

20 préconisations pour renforcer l'attractivité et la complémentarité des pôles tertiaires franciliens

Synthèse de l'étude du 18/02/2016

Chiffres-clés

Paris Île-de-France :

Top 5 des métropoles mondiales les plus attractives pour l'implantation des entreprises.

Source : Paris Île-de-France
Capitale Economique

Top 4 en investissement en immobilier de bureaux en 2014 (12,9 milliards d'euros).

Source : CBRE

Investissement en immobilier de bureau en Île-de-France :

45% des montants de transactions en immobilier d'entreprise sont le fait d'acteurs étrangers, sur un total de 30,7 milliards d'euros entre 2012 et 2015.

Source : CBRE

70% des montants étrangers investis au cours des dix dernières années, l'ont été à Paris et La Défense.

Source : CBRE

380 millions d'euros investis en provenance de **Chine** depuis 2012, soit **un rapport de 1 à 10 avec les États-Unis** (3,6 milliards d'euros).

Source : CBRE

Projets d'investissements greenfield :

	Ile-de-France	Grand Londres
2007	201	233
2015	126	330

Source : Paris Île-de-France Capitale Economique - KPMG

9% en provenance d'Asie en 2015 en Île-de-France contre **16%** dans le Grand Londres

Source : Paris Île-de-France Capitale Economique - KPMG

Registre de transparence de l'Union européenne
N° 93699614732-82

Au cours des 5 dernières années, l'Île-de-France a accueilli 673 implantations d'entreprises étrangères et plus de 62 milliards d'euros d'investissements en immobilier tertiaire dans ses pôles. La région-capitale confirme donc son attractivité internationale. Cependant, les besoins des entreprises évoluent et la concurrence se durcit entre les grandes métropoles.

La CCI Paris Île-de-France, avec le concours de l'EPADESA, fait le point sur l'investissement étranger dans les principaux pôles tertiaires franciliens qu'il s'agisse d'implantation d'entreprises ou d'investissements en immobilier de bureaux. Afin de renforcer leur attractivité et leur complémentarité, elle propose 20 préconisations. Certaines sont considérées comme « fondamentales », car déjà présentes dans le débat public et sur lesquelles il est important d'insister, d'autres plus rarement évoquées, sont davantage « novatrices ». En voici les principales :

Organiser une promotion stratégique de la région et de ses pôles.

- **Fédérer les actions de l'Etat et des acteurs régionaux en matière de promotion à l'international.**
- **Construire une marque « Grand Paris » tournée à la fois vers le business et l'« art de vivre » à la française**, associant l'ensemble des territoires et gérée comme une marque, au sens entrepreneurial du terme.

Mettre en avant les complémentarités des pôles.

- **Identifier leurs spécificités sectorielles, fonctionnelles, urbaines et immobilières**, afin de renforcer la cohérence des clusters du Grand Paris.
- **Appuyer la communication des pôles à l'international sur les atouts visibles et emblématiques du territoire** : projets d'aménagement, présence de grands noms d'entreprises et grands équipements.

Capitaliser sur les grands évènements et le projet du Grand Paris, puissants vecteurs pour l'image de la région.

- **Poursuivre et intensifier les démarches engagées** pour obtenir l'organisation des JO de 2024 et de l'Exposition Universelle de 2025.
- **Communiquer sur le dynamisme économique que le Grand Paris entraîne**, avec un investissement estimé à plus de 100 milliards d'euros dans les transports, le logement, les grands projets...
- **Communiquer spécifiquement auprès des investisseurs en immobilier d'entreprise**, notamment en ce qui concerne les délais de mise en service du Grand Paris Express ainsi que sur les opportunités de développement autour des futures gares.

Faciliter la transformation des pôles tertiaires franciliens afin qu'ils puissent proposer un niveau de service en termes de mixité, de qualité des bâtiments et d'accessibilité qui réponde aux attentes des utilisateurs et investisseurs étrangers.

- **Encourager la montée en gamme de l'offre régionale de bureaux** en termes de consommation énergétique et de flexibilité, en rendant la fiscalité des bureaux plus incitative.
- **Améliorer la qualité de vie pour attirer les talents** en accordant une place accrue au logement intermédiaire.
- **Favoriser la mixité entre les différentes tailles de locaux pour permettre à des start-ups** de s'y implanter, de tirer profit de l'écosystème local, et de contribuer à son dynamisme.
- **Poursuivre et intensifier l'effort de renforcement des infrastructures numériques et de transport** en garantissant la mise en œuvre dans les délais prévus du Grand Paris Express sur les tronçons desservant les aéroports et les pôles et en accélérant le développement du réseau numérique fixe et mobile.

Consulter l'intégralité du rapport :

www.cci-paris-idf.fr/etudes

20 préconisations pour renforcer l'attractivité et la complémentarité des pôles tertiaires franciliens



3 questions à Dominique DENIS

Membre de la CCI Paris Île-de-France

Question 1 : Comment est perçue l'Île-de-France à l'international ?

Nous l'avons vu, l'Île-de-France et ses pôles tertiaires jouissent d'une reconnaissance mondiale, mais tous ces pôles n'ont pas la même visibilité.

Paris et La Défense se distinguent particulièrement en matière d'investissements en immobilier de bureau : ces deux pôles attirent à eux seuls plus de 70% de l'investissement étranger ces dix dernières années ! Ils constituent aujourd'hui ce que l'on peut appeler les « portes d'entrée internationales » de l'investissement en Île-de-France.

Pour ce qui est des implantations d'entreprises étrangères en revanche, c'est bien la ville de Paris qui attire les premières implantations. Ensuite, elle endosse un rôle de « diffuseur » vers les autres pôles de la région, qui proposent une offre variée et complémentaire en termes de niveaux de loyer, niveaux d'accessibilité, types d'immobilier, d'écosystèmes...

Question 2 : Comment expliquez-vous les faiblesses émergentes qui ont été soulevées dans cette étude ?

Tout d'abord, seulement 1/3 des investisseurs jugent efficace la politique de promotion des atouts de la France à l'étranger ! C'est bien le signe que dans ce domaine, il faut agir dans un contexte où la concurrence est de plus en plus forte entre métropoles mondiales. Le Grand Londres, incarné par Boris Johnson, s'en sort beaucoup mieux et n'hésite pas à adopter une communication offensive.

Le projet du Grand Paris, lancé en 2010 par le gouvernement n'est pas assez connu à l'étranger. Bien qu'il représente des opportunités d'investissement de plus de 100 milliards d'euros, seulement 15% des dirigeants internationaux en ont déjà entendu parler !

Enfin, la faible offre de bureaux de qualité internationale et le manque de logements pèsent sur l'attractivité de la région.

Et pourtant l'Île-de-France, autant par ses atouts actuels (main d'œuvre qualifiée, infrastructures de qualité...), que par les projets lancés ces dernières années, comme celui du Grand Paris, dispose d'un potentiel énorme !

Question 3 : Sur quelles mesures souhaitez-vous attirer particulièrement l'attention ?

En matière de communication, la simple évocation du nom « Grand Paris » doit faire rêver nos interlocuteurs étrangers. Mais il est important qu'elle ne se concentre pas uniquement sur les atouts techniques ou touristiques de la région. Il faut créer tout un « story-telling » autour d'une marque pour qu'elle suscite à la fois l'envie de consommer, d'habiter, de travailler et de faire des affaires.

Nous devons également mettre l'accent sur la construction de logements, et notamment intermédiaires. Les salariés éprouvent de grandes difficultés pour se loger dans des lieux de vie adaptés à leurs revenus et à leurs besoins. Bien que la construction de logements soit repartie à la hausse en 2015, elle ne compense pas le retard qui a été pris ces dernières années dans ce domaine.

D'une manière générale, l'immobilier doit s'adapter aux évolutions des attentes des salariés, qui réclament plus de mixité dans les quartiers. Or, les différentes normes freinent la construction d'immeubles mixtes. Il faut mettre à plat toutes ces normes et de la cohérence dans tout cela !

Enfin, depuis 2010, le nombre de taxes appliquées à l'immobilier d'entreprise a augmenté de 50% ! Il est impératif de stopper cette escalade.

Chambre de commerce et d'industrie de région Paris Ile-de-France

27, avenue de Friedland
75382 Paris Cedex 8
www.cci-paris-idf.fr/etudes

Contact expert

Direction des politiques territoriales
Romain Guillet ☎ 01 55 65 78 56
etudes@cci-paris-idf.fr

Contact presse

Isabelle de Battisti : ☎ 01 55 65 70 65
idebattisti@cci-paris-idf.fr