

Rolle

«LES SITES À USAGE MIXTE ONT LE VENT EN POUPE»

Dernier en date d'une longue série gérée par Wincasa, le business center d'un nouveau genre A-One, à Rolle, est en pleine expansion selon son gestionnaire, Yann Tellenbach. Interview.

Au cœur des vignes rolloises, sur les abords de l'autoroute A1 à mi-chemin entre Genève et Lausanne, impossible d'échapper à la vue de ce complexe monumental. Avec ses 39'000 m² et ses neuf bâtiments dédiés aux entreprises, le business center A-One se veut bien plus qu'un simple hébergeur de bureaux. Géré depuis juillet dernier par le prestataire immobilier Wincasa, un changement de cap a été initié afin de tendre vers une gestion en Mixed-Use Site Management (MUSM). Un modèle de site à usage mixte (comme son nom l'indique) et de services à la carte dont la demande serait croissante ces dernières années. Le gestionnaire d'A-One, Yann Tellenbach, nous accorde un entretien exclusif pour décrire cette tendance émergente.

A la vue de tous les automobilistes et pourtant si peu connu, qu'est-ce qu'A-One?

A-One est un business parc sorti de terre à Rolle il y a quinze ans et initialement pensé pour accueillir des surfaces de bureau, principalement pour des multinationales. Aujourd'hui, destiné à du MUSM, 16 sociétés ont rejoint ce site détenu par la Swisscanto fondation de placement. Parmi elles, Eldora, Shematec, Honeywell, ADM ou encore SC Johnson.

Vous citez souvent le MUSM. Pourriez-vous nous éclairer sur ce concept?

Il y a environ cinq ans, chez Wincasa nous avons créé un département entièrement dédié à ce modèle à l'époque



Yann Tellenbach,
le gestionnaire
d'A-One. DR

«Nous essayons de former une sorte de communauté en suscitant des synergies entre les entreprises sur le site»

encore méconnu en partant du constat que les besoins de la gérance résidentielle et ceux de la gérance commerciale n'étaient pas les mêmes, que l'éventail de services que nous pouvions offrir dans ce deuxième cas était plus large. Le Mixed-Use Site Management permet ainsi de multiplier les différents types d'activités sur un même site: bureaux, restaurants, hôtels, espaces de coworking, fitness, etc. sans que l'on soit placé dans un hypercentre. Nous gérons d'ores et déjà 20 espaces MUSM en Suisse (environ 1,1 mio de m²) mais c'est une activité qui s'accélère et tend encore à se développer.

Quels indicateurs vous permettent de penser cela?

Depuis l'an dernier, nous avons de nouveaux locataires tels que Sophia Genetics, une spin-off de l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne, qui a installé son laboratoire de recherche



Sur le site de Rolle se trouvent un restaurant, un fitness, un service de garagiste, de blanchisserie, de maintenance. DR

ici et va prendre possession de l'entier d'un bâtiment d'ici à 2023. Nous voyons par la diversité des demandes qui nous parviennent que ce type de lieu intéresse le plus grand nombre. La mixité de nos locataires, leur différence de taille, d'activité ou encore d'origine fait qu'autant la start-up locale spécialisée dans le domaine médical que la multinationale active dans la recherche d'arômes pour l'agroalimentaire trouvent leur place.

Pourquoi une entreprise a-t-elle un intérêt à s'installer sur un site MUSM?

L'offre de bureaux est considérable et pour se démarquer le MUSM est idéal car il facilite la vie de ses locataires. Ce que nous mettons en place, avec A-One en particulier et plus généralement avec le MUSM, c'est de créer une marque. Nous effectuons un travail de marketing pour rendre le site plus visible sur les marchés, le rendre attractif aux yeux notamment des différentes associations de promotion économique de la région et ainsi accompagner l'implantation d'une société dans son ancrage géographique. De même, nous constituons et animons

une sorte de communauté en suscitant des synergies entre les entreprises présentes sur le site, de faire se rencontrer les employés dans des cadres différents de ceux de leurs traditionnels bureaux. L'idée est de nous positionner comme la porte d'entrée à toutes les problématiques que peuvent avoir les locataires et d'offrir des solutions. Nous avons sur le site de Rolle un restaurant, un fitness, un service de garagiste, de blanchisserie, de maintenance, tout un ensemble de choses qui à elles-seules ne seront pas déterminantes mais qui mises bout à bout feront pencher la balance du bon côté, notamment pour la culture d'entreprise.

Quelle différence y'a-t-il entre ce que vous proposez et le facility management qui est un modèle déjà répandu?

Le facility management ne concerne que la gestion technique et logistique d'un site. Il n'y a pas cette dimension marketing, commerciale et relationnelle avec les locataires.

Avec l'avènement du télétravail,

ne craignez-vous pas que les entreprises réduisent leurs surfaces et se détournent du MUSM?

Je ne pense pas que l'on ait suffisamment de recul par rapport à ces deux années exceptionnelles que l'on vient de vivre. Sur le site d'A-One, nous ne voyons guère de changement. Celui-ci restera un lieu de rencontre irremplaçable. Nous préparons justement plusieurs projets pour aller dans ce sens.

Comme par exemple?

L'un des buts du MUSM est de créer des passerelles entre les différents locataires, nous allons organiser régulièrement des événements afin de les réunir dans des conditions qui favorisent cela. Par exemple en créant un club des CEO ou en organisant des dégustations de vin, étant donné que nous sommes situés dans une région viticole. Nous voulons faire en sorte que les employés puissent avoir un sentiment d'appartenance à leur lieu de travail et non pas seulement qu'ils se limitent à partager une table le midi ou une place de parking de temps à autre.

Propos recueillis par Julie Müller