

L'AGEFI VENDREDI 4 FEVRIER 2011

Motivations objectives d'une croissance forcée

REGUS. Le leader mondial des solutions d'espace de travail veut passer de 8 à 20 sites en Suisse d'ici l'an prochain.

gaël le corre-laliberté

Regus mise sur le retournement conjoncturel pour accélérer sa croissance. En plus de l'ouverture des centres d'affaires à Bâle et à Zoug, le groupe britannique vient de signer en décembre un contrat pour un emplacement sur la Bahnhofstrasse à Zurich. Une implantation à Lausanne est également envisagée. Cette croissance s'explique en partie par la bonne tenue des huit centres qui ont traversé la crise sans difficulté. Si la stabilité de la Suisse y est pour quelque chose, ce n'est toutefois pas un critère déterminant dans les plans du groupe.

Paulo Dias, directeur du secteur Europe/Moyen-Orient/Afrique souligne que des opportunités se trouvent dans les pays touchés par la crise, avec les prix immobiliers qui ont parfois chuté de 30%. «Nous voulons nous positionner avant que le marché se soit retourné».

Si la stratégie de Regus se veut agressive pour occuper les meilleurs emplacements, «nous nous montrons patients et nous attendons que le site idéal soit disponible aux bonnes conditions», nuance-t-il.

Les emplacements choisis sont situés soit dans les centres-villes ou près d'une gare, soit en périphérie, près d'un aéroport ou dans un parc d'affaire. C'est le cas à Nyon où s'est implanté le siège de la recherche, de la gestion et du développement de Regus (lire L'Agefi du 17 janvier). Une surface de 1250 m² de bureaux est aussi disponible pour les entreprises.

La stratégie de développement de Regus a évolué en même temps que le comportement des clients. A ses débuts, Regus visait principalement les centres économiques. De plus en plus, des sites en dehors des centres urbains viennent s'ajouter pour offrir des emplacements répondant aux différentes demandes des clients. «Nous allons vers des bureaux de proximité, qui pourraient même à l'avenir se situer dans des secteurs résidentiels et pas seulement dans des pôles économiques», explique-t-il. Ce qui ajoute à la flexibilité de l'offre, maître-mot de la société, pour ses clients tout aussi variés, tant par leur secteur d'activité que par la taille de leur entreprise. Selon Paulo Dias, cette variété constitue un avantage pour la société car une clientèle équilibrée permet de mieux résister aux baisses d'activité économique.

Il voit là aussi une évolution alors que les premiers clients provenaient surtout des secteurs des télécommunications et de l'informatique. Mais qui sont maintenant aussi issus de la finance, de l'industrie pharmaceutique ou du conseil. Cette évolution va de pair avec la tendance structurelle des entreprises à privilégier la mobilité de leurs employés et qui vient conforter Regus dans son développement à long terme. Paulo

Dias ajoute que c'est toutefois l'aspect cyclique qui vient ajuster le rythme de développement.

Un développement qui vise à implanter des sites dans chaque pays. Des centres d'affaires ont ainsi ouverts dans les pays baltes, en Ouganda, Madagascar, Koweït et Côte d'Ivoire. «Nous offrons un point de chute avec toute l'infrastructure nécessaire à nos clients», indique Paulo Dias. Il croit que l'offre dans ces pays constitue un atout intéressant. «Pour une entreprise, il est relativement facile de s'implanter dans une ville comme Zurich. Par contre, il est nettement plus difficile de trouver des locaux de qualité en Ouganda par exemple», illustre-t-il.

Il ajoute que si les implantations servent d'abord une clientèle internationale, le développement dans un pays tient avant tout à la clientèle locale. «Nous visons à ce que les sociétés locales représentent plus de la moitié de la clientèle». Une proportion qui s'applique déjà aux différents centres d'affaires suisses de Regus.