



The Circle accueillera bureaux, magasins, un centre médical, deux hôtels et un centre de congrès.

# The Circle: la folie des grandeurs à Zurich?

**PAR MARY VAKARIDIS** Le projet pharaonique mené par Swiss Life et l'aéroport de Zurich est estimé à un milliard de francs. Il devra défier une demande en surface commerciale en baisse grâce à sa localisation.

C'EST LE CHANTIER de ce début de siècle. Magasins, bureaux, galeries d'art, un centre médical ouvert par l'Hôpital universitaire de Zurich, deux hôtels d'une capacité totale de 500 chambres et un Centre de Congrès planifiés pour la chaîne Hyatt. Caviar House & Prunier, Swatch Group et les boutiques Grieder ont prévu d'emménager dans la construction. Le projet représente un investissement pharaonique de 1,1 milliard de francs financé par l'aéroport de Zurich (51%) et l'assureur Swiss Life (49%). Par rapport aux plans initiaux, le projet actuel a déjà été redimensionné, perdant notamment un étage. Les quelque 161 500 m<sup>2</sup> disponibles représentent un sacrifice d'environ un quart de la surface.

Lové dans un méandre de la bretelle de l'autoroute qui mène à l'aéroport de Zurich, The Circle se présente côté route comme une longue paroi de verre étince-

lante. Les bâtiments donnent à l'arrière sur des espaces verts, l'autoroute restant cachée par un rideau d'arbres. Plus grande construction de Suisse, l'ensemble comprendra près de 1000 places de parking, tout en bénéficiant de la desserte en transports publics connectant l'aéroport à la région et au réseau interurbain suisse.

Les plans signés par l'architecte japonais Riken Yamamoto se veulent un écho de la mixité des activités que l'on trouve dans le centre zurichois. «The Circle trouve son inspiration dans la vieille ville pour créer une réalisation neuve», déclare-t-il sur le site du projet ([www.thecircle.ch](http://www.thecircle.ch)). Maître d'œuvre, la compagnie HRS Real Estate a remporté le contrat devant une douzaine d'autres candidats. Les travaux ont débuté ce début d'année pour être terminés à l'horizon 2018. La deuxième étape du

chantier devrait être achevée une année plus tard.

Dans un contexte où la Suisse s'apprête à subir un revers conjoncturel lié au franc fort, un tel projet ne paraît-il pas surdimensionné? Le bureau Wüest Partner indique que, sur le deuxième semestre 2014, les capacités en surface de bureaux ont continué à croître au rythme de 8,9%. Plus de 80% de cette augmentation se concentre autour de Zurich et de Bâle, tandis que la croissance se stabilise sur l'arc lémanique. «Il est peu probable que le marché de bureaux retrouve son équilibre en 2015», poursuit le rapport Immo-Monitoring 2015/1 de Wüest Partner.

## Des revenus en croissance

Porte-parole de l'aéroport de Zurich, Jasmin Bodmer répond: «Sur les 75 000 m<sup>2</sup> de surfaces de bureaux prévues, quelque 30 000 ne seront construites que lors de la deuxième étape de la construction. Les travaux ne démarreront que si des contrats de prélocation sont signés.»

The Circle constitue un projet stratégique pour l'aéroport, dont les activités non liées à l'aviation telles que l'immobilier, le parking ou les commerces représentent déjà plus du tiers des revenus totaux. En outre, ces ventes hors aviation croissent plus vite que les revenus traditionnels. Un essor qui explique que l'aéroport – coté en bourse – se soit profilé comme le moteur de la réalisation.

Un projet qui a tout d'une bonne affaire. Car même si

**POUR L'AÉROPORT, LES ACTIVITÉS NON LIÉES À L'AVIATION REPRÉSENTENT DÉJÀ PLUS DU TIERS DES REVENUS TOTAUX**

PHOTOS: DR

## UNE OFFRE HÔTELIÈRE PLÉTHORIQUE

**NUITÉES** Début mars, l'Hôtel Kameha Grand a ouvert ses portes à Opfikon, à proximité de l'aéroport de Zurich, offrant quelque 245 chambres et suites exclusives à une clientèle d'affaires. L'établissement mise sur un luxe clinquant et la diversité de l'offre culinaire. Filiale du groupe allemand Lifestyle Hospitality & Entertainment Group, le vaste établissement accueille les visiteurs par un tube néon fixé au-dessus de l'entrée affirmant: «LIFE IS GRAND.»

La construction a quant à elle été essentiellement financée par une filiale immobilière d'UBS. Tandis que le nord du Grand Zurich est en plein boom, les nouveaux établissements inaugurés ces dernières années à Züri West (Sheraton, Renaissance Hotel) peinent à remplir leurs étages. Pour le visiteur du week-end, cela signifie que les prix des chambres diminuent facilement d'un tiers hors de la période ouvrable. En outre, un groupe d'investisseurs du Qatar consacre 60 millions de francs au projet d'un Atlantis Sheraton d'une centaine de chambres situé à l'orée sud de la ville. Et puis Swiss Life soutient la transformation d'un immeuble de bureaux en un Motel One de 380 chambres, à proximité du centre.

«Certes, le marché zurichois n'est pas facile, reconnaît Anna Kristina Nücken, chef de la communication chez Kameha Grand Zurich. Cependant, nous avons ouvert nos portes les premiers dans la région de l'aéroport. Nous serons seuls dans notre créneau durant quelques années et comptons fidéliser la clientèle.»

L'ensemble du marché doit rester sous pression, The Circle se profile dans un segment premium qui doit le mettre à l'abri des déconvenues, selon différents observateurs. «Atteignable par l'autoroute, le site est d'un accès beaucoup plus facile que les complexes du centre que l'on ne rejoint qu'après des kilomètres de bouchon, observe Marc-Christian Riebel, de The Location Group. Les prix sont tellement élevés au centre que les sociétés de services (par exemple Allianz) déménagent dans la couronne zurichoise pour des localisations moins chères.»

Analyste immobilier à la recherche d'UBS, Matthias Holzhey renchérit: «Des locataires se sont déjà annoncés pour la moitié des surfaces disponibles. Même si l'économie devait stagner, cela ne devrait pas remettre en cause la rentabilité du projet de manière fondamentale. L'expérience montre que, même en période de surcapacités immobilières, des surfaces commerciales ultramodernes et bien situées gardent leur attrait.»

Quant aux centres commerciaux, ceux-ci aussi souffrent d'une offre surabondante. Leurs surfaces ont doublé durant les quinze dernières années tandis que la consommation ne progressait que de 40%, indique Matthias Holzhey. «Mais la logique est la même. Les projets les plus récents et les mieux situés l'emportent sur les autres.» Selon l'expert d'UBS, l'offre immobilière qui va le plus souffrir est celle qui, visant la même clientèle gravitant autour de l'aéroport, présente des locaux plus éloignés dans un segment moyen de gamme. ■

## Naville vend son savoir-faire à l'étranger

Le distributeur suisse a mis au point une méthodologie d'étude de la clientèle des kiosques à journaux.

**PRESSE** Désormais en mains du suisse Valora, le géant romand de la distribution a vendu en décembre dernier son savoir-faire à Relay France (700 points de vente). Depuis quelques années, Naville a approfondi ses recherches concernant la demande, c'est-à-dire la clientèle des kiosques à journaux. «Relay France avait constaté un manque de connaissance de sa clientèle et a été intéressé par notre méthodologie unique en Europe, explique Alain Meynier, directeur de Naville Presse. Alors que nous avons pu regrouper en 7 catégories nos 1200 points de vente, notre spécialiste Andréa Barbey-Blankart a analysé en profondeur les ventes sur une année de 117 titres représentatifs pour déterminer cinq types de kiosques: connecté (jeune Parisien, geek), grand public (femme au foyer, casanière), régions (homme, amoureux de la nature, goût du terroir), smart (voyageur aérien, business ou famille, haut de gamme) et trendy (intellectuel, décalé, aux goûts affirmés). Nous ne pouvons leur garantir une hausse des ventes, par contre cette méthodologie est très utile pour optimiser l'assortiment des titres, puis pour réaliser des animations spécifiques.» Dans un second temps, Naville a vérifié, titre par titre, si leurs ventes correspondaient bien à l'un des cinq «clusters» définis. D'autres groupes de détaillants ont d'ores et déjà manifesté leur intérêt pour obtenir une même analyse de la part de la PME romande.

SG