

Ascencio

Une stratégie européenne claire et nette

Fidèle à sa stratégie d'investissement dans les supermarchés et les retail parks, toujours avec une composante alimentaire, la foncière cotée en Belgique, en France et en Espagne veut profiter de la reprise du marché. Philippe Scheirlinckx, directeur Asset Management & Acquisitions d'Ascencio, et Éléonore Turcas, directrice Investment & Asset Management pour la France, expliquent le positionnement et la stratégie.



PHILIPPE SCHEIRLINCKX
Asset Management
& Investment Director
Ascencio



ÉLÉONORE TURCAS
France Investment & Asset
Management Director
Ascencio

Pourriez-vous vous présenter en quelques mots ?

Philippe Scheirlinckx : Je suis le directeur Immobilier d'Ascencio, ce qui inclut l'Asset Management, le Property Management et les investissements. Je suis membre du Comité Exécutif d'Ascencio. J'ai toujours travaillé en immobilier commercial, d'abord comme broker chez JLL, GLS et CBRE, puis en développement au sein de la société belge Wilhelm & Co (par exemple l'Esplanade vendue à Klépierre ou encore Médiacité vendue à CBRE GI), avant d'être directeur de Devimmo, leader en gestion des centres commerciaux en Belgique.

Éléonore Turcas : Je suis la responsable pour la France d'Ascencio et j'interviens également sur les investissements au niveau européen. Cela après deux expériences notables, l'une chez CBRE Global Investors où je travaillais en investissement et en AM sur des fonds de commerce et des fonds hôteliers, l'autre chez M&G Real Estate où j'étais responsable AM sur plusieurs pays.

Quel est le positionnement d'Ascencio ?

P. S. : Ascencio est une foncière cotée spécialisée en retail de périphérie qui va fêter ses vingt ans de création en 2026 et ses vingt ans d'entrée en bourse en 2027. Ses fondateurs sont la famille Mestdagh qui était alors le plus gros partenaire de Carrefour en Belgique. A partir de ce point de départ, Ascencio dispose d'un ADN singulier, d'une connaissance particulière et pointue de tout ce qui est alimentaire. C'est dès lors

tout naturellement qu'Ascencio se positionne aujourd'hui sur des stand alone alimentaires ou des retail parks incluant de l'alimentaire.

Quels sont les principaux indicateurs d'Ascencio ?

P. S. : Nous sommes propriétaires d'une centaine d'immeubles, ce qui représente un portefeuille de 440 000 m² dont la valeur est estimée à 750 M€, avec un revenu annuel de 55 M€, un taux d'occupation supérieur à 96 % et un loyer moyen de 125 €/m².

Comment se répartit l'activité au niveau européen ?

P. S. : Elle est à l'image de notre l'histoire. L'activité a démarré naturellement en Belgique en 2006 par intégration d'un ensemble de magasins alimentaires et de quelques retail parks au sein d'une SIR (Société Immobilière Réglementée) sur Euronext à Bruxelles. La Belgique pèse aujourd'hui 55 % de l'activité pour 41 % en France où nous avons un statut boursier similaire et où notre développement remonte à 2010. En Espagne, où nous sommes présents depuis 2016 et où l'obtention du statut boursier Socimi a pris plusieurs années, nous regardons de plus en plus d'opportunités. Nous sommes 23 collaborateurs pour gérer l'ensemble du portefeuille, avec des équipes internes en Property.

Quelle est la stratégie d'Ascencio propre à la France ?

E. T. : Nous sommes très sélectifs et nous avons toujours un angle d'analyse centré sur l'alimentaire : au sein du bien ou à proximité directe, il faut qu'il y ait un supermarché alimentaire, c'est le critère qui guide nos choix. Il fait partie de la culture du groupe et nous ne l'avons pas regretté pendant la crise du Covid. Avec à peu près 40 % de nos locataires qui sont des alimentaires, 60 % de notre parc était de facto ouvert (autre les alimentaires ouverts, d'autres secteurs ont également pu rester ouverts au public comme le DIY, les jardinerie, ...) !

Quelles sont vos opérations emblématiques dans l'Hexagone ?

E. T. : Elles portent, sans surprise, sur le secteur alimentaire avec l'acquisition de 17 supermarchés Grand Frais et, plus récemment, avec l'acquisition de cinq supermarchés Casino. Les supermarchés Casino sont localisés dans le sud-est de la France et ont été achetés en mars 2020 pour un montant de l'ordre de 85 M€. Depuis, Casino n'est plus notre locataire, nous avons maintenant quatre Intermarché et un Auchan. Nous possédons également quatre grands retail parks en France : Le Parc des Drapeaux à Rots, près de Caen, Les Portes du Sud à Chalon-sur-Saône, Les Bouchardes à Crêches-sur-Saône et Les Cyprès à Saint-Aunès, près de Montpellier.

P. S. : Nous regardons plus particulièrement des zones comme la région PACA ou l'Île-de-France parce que le foncier y a une certaine valeur. Et nous cherchons toujours le juste équilibre entre l'alimentaire et d'autres activités commerciales pour éviter une surexposition à une enseigne ou à une activité.

Comment envisagez-vous l'avenir ?

P. S. : Le marché européen repart, c'est pour cela qu'Ascencio se positionne sur des actifs neufs qui correspondent à sa stratégie en France. Nous pensons pouvoir finaliser une acquisition pour la fin de l'année. Personnellement, je sens une certaine relance et je suis très optimiste pour la suite.

E. T. : Le marché français reste une priorité pour Ascencio.



Ascencio
0032 71 91 95 00
www.ascencio.be