

*Tokyo est toujours en développement urbain*

## L'immobilier au Japon : une croissance inattendue !

C'est dans une salle multifonctionnelle chic et moderne que François Trausch a accueilli JQR. Le décor donne déjà une idée du soucis qu'a l'entreprise et son chef pour le côté humain et chaleureux. Le CEO de GE Capital Real Estate Asie n'est pas un novice en terre nipponne. Plus jeune, il a reçu une bourse d'études pour passer dix mois à Tokyo. Il est alors tombé sous le charme du pays et n'a donc pas eu de difficulté à convaincre son épouse et sa famille de revenir s'y installer lorsque sa carrière dans l'immobilier bat son plein chez GE à Paris et qu'on lui offre le poste de Directeur Asie. Entre deux déplacements, il a bien voulu partager avec nous sa vision du Japon et de son marché immobilier.

« La première particularité du marché immobilier de Tokyo, c'est sa taille. On parle d'une population de 30 millions d'habitants, et on n'arrive pas ici en espérant tout comprendre après six mois. C'est un marché complexe et très difficile, mais ce mystère en fait tout son charme. Il faut beaucoup de temps pour comprendre ses évolutions, ses tendances, ses orientations. Il y a 15 ans, Shinjuku était le quartier où il fallait aller, aujourd'hui il n'y a plus vraiment de croissance, alors les gens préfèrent se diriger vers Shinagawa,

« Tokyo est plus belle qu'il y a 25 ans »

« Quand je suis venu au Japon il y a 25 ans, c'était dans un contexte bien différent, avec le yen fort, la bulle économique, une toute autre période. Mais je trouve qu'en terme urbain, Tokyo est encore plus belle qu'à l'époque. Il y a plus d'infrastructure, plus de beaux immeubles, de grands projets urbains ont été réalisés... Bref, c'est un grand paradoxe entre le fait qu'on dise que le Japon a traversé 20 ans de non-croissance, et selon moi, le fait que bien des pays aimeraient passer par 20 ans de non-croissance si le résultat est Tokyo telle qu'on la voit aujourd'hui !

Dans le feuillage urbain qu'est Tokyo, certains promoteurs comme Mori avec Ark Hills et Roppongi Hills, ou encore Mid-Town, ont changé la façon de construire les nouveaux bâtiments avec un souci d'esthétisme. On a vu naître les projets qui combinent bureaux, commerces et hôtels, un phénomène qui était relativement neuf ici. Un bon exemple est le quartier Marunouchi, où il n'y avait que des bureaux il y a vingt ans, alors qu'aujourd'hui les rues y attirent les foules même le weekend! Quand on ne connaît pas Tokyo, on imagine des gratte-ciels, des autoroutes à trois étages, du trafic, l'énorme

François Trausch

# Asia Pacific CEO, GE Capital Real Estate

Photos / Susumu Nagao Texte / Rédaction JQR

qui est plus près d'Haneda, car l'aéroport est maintenant international. Il y a encore beaucoup de mouvement dans cette ville qui n'a que 50-60 ans de reconstruction, alors que dans les villes européennes, le paysage est beaucoup plus figé, on sait où il faut être. Pour moi c'est un aspect toujours étonnant.

mégapole, 30 millions d'habitants, que du béton et beaucoup de pollution. Pour moi qui vient de Paris, qui est considérée comme LA ville romantique par excellence, calme, elle est en fait une ville bruyante, remplie de voitures et très polluée. Alors que quand on arrive ici, c'est tout le contraire! C'est pratiquement une suite de villages,

## BEFORE



## AFTER



la ville n'est pas polluée du tout et est bien plus tranquille que certaines villes européennes. Il y a effectivement des autoroutes à trois étages, mais à cent mètres de là on peut habiter dans une ambiance de village avec des petites maisons. En plus, tout ce trafic présent ne s'entend pas, ce qui crée un environnement très calme. C'est là le contraste de Tokyo.

« Tokyo est à l'échelle humaine »

Par mon travail, je vais très souvent en Chine. Ce qui s'y passe là-bas est assez incroyable, mais les villes sont un peu uniformes, faites toutes selon le même plan. Tokyo avec son fouillis, est plus à l'échelle humaine par certains aspects, a plus de diversité, de richesses. Comparativement à la Chine

qui est en pleine croissance, où il y a forcément énormément de projets, ici quand on lit les journaux le matin, on nous parle de baisse importante de la population dans les 50 prochaines années, d'appartements vides, etc. Et en fait tout cela n'est pas vrai. Le paradoxe du Japon est que malgré son inertie, il y a des « poches » de croissance importantes. Si on arrive à les trouver, on peut faire de bonnes affaires. En plus, comme le Japon est un grand marché très liquide, les coûts de financement sont très bas. On peut se financer à 1% et investir dans un logement qui donne du 5%. Il y a très peu de pays au monde qui offre un rendement de 4%. En réalité, l'urbanisation de Tokyo continue. C'est-à-dire que la décroissance de la population du pays se fait au détriment des régions rurales et en faveur des grandes villes. Le nombre de « ménages » à Tokyo augmente, car il y a beaucoup plus de célibataires, ce qui accroît la demande pour de petits appartements. C'est pourquoi nous sommes positionnés dans le segment des studios sur Tokyo, Osaka, Fukuoka et Nagoya. Nous sommes également actifs sur le segment des édifices à bureaux de taille moyenne. Ils font typiquement 5 à 7 étages, sur un plateau de 300 à 500 mètres carrés. Certains ne se conforment plus aux normes sismiques et leur locataires (80% des entreprises à Tokyo sont des PME d'environ 20 employés) ont décidé de déménager après le tremblement de terre de l'année dernière. Ils optent pour des immeubles aux normes récentes et avec de meilleurs systèmes énergétiques. Nous investissons donc

dans des édifices de qualité mais souvent au look un peu vieillot et nous les remettons aux goûts du jour pour attirer cette clientèle. Je pousse beaucoup sur le côté du développement durable et les nouveaux systèmes énergétiques. Le gouvernement est prêt à donner beaucoup de subventions dans ce domaine là. On travaille donc avec le locataire pour changer les équipements et lui permettre de réduire sa facture énergétique. C'est un secteur qui est en train d'évoluer et les Japonais vont le pousser fortement car une fois qu'ils ont pris une décision ils le font vraiment jusqu'au bout. Le fait d'être une entreprise étrangère ne cause pas trop de problème. Après 15 ans de présence sur le marché, nous avons fait nos preuves et sommes maintenant bien acceptés. Cependant, il y a des choses que l'on ne pourra jamais faire. Jamais on ne pourra acheter à Marunouchi, par exemple. Ça restera toujours entre entreprises japonaises. Ce phénomène existe bien sur partout en Asie ou en Europe. La particularité ici, c'est que certains propriétaires immobiliers ne vendront jamais leur immeuble, quoi qu'il arrive, alors qu'un chinois a plus la mentalité de « trader » et vendra certainement s'il voit la possibilité de faire un profit. Le côté d'appartenance, de propriété est plus fort au Japon. C'est donc à nous de nous positionner dans des segments où l'on peut se développer.

« La langue est la barrière la plus difficile »

Le plus difficile pour moi en tant que

patron étranger, c'est la barrière de la langue. Je laisse donc tout l'aspect relationnel avec le client à mes équipes japonaises. Lorsqu'ils me demandent de me joindre à eux, c'est en général pour que j'aie à faire des excuses! C'est un aspect peut-être propre au Japon, mais c'est normal, c'est mon rôle et surtout, ça n'arrive pas souvent! Mon but en fait est de faire sentir à mes équipes qu'ils peuvent être en confiance, que je ne les laisserai pas tomber. Au Japon quand on perd la face, on peut être sorti du marché pour de nombreuses années. Cette relation avec le client me manque un peu, mais comme je n'y ai aucune valeur ajoutée, je ne cherche pas à m'imposer.

« Les japonais aiment construire »

Le Japon a un côté très industriel, que ce soit dans l'automobile, ou dans la construction. Il faut faire tourner la machine, alors on démolit facilement pour reconstruire. C'est probablement relié au fait que le terrain coûte très cher. Comme il représente 70% du prix à l'investissement et l'immeuble dessus seulement 30%, on peut se permettre plus aisément de reconstruire. Mais le Japon aime construire, même dans des périodes où économiquement, ça n'a pas d'intérêt. Ici, tous les projets ne se justifient pas nécessairement de façon financière et je crois que tous ne passeraient pas dans la moulinette anglo-saxonne du retour sur investissement! C'est une autre mentalité.

« Je rigole beaucoup avec mes équipes japonaises »

Même avec toute l'expérience que j'ai en gestion d'équipes, je pense que c'est plus facile ici qu'en France. Bien sûr, dans une même entreprise, la moitié des codes sont les mêmes. L'autre moitié est très différente. Les japonais ont beaucoup plus d'humour et je rigole beaucoup plus ici qu'à Paris! L'immobilier attire des gens qui n'entrent pas dans le moule, qui ne sortent pas tous de la même université et nous recrutons des jeunes, pour leur capacité à parler l'anglais, ou des femmes de talent qui auraient eu de la difficulté à faire carrière dans d'autres entreprises du fait que c'est un milieu traditionnellement très masculin.

« Le marché immobilier japonais manque de transparence »



Je suis toujours étonné de voir que dans un marché aussi élaboré, on ait autant de difficulté à obtenir des informations. On achète un immeuble au Canada, on peut savoir à combien ont été vendus les dix immeubles autour, qui occupe les immeubles, quel est le loyer, etc. Au Japon c'est très difficile. Il faut beaucoup d'effort pour avoir ce genre d'information, qui est demandée par les investisseurs anglo-saxon, car ils sont habitués à avoir leur « data ». Ce marché aussi sophistiqué n'est pas aussi transparent qu'on pourrait le croire. D'un autre point de vue, c'est un aspect qui nous protège des nouveaux entrants. On ne peut pas débarquer de Paris ou New York et acheter tout de suite un immeuble.

« Mes ados peuvent goûter à une liberté... encadrée »

Un autre aspect incroyable de Tokyo, c'est le système de transport. Vivre ici est une expérience formidable pour mes enfants de 14 et 16 ans. Ils peuvent goûter à la liberté d'un ado, dans un encadrement à la japonaise. Ils peuvent se déplacer en transports en commun sans risque de criminalité. À Paris, je n'aurais jamais laissé mon fils

de 12 ans prendre le métro le samedi soir pour aller aux champs Élysées. Dans certaines autres villes, on doit prendre la voiture et donc les enfants sont dépendants de leurs parents.

« On oublie que le design a été inventé ici »

Un côté qui n'est pas assez mis en avant au Japon, c'est toute cette nouvelle génération de jeunes entrepreneurs, très créatifs, avec des concepts de business très innovants. Comme le disait Steve Jobs quand il allait s'inspirer à Kyoto, le design est un peu né ici. On oublie trop souvent cet aspect là, qui me rend assez optimiste pour le Japon.

PROFILE

François Trausch est à la fois CEO de GE Capital Real Estate Asie Pacifique et Président de GE Capital Real Estate Japon, basé à Tokyo depuis deux ans. Il était auparavant CEO Europe Occidentale pour la même société en France, après avoir été actif dans l'immobilier durant plusieurs années en Allemagne et aux États-Unis.