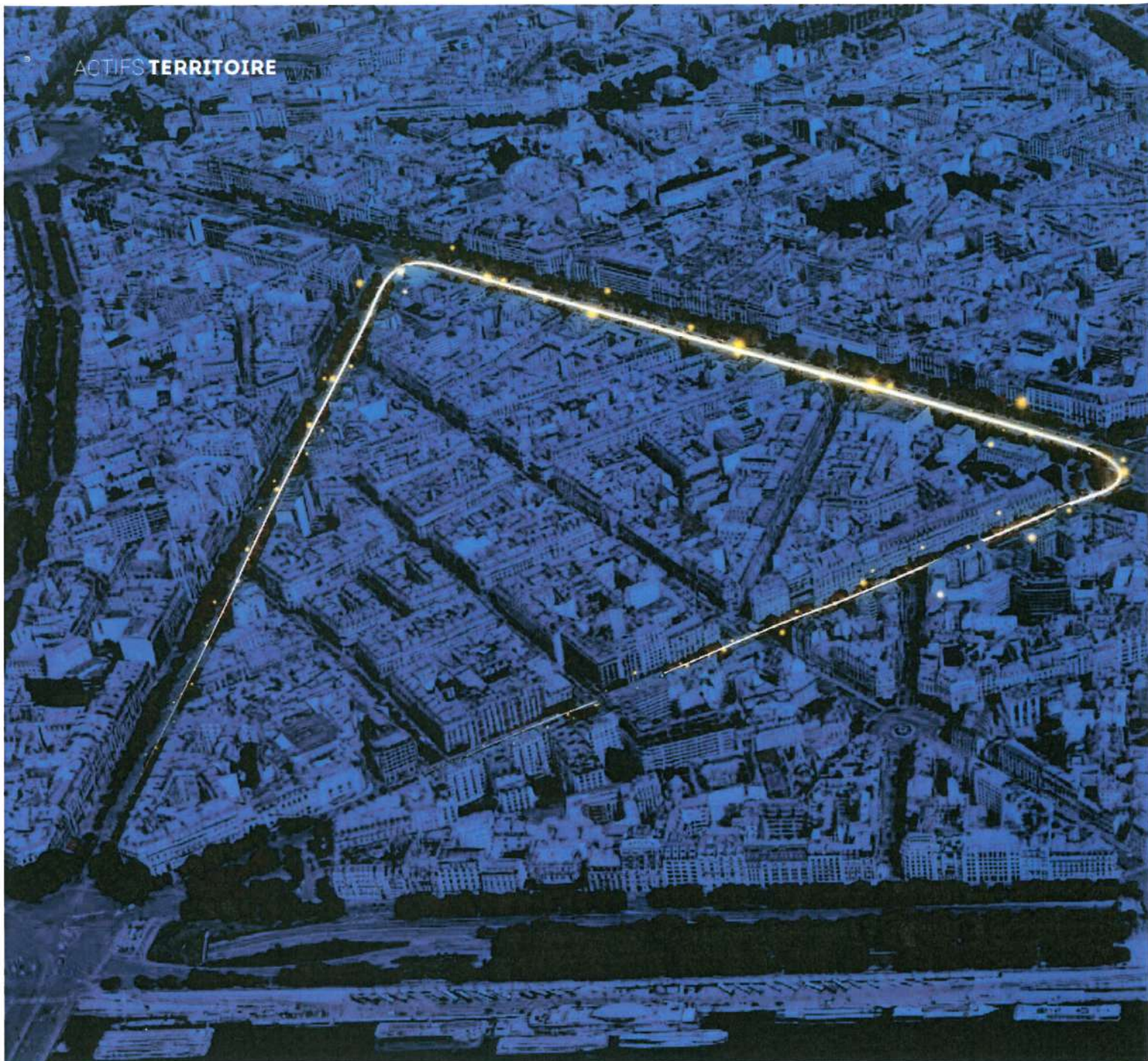
VINCENT LEGENDRE

LES 200 DÉCIDEURS DE LA VILLE DE DEMAIN

DOMINIQUE OZANNE

BORIS DERICHEBOURG

businessimmo.com
businessimmo.eu



Le célèbre Triangle d'or de Paris donnerait-il tort à ceux qui le surnomment encore la « *Belle endormie* » ? Ce territoire d'une douzaine d'hectares (très) off market, où le culte du secret est la marque de fabrique des enseignes de luxe et des investisseurs, voit émerger des projets immobiliers structurants, à l'image du réaménagement de l'ex-siège d'Europe 1. Enquête sur ce quartier ultra-codifié, enserré entre les Champs-Élysées et les avenues Montaigne et George V.

Par Aurélien Jouhanneau



LA RENAISSANCE DU TRIANGLE D'OR PARISIEN

Entre les trois avenues mythiques de la Rive droite – George V, Champs-Élysées et Montaigne – se niche le Triangle d'or. Un quartier d'une douzaine d'hectares où se concentre le *nec plus ultra* du commerce de luxe. La culture du secret s'y impose comme la clé de voûte en affaires. Et l'immobilier n'échappe pas à cette règle d'or. Car, en coulisses, les enseignes se livrent une compétition rude pour ouvrir leurs boutiques-écrins dans ce secteur de la capitale déconnecté du reste du marché, en raison de la rareté des biens et de l'attrait de l'adresse auprès de la clientèle fortunée étrangère. « *Raréfaction des emplacements "prime", maintien accru des valeurs locatives : ce cocktail explosif fait le quotidien des marques de luxe dans le périmètre de l'avenue Montaigne* », relate Vincent Ascher, directeur du pôle Luxe chez Cushman & Wakefield. Dans ce secteur, les valeurs locatives s'affolent : comptez jusqu'à 13 000 €/m²/an en zone A pour un format flagship de 600 m², et jusqu'à 15 000 € pour une boutique de 100 m². Des positions commerciales scrutées à la loupe par le grand seigneur du quartier, LVMH.

En 20 ans, le groupe de Bernard Arnault a maillé un empire sur mesure, composé d'une vingtaine d'implantations pour les 15 maisons qu'il possède – dont son siège social, Pucci, Thomas Pink, Fendi, Celine, Tiffany & Co... et surtout le flagship-cathédrale Louis Vuitton, à l'angle des Champs-Élysées et de l'avenue George V. Un immeuble Art déco de 10 000 m² dont LVMH espérait un jour ravir la propriété à Gecina. « *La foncière ne cédera pas cet actif, véritable poule aux œufs d'or en matière de loyers* », affirme un fin connaisseur du secteur. Toujours sur le trottoir impair de la plus belle avenue du monde, le groupe a lové le joaillier Bulgari dans l'ex-showroom de Peugeot. Le montant du loyer versé ? Près de 2,1 M€/an pour 339 m² de surface de vente. Encore plus récemment, LVMH a transféré la boutique Dior du 30 Montaigne au 127 Champs. Une maison Dior qui marque son territoire avec six emplacements à Montaigne – des prêt-à-porter féminin et masculin en passant par la joaillerie. Une hyperspécialisation là encore poussée à son paroxysme par Chanel avec deux boutiques. « *La segmentation de leur offre de produits est plus que jamais une impérieuse nécessité pour séduire les clients, notamment les étrangers* », confère Franck Valet, directeur de SCC Vendôme.

REPRENDRE DES PARTS DE MARCHÉ À SAINT-HONORÉ

L'arrivée de nouveaux acteurs « luxe » engendra la restructuration et le redéveloppement de plusieurs édifices historiques du Triangle d'or à horizon 2021. À titre d'exemple, la refonte de l'ex-QG d'Europe 1, rue François-I^{er}, suffit à attiser la concurrence effrénée que se livrent les LVMH, Kering et autres Richemont. « Cette destination retail haut de gamme ne pourra héberger quatre formats de type flagship compris entre 500 et 800 m² », précise Franck Valet, en charge de l'opération auprès du propriétaire de l'ensemble, Ardian Real Estate. « Je ne m'étonnerai pas que la rue François-I^{er} prenne un nouvel essor avec les opérations menées sur l'ex-siège d'Europe 1 et l'ex-ambassade du Canada, analyse Marc-Antoine Jamet, secrétaire général et directeur immobilier de LVMH. Nous les avons évidemment regardés. Rien de ce qui se passe sur ce fameux H (ndlr : le H est formé par les avenues Montaigne et George V reliées à la rue François-I^{er}) ne nous est indifférent. » Côté Montaigne, Dolce & Gabbana poussera les murs de son vaisseau amiral dédié à la femme dès 2020 au numéro 54. Surtout, avec sa besace de projets en commerce de luxe, le quartier huppé pourrait tenir là sa revanche sur la très attractive rue Saint-Honoré. « Une artère de flux qui capte près de la moitié des signatures parisiennes et se détache clairement avec 13 ouvertures en 2018, dont sept créations majoritairement orientées vers la mode comme Saint-Laurent et Moschino », observe Vincent Ascher. Selon nos informations, le maison italienne Ermenegildo Zegna, déçue de son implantation rue du Faubourg-Saint-Honoré, dégainera une boutique-atelier de près de 1 000 m² au 39 avenue George V cet automne.

NI START-UP, NI COWORKING

Moins scruté au profit de ses quartiers périphériques, le marché tertiaire du Triangle d'or reste sclérosé par des moyennes et petites surfaces, héritées d'anciens logements haussmanniens. Des milliers de mètres carrés principalement occupés par des sociétés de conseil, des avocats et des groupes de luxe et leurs entités. À force de jouer la carte de l'institutionnel à tout prix, contrairement au 9^e arrondissement et à la Silicon Sentier, le quartier ne séduit ni les start-up ni les acteurs du coworking. « Si résider dans le Triangle d'or pour une entreprise demeure un vecteur d'image très apprécié, il subit désormais une bien plus grande concurrence d'autres secteurs, y compris en marge de quartiers d'affaires, pour attirer les millennials et les

jeunes talents en quête de destinations plus vivifiantes », observe Vincent Bollaert, directeur du département investissement de Knight Frank France. Pire, en lisière de ce fameux triangle, le cabinet d'avocats Gide a troqué son adresse historique de la rue Jean-Goujon (25 000 m²) contre un QG flambant neuf au 15 rue de Laborde.

L'AUBE D'UN RENOUVEAU

Côté loyers, « les prix exercés oscillent entre 600 et plus de 850 €/m²/an HT/HC selon le standing de l'immeuble, à l'image de Paris QCA », souligne Nicolas Verdillon, directeur Investment Properties chez CBRE. Si les investisseurs se positionnent dans ce quartier, c'est surtout pour venir « chercher de vraies valeurs locatives et de la stabilité, poursuit Vincent Bollaert. La meilleure liquidité de ce secteur, c'est avant tout des édifices en pierre de taille à restructurer, susceptibles d'attirer des utilisateurs en recherche d'une adresse "prime". » Mais en raison de leurs prix décorrélés de la réalité du marché, des bijoux tertiaires en quête de renouveau finissent par être boudés. Le meilleur exemple ? La quinzaine d'immeubles détenus par le très mystérieux Adrian Labi – via la Foncière du Triangle d'or. Estimé à près de 1 Md€, ce portefeuille n'aura pas convaincu les investisseurs de la place à se positionner en 2018. Toutefois, l'homme d'affaires devrait tenir sa revanche prochainement avec la vente du 35-37 avenue Montaigne. Une adresse qui n'est autre que l'ex-siège de l'ambassade du Canada. « L'ensemble pourrait se moyenniser pour 500 M€ auprès d'un pool d'investisseurs internationaux », croit savoir une source proche du dossier. Quid de la future destination des lieux ? « Commerce de luxe, bureaux, hôtel haut de gamme... toutes les possibilités sont ouvertes. » Parallèlement, trois opérations majeures précipiteront la transformation du quartier sur le front de l'immobilier de bureaux.

DES PRÉMICES DE MIXITÉ

Parmi eux, le profond remaniement du 50 avenue Montaigne. Propriété d'Olayan – conglomérat familial saoudien qui détient 75 000 m² dans le QCA parisien suite au rachat du portefeuille Risanamento en 2014 pour 1,22 Md€ – l'opus promet de casser les codes (très) classiques des bureaux du quartier. « Nous pilotons une opération inédite de 12 000 m² qui offrira, en 2021, un ensemble s'inspirant des codes de l'hôtellerie et des commerces haut de gamme ; conjuguant le meilleur du patrimoine côté Montaigne avec une rénovation ultra contemporaine en cœur d'îlot. Avec 2 000 m² de terrasses et de jardin, le 50 Montaigne sera un véritable écrin

Hôtellerie : Bulgari en approche

À Paris comme ailleurs, cherchez les magasins de luxe, vous trouverez les hôtels cinq étoiles et plus... Avec pas moins de 14 établissements, dont deux des 11 palaces parisiens – Le Plaza Athénée et Four Seasons George V –, le Triangle d'or de la capitale jouit d'une offre hôtelière abondante. « De par leur localisation centrale et leur environnement touristique, ces hôtels ont une forte clientèle loisirs, relève Jean-François Morineau, directeur général délégué de BNP Paribas Real Estate Conseil Habitation & Hospitality. Cette dernière, plus sensible aux problèmes sécuritaires, a beaucoup fluctué ces dernières années : entre 2015 et 2016, et suite aux attentats, le taux d'occupation a reculé de 7,2 points. » Si l'activité a repris des couleurs depuis, les troubles liés au mouvement des Gilets jaunes ont fortement impacté les performances de ces établissements du secteur avec une chute du RevPAR de 14,4 %. Une conjoncture certes pas des plus idylliques, mais n'empêchant pas certains projets de voir le jour, à l'image de l'hôtel de Bulgari, au 30 avenue George V. Auréolé de cinq étoiles pour 76 clés, l'établissement ouvrira ses portes en 2020. « Bulgari s'adresse à une clientèle jeune qui est dans le ressenti plus que dans la possession, en quête d'une sensation de bien-être, d'un chez-soi idéalisé », assure Jean-Christophe Babin, président-directeur général de Bulgari. De quoi donner envie aux millennials de venir franchir le porche de son établissement cinq étoiles ? Pas si sûr... Ces derniers pourraient être davantage séduits par le projet de résidence hôtelière de luxe basée sur le triptyque restauration/coliving/salle de sport au numéro 11 de la rue Marbeuf.



Triangle de projets

Des restructurations des ex-QG historiques des radios RTL ④ (voir notre encadré en page suivante) et Europe 1 ① à l'arrivée de Bulgari ② avec un hôtel cinq étoiles sur l'avenue George V en passant par le nouveau visage du 50 avenue Montaigne ③, le Triangle d'or n'avait pas connu un tel essor depuis une vingtaine d'années.



vert dans la ville », glissent **Guillaume Canciani**, directeur du développement et **Nicolas Marin**, asset manager de Chelsfield France pour le compte d'Olayan. Selon le duo, « il faut remonter au début des années 2000 et à la restructuration du siège LVMH sur la même avenue pour voir un projet d'une telle ampleur... ». Les futurs locataires ciblés ? « Des acteurs de l'industrie du luxe, des sociétés de conseil en stratégie ou des cabinets d'avocats internationaux pour répondre à la stratégie long terme de notre investisseur », lâche Nicolas Marin. Selon nos informations, LVMH aurait remporté le match pour installer les bureaux de l'une de ses maisons.

LUXE, CALME ET VERT

Pour apercevoir la deuxième opération visant à renverser la table de l'offre tertiaire du Triangle d'or, il faut se positionner à sa frontière. Plus exactement au 22 rue Bayard. Là où RTL a diffusé ses programmes radio de 1936 à 2018. Son nouveau propriétaire, LaSalle Investment Management, promet un projet inédit pour le quartier : un immeuble en structure bois (voir notre encadré ci-dessous). Enfin, la dernière mais pas des moindres : la refonte du siège historique d'Europe 1. Au

moment où la mixité devient la martingale des investisseurs, Ardian Real Estate, son propriétaire, couplera 6 500 m² de bureaux « prime » aux 2 500 m² dédiés au commerce. « Nous avons la possibilité de remodeler un ensemble iconique mais obsolète car occupé par Europe 1 depuis les années 1950, à un standard signature, d'en changer son usage et de projeter ainsi la rue François-I^{er} vers l'avenir, dès 2021 », confie **Stéphanie Bensimon**, Managing Director pour la France chez Ardian RE. Renommé « Renaissance », le programme pourrait héberger un locataire unique, à l'instar d'Apple qui loge ses collaborateurs au-dessus de son flagship du 114 Champs. « Nous lançons tout juste sa commercialisation : nous pouvons imaginer une vitrine spectaculaire pour une maison de luxe sur la rue, en commerce tout comme en bureau », poursuit Stéphanie Bensimon. Renaissance, 50 Montaigne, Maison Bayard... trois spécimens qui portent les fons baptismaux d'un regain d'attractivité pour le quartier. Le prochain défi des investisseurs et acteurs immobiliers du Triangle d'or, comme ailleurs à Paris ? Faire vivre la mixité et non empiler les usages. Pour trouver des réponses, ces derniers pourront se référer au rapport très fourni de l'architecte **Philippe Chiambaretta**, « Réenchanter les Champs-Élysées ». ■

Une Maison Bayard en bois

C'est avec la volonté de respecter le caractère emblématique du 8 rue Bayard, ex-siège historique de la radio RTL, et conscient de la responsabilité que lui impose son repositionnement, que LaSalle Investment Management aborde le projet Maison Bayard. « Transformer un tel actif au cœur du Triangle d'or représente un vrai défi, confie **Beverley Shadbolt**, présidente France de LaSalle Investment Management. Nous avons voulu projeter le bâtiment dans la modernité tout en mettant en valeur la richesse de son passé, le site étant composé de trois immeubles issus de trois époques différentes. » Accompagné par l'agence Axel Schoenert Architectes et Nexity, l'investisseur opère une restructuration lourde des immeubles post-haussmannien ainsi que la démolition du bâtiment des années 1970. En lieu et place siégera fin 2020 un immeuble tertiaire R+7 en structure bois proposant sur 8 400 m² tous les services attendus en matière de flexibilité et de bien-être. « Nous avons rebaptisé le projet "Maison Bayard" parce que nous croyons que ses aménagements, ses espaces généreux et sa connectivité en feront un lieu de vie idéal pour un utilisateur unique. » Enfin, le projet fera également la part belle à la biophilie, avec notamment 500 m² de terrasses, patios et rooftops végétalisés. « Se positionner sur un immeuble bois, en particulier dans le QCA, est pour nous une prise de position forte envers la construction durable, estime Beverley Shadbolt. Notre défi est de faire en sorte que l'utilisateur se sente au cœur de la nature, aussi une attention importante a-t-elle été accordée à la qualité de l'air, à l'acoustique et au lien social. » Clin d'œil à la façade historique signée par l'artiste **Vasarely**, des épines en laiton micro-perforées seront posées verticalement sur l'enveloppe. //LERL

