

Creating Resilience

# L'ESG dans l'immobilier Retail

## Où sont le "S" et le "G"?

VIEWPOINT

CBRE RETAIL  
AVRIL 2022



## Introduction

Ces dernières années, l'évolution du changement climatique a conduit à un nouvel élan vers une économie carboneutre. Les investisseurs immobiliers intègrent les critères ESG dans leurs objectifs d'investissement, nomment des gestionnaires ESG et communiquent la date à laquelle ils prévoient être neutres face au climat.

Étonnamment, l'immobilier retail en Suisse a jusqu'à présent reçu peu d'attention dans le débat public sur les facteurs ESG. Les centres commerciaux en Suisse ont en moyenne, une trentaine d'années et rares sont ceux qui ont été entièrement rénovés à ce jour. Le bilan énergétique est donc souvent insatisfaisant. La consommation d'énergie pour la ventilation/le refroidissement/le chauffage, l'éclairage et les escalators en service continu est élevée. En outre, de nombreux déchets sont produits par les centres commerciaux et constituent un vecteur de trafic. Parallèlement, les centres commerciaux et les magasins spécialisés disposent de larges toits plats et se prêtent particulièrement bien à l'installation de panneaux photovoltaïques, à la récupération des eaux pluviales et à l'optimisation de l'énergie grâce à l'automatisation des bâtiments.

De nombreux propriétaires s'attaqueront à la rénovation énergétique pour des raisons de rentabilité seulement, dans le contexte de la flambée récente des prix de l'énergie. La lettre "E comme environnement" est donc également en phase avec les objectifs économiques des investisseurs. Mais qu'en est-il des deuxième et troisième lettres de l'univers ESG pour l'immobilier retail ?

L'immobilier Retail en Suisse a jusqu'à présent reçu peu d'attention dans le débat public sur le thème de l'ESG.



“ Les aspects sociaux et sociétaux dans le contexte ESG ont jusqu'à présent reçu peu d'attention dans l'immobilier retail. ”

**Michael Dressen, MRICS**  
Head Retail, CBRE Suisse




Les lettres "S pour social " et "G" pour gouvernance" (gestion d'entreprise responsable) ont été jusqu'ici plutôt négligées en ce qui concerne l'immobilier retail (commerce de détail). Quelle en est la raison? Les aspects sociaux et la gestion d'entreprise responsable sont-ils moins pertinents? Est-ce la facilité de mesure des critères environnementaux? Ou les conflits d'objectifs supposés avec les objectifs économiques conduisent-ils à faire passer les aspects sociaux et éthiques au second plan?

**Les investisseurs et les utilisateurs de l'immobilier retail ont une responsabilité sociale particulière.**

Il ne suffit pas de déplacer ou de transformer rapidement un bien immobilier. Les biens immobiliers font partie intégrante de notre environnement quotidien, de nos quartiers et confèrent à nos villes un visage et une identité. Ils offrent aux gens un foyer, un lieu de travail ou un endroit où ils aiment passer leur temps libre et rencontrer des amis. Les commerces, en particulier, sont accessibles au public. Les utilisations du rez-de-chaussée marquent de manière déterminante notre expérience de la ville. Dans les centres urbains qui se sont développés au fil du temps, les zones de retail se trouvent souvent situées dans des bâtiments historiques. Les investisseurs et les utilisateurs de l'immobilier retail ont par conséquent une responsabilité sociale particulière.

Les champs d'action suivants, relatifs à la "responsabilité sociale et sociétale" dans l'immobilier retail devraient dès lors être considérés comme équivalents aux objectifs environnementaux :

**Champs d'action sur le thème "Responsabilité sociale et sociétale dans l'immobilier retail "**

<p><b>MIX D'UTILISATION</b></p> 	<p>Il s'agit de conjuguer et d'associer les bons usages du lieu de manière à créer des synergies et à valoriser l'immeuble et son environnement. Le cumul de différents usages par étage ne constitue pas à lui seul un mix d'utilisations.</p>
<p><b>SELECTION DES LOCATAIRES</b></p> 	<p>La consommation éthique et durable n'est plus un segment de niche. Les décisions en faveur ou en défaveur de locataires potentiels devraient donc également prendre en compte le modèle commercial du futur locataire sur la base de critères ESG.</p>
<p><b>PLACEMAKING</b></p> 	<p>Les commerces, et en particulier les rez-de-chaussée dans les centres-villes, sont accessibles au public et marquent notre vie urbaine. Les propriétaires ont donc la responsabilité particulière de planifier soigneusement ces lieux.</p>

Source: CBRE Research, Q3 2021.

## Mix d'utilisation

Les changements structurels dans le secteur du retail ont permis d'intégrer des usages alternatifs tels que la restauration, les services d'éducation et de santé, les loisirs et le sport ou encore le coworking, les bureaux et l'habitat dans les centres commerciaux et en centre-ville sans alternative pour des raisons économiques.

Une combinaison réfléchie des utilisations rend les objets et leur environnement plus attrayants, car les visiteurs ne se déplacent plus uniquement pour faire du shopping à cette époque où les chiffres d'affaires en ligne ne cessent de croître. La pandémie a d'autant plus accéléré ce processus. Alors qu'auparavant, même dans les bâtiments étroits des vieilles villes, chaque étage était réutilisé autant que possible pour des surfaces de vente, cette évolution s'inverse et les appartements font à nouveau leur entrée. Aux rez-de-chaussée, dans certains emplacements, la baisse des loyers rend à nouveau l'utilisation de la restauration compétitive et augmente la qualité du séjour urbain grâce aux espaces extérieurs meublés.



Outre la mixité des usages, le choix des locataires et de leurs concepts doit également être évalué en fonction de critères sociaux et sociétaux. Dans les emplacements de choix des centres-villes, les propriétaires de biens immobiliers individuels sont peu souvent incités, pour des raisons purement économiques, à accueillir dans leurs surfaces des locataires autres que des formats de retail internationaux ou nationaux filialisés. Ces derniers peuvent toujours payer les loyers les plus élevés pour les emplacements de premier choix. Le degré de filialisation est par conséquent élevé et conduit à une interchangeabilité des sites, car on y trouve les mêmes enseignes.

Les propriétaires disposant de portefeuilles plus importants ont une forte influence sur l'attractivité de nos centres-villes et ne devraient pas faire passer au second plan les objectifs sociaux d'une mixité plus attrayante. Lors de la mise en balance des objectifs ESG, ils peuvent également déterminer quelle part de leurs biens doit être mise à la disposition d'institutions publiques ou d'associations (p. ex. pour des bibliothèques, des établissements d'enseignement, des associations caritatives, des lieux de rencontre sociaux, etc.) ainsi que d'autres utilisations non commerciales à loyer modéré. La diversité des utilisations du rez-de-chaussée dans les emplacements de premier ordre contribue à maintenir l'accessibilité et l'intérêt des centres-villes pour tous, augmente la fréquentation des passants et profite finalement aussi, d'un point de vue économique, à l'objet individuel du portefeuille.

Ces dernières années, on parle de plus en plus de biens immobiliers "à usage mixte". La pandémie a encore renforcé cette tendance, après que les commerçants ont réduit leurs surfaces et que des utilisations alternatives ont été recherchées pour les surfaces libérées. Le terme "mixed-use" ne doit toutefois pas être compris comme signifiant que les utilisations sont simplement réparties sur les étages. L'empilement de différentes utilisations par étage ne crée pas nécessairement des synergies. Il faut plutôt combiner et relier stratégiquement les utilisations dans le bâtiment et à l'extérieur, tant au niveau de l'espace que du contenu, afin de créer des concepts attrayants qui profitent les uns aux autres. Ces concepts d'utilisation hybrides disposent souvent d'une attractivité nettement supérieure et revalorisent l'ensemble de l'environnement.

**L'empilement de différentes utilisations par étage ne crée pas encore de synergies.**

## Sélection des locataires

**Les propriétaires ne transfèrent pas simplement la responsabilité du respect des critères sociaux et éthiques au locataire une fois le contrat de location signé. Au contraire, les propriétaires doivent prendre en compte des critères sociaux et socialement responsables dès la sélection de leurs locataires. Ainsi, les locataires potentiels ne sont pas seulement sélectionnés en fonction du loyer proposé et de leur solvabilité, mais aussi en fonction des questions suivantes :**

- Où et comment les produits du locataire sont-ils fabriqués ?
- Quelles sont les chaînes d'approvisionnement et les moyens de transport ?
- Les produits sont-ils fabriqués de manière durable ? Les produits sont-ils sains pour les personnes et l'environnement, sont-ils importants pour la société ou sont-ils au contraire défectueux ? Les produits sont-ils récupérés et recyclés par le locataire à la fin de leur durée de vie ou d'utilisation ?
- Les principes éthiques tels que les droits de l'homme, la diversité, l'égalité, l'interdiction du travail des enfants, de l'esclavage et du travail forcé, la sécurité de l'emploi et la santé sont-ils respectés de manière traçable dans l'entreprise du locataire et chez ses fournisseurs ?
- Le locataire soutient-il des œuvres caritatives ?
- L'aménagement et l'exploitation du magasin sont-ils axés sur l'utilisation de matériaux non toxiques et respectueux des ressources, ainsi que sur l'efficacité énergétique ?
- Le locataire contribue-t-il à rendre l'environnement plus attrayant avec son magasin ? La qualité de l'expérience dans le magasin est-elle élevée ou s'agit-il uniquement de vendre ?
- Comment le locataire aménage-t-il ses vitrines ? Celles-ci contribuent-elles à valoriser l'espace extérieur ou les fenêtres sont-elles volontairement rendues opaques, par exemple avec des films ?
- Qu'entreprend le locataire pour ne pas augmenter le trafic individuel motorisé et le trafic de livraison ?
- Y a-t-il des événements dans la surface commerciale qui sont ouvertes au grand public et qui ne servent pas en premier lieu à la vente directe ? Comme par exemple des cours de yoga gratuits, des expositions après la fermeture des magasins, des séances d'information sur la mobilité, etc.
- La surface commerciale est-elle utilisée toute la journée, par exemple également le soir, renforçant ainsi l'attractivité et l'animation du quartier ?
- Le concept de location est-il intéressant et accessible à de larges groupes de population ou seulement à une petite partie de la population ?

Dans le cadre de sa responsabilité sociale, le bailleur doit examiner consciencieusement et systématiquement à qui il loue sa surface, qui marquera peut-être notre environnement pour de nombreuses années, voire des décennies. Le paiement du loyer et la solvabilité ne doivent pas être les seuls critères.

Pour que les critères ESG puissent être respectés après le choix du locataire, même pendant la phase d'utilisation qui s'étend souvent sur plusieurs années, et pour que le dialogue entre le locataire et le bailleur soit maintenu, il est possible d'inclure des normes ESG et des critères de référence dans le bail. C'est déjà une pratique courante sous la forme de ce que l'on appelle les "baux verts", dans lesquels les deux parties conviennent d'utiliser des matériaux de construction écologiques et d'assurer une exploitation efficace sur le plan énergétique. Mais plus récemment, les parties s'engagent souvent aussi à respecter des normes sociales et éthiques. Cet engagement en faveur d'une gestion responsable ne s'applique pas uniquement de manière unilatérale du bailleur au locataire. Souvent, l'initiative d'inclure de telles normes dans le bail vient également du locataire retail, qui veut s'assurer que son bailleur partage les mêmes valeurs que lui. Un commerçant qui se comporte de manière responsable vis-à-vis de l'environnement, de la société, de ses propres employés et de ses fournisseurs, et qui transmet ces valeurs à ses clients, recherche un bailleur qui défend les mêmes valeurs d'entreprise responsable et un bien immobilier qui reflète ces valeurs. Par exemple, une marque qui met en avant ses produits et son fonctionnement durables n'est pas crédible vis-à-vis de ses propres clients si elle ouvre dans un lieu uniquement accessible en voiture.

**Dans le cadre de sa responsabilité sociale, le bailleur doit vérifier consciencieusement et systématiquement à qui il cède sa surface.**



Les formats type «commerces» qui mettent l'accent sur les produits locaux ou issus du commerce équitable et sur la réduction des déchets d'emballage répondent aux souhaits des consommateurs, qui se sont encore accentués pendant la pandémie.

Mais ces formats peuvent souvent payer moins de loyer que les grandes chaînes de retail établies. Du côté des bailleurs, les différentes dimensions des critères ESG doivent être évaluées. Les conflits d'objectifs supposés peuvent être résolus si une perspective à long terme et globale est adoptée lors de l'évaluation et de la sélection des locataires.



## Placemaking

Dans le passé, les objets et surfaces de retail ont souvent été construits ou transformés en fonction du seul critère de la maximisation de la surface de vente possible. En raison de la part croissante du commerce en ligne - encore accélérée par la pandémie - la vente en surface dans les magasins stationnaires n'est certes pas devenue insignifiante, mais elle n'est plus depuis longtemps le seul critère de réussite d'un magasin.

De nouveaux moteurs viennent s'ajouter, tels que "brand building, omnichanneling, click&collect, conseil, expérience", etc. Il devient de plus en plus important pour le retailer de créer une expérience et une qualité dans le magasin, car les produits peuvent ensuite être achetés en ligne dans sa boutique de commerce électronique.

Souvent, les investisseurs immobiliers n'ont pas conçu les surfaces en conséquence. Au lieu d'avoir des hauteurs sous plafond généreuses, qui augmentent l'expérience de la marque et la mise en scène des produits, on a préféré maximiser le nombre d'étages de vente. Au lieu de créer des espaces de rencontre publics "improductifs" du point de vue des propriétaires dans les centres commerciaux ou les projets de centre-ville, on a trop souvent essayé de "coincer" de la surface locative dans chaque recoin.



Les tendances telles que l'intégration de surfaces de restauration et d'espaces d'entraînement et d'aventure (p. ex. terrain de basket intérieur) dans les magasins phares des retailers ne sont toujours pas suffisamment prises en compte lors de la construction des surfaces dans des emplacements de premier ordre, de sorte que la capacité de ventilation n'est souvent pas correctement conçue pour de telles zones et que les arrivées et les évacuations d'eau ne sont pas planifiées aux bons endroits.

En conséquence, la qualité de l'espace pour les nouveaux formats de retail stationnaires diminue et donc, les locataires potentiels sont moins disposés à payer les loyers prime. Les transformations ultérieures sont coûteuses ou souvent impossibles.

Dans les centres-villes, et en particulier dans le cas des bâtiments historiques et des bâtiments «landmark», le propriétaire immobilier a une responsabilité sociale, culturelle et historique très particulière lors de l'utilisation ou de la rénovation. Il y a un grand intérêt pour la collectivité. Souvent, les objets sont également soumis à des dispositions de protection des monuments historiques. Dans l'esprit des critères de gouvernance, il convient d'apporter un soin particulier à la planification et à la rénovation de tels objets porteurs d'identité.

Il ne s'agit pas d'un conflit d'objectifs avec les buts économiques. Les retailers reconnaissent la valeur de tels objets pour distinguer leurs marques et leurs produits. Depuis quelque temps, les chaînes internationales recherchent de préférence des objets qui sont uniques et qui créent une identité. L'aménagement des magasins met en valeur les caractéristiques historiques du bâtiment afin d'améliorer l'expérience des clients et la notoriété de la marque. Les investisseurs immobiliers devraient donc avoir tout intérêt à planifier les rénovations de ce que l'on appelle les «Landmark Buildings» avec des architectes et des spécialistes retail qui connaissent les tendances et les critères de décision chez les retailers et qui savent utiliser les caractéristiques spécifiques et marquantes du bâtiment.

**Depuis quelque temps, les chaînes internationales recherchent de préférence des objets qui sont uniques en leur genre. Lors de l'aménagement du magasin, les caractéristiques historiques du bâtiment sont mises en valeur afin d'améliorer l'expérience des clients.**

## Conclusion

Les critères ESG sont en accord avec le changement de comportement des consommateurs vers plus de durabilité et des produits fabriqués de manière socialement responsable, et cela pas seulement depuis la pandémie. Il est donc dans l'intérêt des propriétaires de biens retail d'appliquer systématiquement toute la dimension des critères ESG lors de leurs décisions d'investissement et de location.

Car à l'avenir, les locataires retail évalueront de plus en plus leurs bailleurs et les surfaces louées selon des critères ESG. C'est la seule façon pour eux de rester crédibles vis-à-vis de leurs clients, les consommateurs, qui intègrent de plus en plus les questions environnementales et sociales dans leurs décisions de consommation. Le cercle est ainsi bouclé.

En raison de l'âge moyen élevé des centres commerciaux suisses et des changements structurels en cours dans le commerce de détail, qui touchent aussi bien les centres-villes que les centres commerciaux, les thèmes ESG abordés dans ce texte vont gagner en importance dans l'immobilier retail en Suisse dans les années à venir.

Une équipe de gestion d'actifs et de commercialisation spécialisée dans l'immobilier et les surfaces retail, qui se penche en permanence sur les tendances, les formats et les marques du secteur retail, est un avantage pour les propriétaires de surfaces retail qui veulent et doivent prendre des décisions compréhensibles basées sur les critères ESG.

**A l'avenir, les locataires retail évalueront également de plus en plus leurs bailleurs et les surfaces louées selon des critères ESG.**



## Contacts

**Michael Dressen MRICS**

Senior Director

[michael.dressen@cbre.com](mailto:michael.dressen@cbre.com)

---

© Copyright 2022. All rights reserved. This report has been prepared in good faith, based on CBRE's current anecdotal and evidence based views of the commercial real estate market. Although CBRE believes its views reflect market conditions on the date of this presentation, they are subject to significant uncertainties and contingencies, many of which are beyond CBRE's control. In addition, many of CBRE's views are opinion and/or projections based on CBRE's subjective analyses of current market circumstances. Other firms may have different opinions, projections and analyses, and actual market conditions in the future may cause CBRE's current views to later be incorrect. CBRE has no obligation to update its views herein if its opinions, projections, analyses or market circumstances later change.

Nothing in this report should be construed as an indicator of the future performance of CBRE's securities or of the performance of any other company's securities. You should not purchase or sell securities—of CBRE or any other company—based on the views herein. CBRE disclaims all liability for securities purchased or sold based on information herein, and by viewing this report, you waive all claims against CBRE as well as against CBRE's affiliates, officers, directors, employees, agents, advisers and representatives arising out of the accuracy, completeness, adequacy or your use of the information herein.