

Le point de vue Déborah Weisz

**DIRECTRICE GÉNÉRALE – PÔLE IMMOBILIER
MIDI 2I**

Qui est Midi 2i ?

Créée en 2005, Midi 2i est une **société de gestion d'actifs** agréée par l'Autorité des Marchés Financiers. Nous sommes une filiale de la Caisse d'Épargne de Midi-Pyrénées (Groupe BPCE). Notre portefeuille est composé de plus d'1 milliard d'euros d'actifs immobiliers, à travers 20 fonds dont une SCPI. Le patrimoine sous gestion est constitué de **136 immeubles** pour environ 550 locataires. Notre portefeuille intègre principalement des actifs de bureaux, de commerce (retail parks notamment), ainsi que quelques résidences gérées.

Nous sommes présents sur l'ensemble du territoire national, avec un prisme fort sur les Régions. Nous ciblons tout particulièrement les grandes métropoles, mais également, les marchés dits secondaires. Comme tout investisseur, la localisation reste le mot d'ordre, mais nous avons à cœur de comprendre **les logiques de développement économique mises en place sur un territoire pour en capter tout le potentiel en termes de création de valeur.**

Nous investissons en moyenne 200 millions d'euros par an. Cela se traduit par des acquisitions unitaires comprises entre 10 et 20 millions d'euros, correspondant aux standards du marché en Régions.

L'essentiel de notre portefeuille est composé d'actifs Core ou Core+ (actifs sécurisés ou majoritairement sécurisés). Cependant, **nous avons la capacité de prendre des risques**, au travers par exemple de VEFA (Vente en l'Etat Futur d'Achèvement) en blanc ou en gris, ou encore, d'actifs à restructurer, rénover ou réarchitecturer de type *value-added*, anticipant ainsi les aspirations et les nouveaux usages des entreprises utilisatrices de bureaux. D'ailleurs, notre succès locatif – avec un très faible taux de vacance sur l'ensemble de notre parc – prouve bien l'efficacité de notre stratégie.

Quelles convictions derrière votre positionnement pour les métropoles régionales ?

Depuis la création de Midi 2i, il y a 19 ans, notre stratégie est restée la même. A savoir, **accompagner le développement des territoires grâce à l'immobilier.** Et cette stratégie fonctionne : le processus de « décentralisation » de l'économie française, anticipé par nos équipes, est bien en cours, et s'est d'ailleurs accéléré avec la crise sanitaire.

Par ailleurs, nous avons fait le choix d'accompagner au mieux nos locataires dans leur parcours immobilier et de comprendre les facteurs de fidélisation de ces derniers. Nous en sommes convaincus : le bureau sert une stratégie d'entreprise et **devient un outil de management, un vecteur de communication, mais aussi de recrutement.**

« Les Régions, une stratégie gagnante pour Midi 2i. »



Ainsi, qu'il s'agisse d'industriels à Lyon, de grands assureurs à Nantes ou Angers, ou encore, d'entreprises de services à Montpellier, nous constatons que les attentes de nos locataires – et celles de leurs collaborateurs – sont très évolutives. La plupart d'entre eux recherche un **lieu propice qui va incarner leur marque employeur**.

Sans hésiter, nous dirions que le succès de notre stratégie repose certes sur la parfaite compréhension des enjeux de nos locataires actuels et futurs, mais peut-être plus encore, lorsqu'elle permet leur **ancrage durable au sein des territoires**. Derrière notre *baseline* « Territoires d'investissement », nous souhaitons ainsi rappeler qu'au-delà de nos convictions sur les métropoles régionales, **nous nous attachons à ce que les fonds sous gestion soient porteurs de sens pour nos clients** institutionnels, eux-mêmes le plus souvent intégrés aux écosystèmes territoriaux.

Enfin, nous avons constaté une pérennité locative sensiblement plus forte en Régions qu'en IDF, où les *turn-over* sont généralement plus réguliers. Cet attribut vient

sécuriser davantage la situation locative du patrimoine que nous gérons.

Quelles est votre lecture du marché et percevez-vous de nouvelles attentes chez les utilisateurs ?

Durant la crise sanitaire, nous nous sommes entretenus avec l'ensemble de nos locataires, aussi bien utilisateurs de bureaux que de commerce.

L'accompagnement mis en place a favorisé une meilleure compréhension de leur « business model » et leur économie. Des tendances se sont ainsi dégagées.

La plus évidente : **les entreprises auront toujours besoin de bureaux, et la population, de commerce**. En revanche, les usages de ces espaces évoluent. Le bureau, comme le commerce d'ailleurs, se transforme pour laisser place à des lieux de vie et de socialisation. Il nous faut, en tant que bailleur, permettre aux entreprises qui vont s'implanter de **trouver le meilleur équilibre entre espace de travail et espace de vie**.

Cela se traduit dans notre stratégie d'acquisition. La capacité d'adaptation du bâti aux besoins des utilisateurs – tant de leurs besoins techniques que sociaux – est notre *leitmotiv*. **Adapter le bâti, et par là reconstruire la ville** sans démolir, est un enjeu qui prend tout son sens. Concrètement, nous investissons régulièrement dans la rénovation des actifs de notre portefeuille, dans une logique de pérennité du patrimoine de nos partenaires.

Comment définiriez-vous un « bon actif » de bureaux en 2024 ?

Sans grande originalité, un bon actif doit être accessible et bénéficier d'une localisation qui fasse sens dans son marché.

Ensuite, un bon actif est celui dans lequel vous vous sentez bien. C'est **un bâtiment qui répond aux usages actuels, et qui saura s'adapter aux besoins futurs grâce à une grande modularité**. A ce titre, nous proposons des services spécifiques aux utilisateurs de notre patrimoine au travers d'un socle serviciel complet, de type « plug-and-play ».

C'est aussi, et surtout, un **actif qui répond aux enjeux ESG**. Midi 2i dispose d'une politique d'accompagnement des locataires. Nos gestionnaires, formés à ces enjeux, engagent ainsi toutes les parties prenantes. Nous sommes aussi engagés dans une logique de labélisation ISR de nos fonds. Il s'agit probablement d'une contrainte aujourd'hui, mais cette anticipation est plus que jamais souhaitable lorsque l'on parle d'immobilier, qui rappelons-le, se pense à long terme.

« Nous en sommes convaincus : le bureau sert une stratégie d'entreprise. »