

QUESTIONS À...

Hélène d'AUDIFFRET Property manager, Casa France



Hélène d'AUDIFFRET
Property manager, Casa France



Bonjour Hélène d'AUDIFFRET. Vous êtes property département manager (responsable immobilier) de Casa France depuis décembre 2021. Pourriez-vous nous rappeler les grandes étapes de votre parcours professionnel ?

J'ai débuté mon activité chez Casa France, filiale de la société Casa International dont le siège est en Belgique, en décembre 2021, après douze années passées comme responsable juridique et contentieux dans un groupe de cabinets d'administration de biens. Dans ce cadre, j'avais en charge la gestion juridique d'un grand nombre de baux commerciaux, côté bailleurs. Auparavant, j'ai exercé pendant dix ans comme avocate au Barreau de Paris, spécialisée en immobilier.

J'ai voulu mettre ces expériences au service d'une grande enseigne comme CASA.

Cela me permet d'être au plus près des réalités opérationnelles et économiques du commerce, en particulier dans le cadre de la gestion immobilière des activités des 160 magasins de Casa France, répartis sur tout le territoire. J'interviens s'agissant de l'application de la réglementation des baux commerciaux.

Je gère le service immobilier qui est rattaché à la direction financière de Casa France et je suis accompagnée par une assistante de gestion immobilière.

Je travaille en étroite collaboration avec la direction de Casa France et avec les services travaux/maintenance et comptabilité.

Nos tâches sont très variées. Par exemple, le service immobilier avec les différentes équipes de Casa France, effectue un contrôle précis et exhaustif des facturations de loyers, charges et travaux afin d'évaluer la juste exécution de leurs obligations par les bailleurs.

Toutefois, le but est surtout d'intervenir pour permettre aux équipes d'exercer leur métier sereinement et de faire du commerce !

Parallèlement à mon activité chez Casa,

- Je participe aux travaux du Conseil National du Commerce (Groupe de travail Simplification et aussi Baux Commerciaux) aux côtés d'Emmanuel LE ROCH car il me semble qu'il est important pour la fédération que les enseignes se mobilisent autant que possible pour la défense des intérêts de la profession.
- Je suis bénévole et administratrice de l'association Solidarité Nouvelle pour le Logement (Paris 19 è) qui a pour vocation d'intervenir dans le secteur du logement en accompagnant des personnes précaires vers la réinsertion.

Pouvez-vous nous dire quels sont les principaux paramètres de l'enseigne Casa aujourd'hui : offre produits, nombre de magasins en France et à l'international, format idéal actuel... ?

L'enseigne Casa a été créée en 1975 en Belgique. C'est un groupe international dont le siège groupe est basé à Olen en Belgique. Notre entrepôt est aussi situé à Olen, à côté de notre siège international.

Le groupe CASA INTERNATIONAL compte aujourd'hui, à l'international et en France, 3 200 collaborateurs dans 8 pays avec environ 450 magasins (succursales et franchises) répartis en Europe (Belgique, France, Espagne, Suisse, Italie, Portugal, Luxembourg, Autriche).

En France, l'enseigne compte 160 magasins sur tout le territoire, en succursale.

L'implantation commerciale est répartie entre magasins de centre-ville, centres commerciaux et retail park. Le format actuel recherché est compris entre 500 à 600 m².

Les produits vendus par CASA France sont principalement les suivants : petit ameublement, meubles de jardin, décoration d'intérieur, arts de la table, ustensiles de cuisine, articles de salle de bain, articles cadeaux.

Qui est propriétaire de l'enseigne aujourd'hui ?

En 2021, la famille Blokker, qui était propriétaire de Casa depuis les années 1970, a vendu sa participation dans CASA International à la **société d'investissement néerlandaise Globitas B.V. qui est une société indépendante.**

Depuis 2017, comme beaucoup d'acteurs du secteur de l'équipement de la maison Casa International, sous l'impulsion de son actionnaire, est **engagée dans une transformation importante** (offre produits, développement du B2B, rebranding, conquête de plus de clients digitaux et pénétration du marché e-commerce, etc.) dans le but d'une transition vers le développement d'un acteur omnicanal dans l'équipement de la maison

L'équipement de la maison a bénéficié de la fin de la période Covid ; les Français ayant passé plus de temps chez eux. C'est forcément plus compliqué aujourd'hui, comment voyez-vous le marché dans les prochains mois ?

Nous espérons, comme tout le secteur, une décrue de l'inflation et évidemment une croissance qui repasse au-dessus de son rythme tendanciel. Il semblerait que les entreprises puissent bénéficier de la fin des cycles haussiers des taux d'intérêts mais devront s'adapter à un environnement nouveau car le contexte opérationnel ne reviendra pas à un niveau de taux zéro.

On peut s'inquiéter d'un retournement de la courbe du chômage et craindre une suite des effets net du choc énergie de 2022/2023 même si le coût de l'énergie a fortement chuté.



Magasin Grand'Place / Grenoble

Quel est votre mode d'exploitation privilégié aujourd'hui, succursale ou franchise ?

Notre mode de développement privilégié reste la succursale mais nous n'excluons pas d'étudier éventuellement d'autres modes de développement futurs à terme mais en fonction de l'évolution du marché en 2024.

Le retail est confronté aujourd'hui à des coûts qui augmentent plus vite que l'activité, notamment les loyers. Avez-vous l'écoute de vos bailleurs sur ces sujets ? Quels sont les blocages éventuels ?

Nous avons noté que les bailleurs non institutionnels sont fréquemment à l'écoute de nos demandes mais sont toutefois freinés par leur faible marge de manœuvre financière pour diverses raisons, tenant notamment à leur situation patrimoniale.

Concernant les bailleurs type foncières, leur discours est assez variable. Certains interlocuteurs sont ouverts à la discussion sur des aménagements locatifs et d'autres non.

Je dois dire que nous constatons assez souvent une volonté de dialogue de leur part mais certains asset managers restent encore très « fermés » et estiment que nos coûts en hausse ne sont pas leur problème. Parfois, certains ne semblent pas très au courant de la situation économique actuelle des entreprises du commerce en France et se retranchent derrière les « aides Covid » qu'ils ont octroyées il y a maintenant deux ans déjà.

A cet égard, il faut souligner que ces aides ont été accordées parfois avec des contreparties importantes à la charge des enseignes.

Chez Casa France, nous privilégions :

- **une gestion et une analyse proactive et dynamique des refacturations des loyers, charges et travaux,**
- **un contrôle accru des factures,** ceci tant quant à leur montant qu'au regard de la prestation facturée. Nous avons en effet constaté que ce contrôle révèle de nombreuses erreurs sur les charges et les indexations.
- **une approche créative des relations avec les bailleurs** en proposant, comme les autres enseignes, des négociations « win/win » et des solutions pour limiter au maximum l'impact des hausses de loyer.
- **le maintien du dialogue** avec les bailleurs.

Evidemment, parfois, lorsque la communication avec le bailleur est bloquée, nous mettons en œuvre une stratégie beaucoup plus offensive : par exemple lors des renouvellements de baux (expertises, saisine du juge des loyers, etc.).

Nous cherchons cependant toujours à privilégier le dialogue et les solutions amiables.

Sur le plan immobilier, quels sont les principaux enjeux pour 2024 ?

De notre point de vue, pour 2024, les objectifs et les enjeux sont principalement :

- **de maintenir les charges d'exploitation** (loyer, charges, électricités, etc.) à un niveau acceptable et raisonnable.
- **de participer à l'effort national de développement durable et de transformation écologique/ énergétique.** Il faut ainsi continuer de conjuguer nos efforts avec les bailleurs pour atteindre conjointement les objectifs ambitieux fixés par la réglementation en matière de transformation énergétique, écologique et durable.
- **un accompagnement ambitieux du secteur du commerce par nos instances nationales et locales.** Le secteur du commerce emploie en effet 3,6 millions de salariés et représente un chiffre d'affaires de 1.450 milliards d'euros pour plus de 700.000 entreprises. Son rôle est essentiel en matière d'aménagement et d'animation du territoire pour revitaliser les centres-villes et le maillage national des commerces quelle que soit leur situation (zone, retail park etc.).
- **Plus généralement, nos instances nationales et locales doivent continuer à développer une stratégie à 360° pour accompagner le commerce dans ses mutations profondes** (croissance continue du commerce électronique, évolution des habitudes de consommation, pression accrue sur le pouvoir d'achat) et ses transformations, notamment. ■

