



Immobilier Commercial

VOLUME 13 | NUMÉRO 1 | FÉVRIER - MARS 2020

ÉDITION SOUVENIR
À CONSERVER

RÉTROSPECTIVE
2019

MÉTAMORPHOSE
DU PAYSAGE URBAIN

L'ÉQUIPE KEVRIC
CRÉATEURS DE
VALEUR AJOUTÉE

JBC MÉDIA

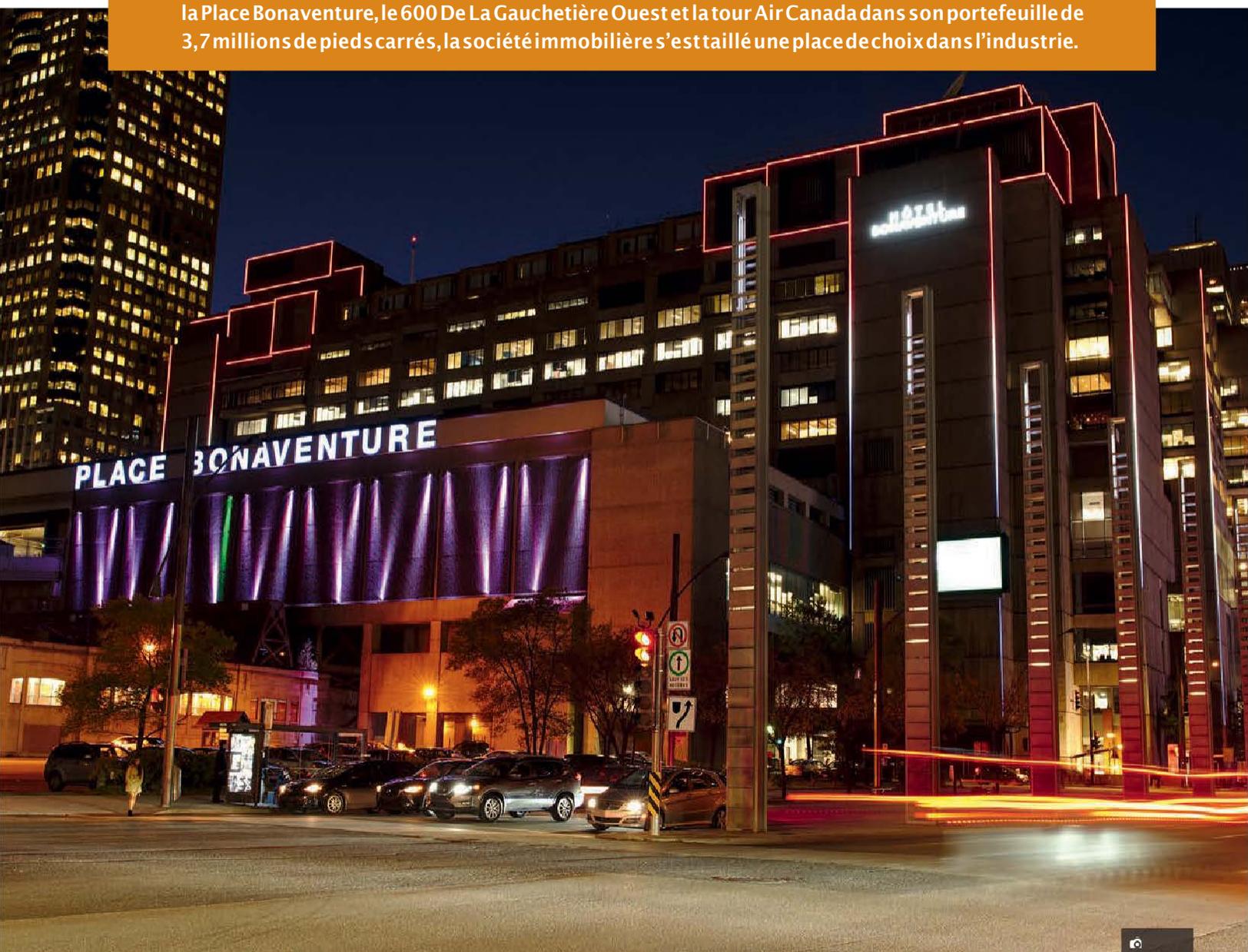
PP 41614528

KEVRIC

L'IMMOBILIER À VALEUR AJOUTÉE

PAR EMMANUELLE GRIL, JOURNALISTE

Même si elle a su demeurer à taille humaine, Kevric brasse de grosses affaires. Avec des édifices comme la Place Bonaventure, le 600 De La Gauchetière Ouest et la tour Air Canada dans son portefeuille de 3,7 millions de pieds carrés, la société immobilière s'est taillé une place de choix dans l'industrie.



La création de valeur est ce qui définit le mieux Kevric. Pour y parvenir, l'entreprise est présente tout au long de la chaîne de création de valeur en immobilier, depuis le financement de l'acquisition d'un actif jusqu'à la gestion de sa location. « Nous ne sommes pas un gestionnaire typique et nous sommes très impliqués dans le quotidien de nos propriétés », explique Richard Hylands, président et fondateur de Kevric. La compagnie est aussi passée maître dans le repositionnement et la revitalisation d'actifs de premier plan, mais qui ont été négligés avec le temps, afin de les redéployer dans une perspective nouvelle. Cette vision particulière a largement réussi à Kevric et lui a permis de faire sa marque dans un milieu pourtant hautement concurrentiel. Pas étonnant, donc, que son slogan soit « L'immobilier à valeur ajoutée ».

VOIR LES ACTIFS AUTREMENT

Fondée en 1986, Kevric était à ses débuts associée avec d'autres partenaires dans la réalisation de certains projets. Elle fait cavalier seul depuis 2005, date à laquelle Richard Hylands et un partenaire financier ont racheté les parts d'intérêt de ses anciens associés. Peu de temps après, François Desjeans, vice-président directeur et chef d'investissements et de gestion des actifs, est venu se joindre à l'aventure. « À l'origine, nous n'étions qu'une petite équipe, mais nous avons grandi et pris de l'expansion. Aujourd'hui, nous comptons une centaine d'employés, sans compter ceux qui œuvrent pour nous en impartition », mentionne Richard Hylands.

Avec une présence dans les marchés de Montréal, de Toronto et d'Ottawa / Gatineau, l'entreprise fait progressivement croître son portefeuille, mais prend soin de ne pas prendre de trop grosses bouchées à la fois, de façon à pouvoir atteindre ses objectifs, précise François Desjeans. « Notre stratégie est simple : chaque actif est unique et doit avoir sa propre signature. Nous cibons des bâtiments qui ont besoin d'être régénérés, ou encore des secteurs qui vont devenir de plus en plus recherchés à moyen terme. Pour y parvenir, nous analysons, par exemple, les mouvements dans les grandes villes », explique-t-il. À cet égard, il estime que Montréal accuse cinq ou six ans de retard par rapport à Toronto, où un mouvement de retour des entreprises vers le centre-ville est déjà bien amorcé.

Depuis ses débuts, Kevric a su cibler des propriétés qui ont parfaitement cadré avec cette philosophie.



JBC MÉDIA PAR DENIS BERNIER

RICHARD HYLANDS
Président et fondateur
Kevric

À Montréal, la Place Bonaventure en est un bel exemple, de même que le Dominion Square, plusieurs édifices dans le Mile-End, ainsi que le 1100 Atwater, terminé récemment. À Toronto, mentionnons le 150 Bloor Street West, le 99 Atlantic, ainsi que des studios de cinéma entièrement revitalisés et remis à niveau, le 65 Heward.

« Lorsque nous envisageons d'acheter un actif, notre travail commence avant même la phase d'acquisition. D'abord, nous le décortiquons entièrement, nous réfléchissons à ce que nous allons en faire, à la façon dont nous allons le repositionner. Notre plan d'affaires est prêt avant la prise de possession, et il est rare que l'on s'éloigne de la formule initiale une fois la transaction effectuée », souligne Richard Hylands.

Lors du travail réalisé en aval, l'équipe s'efforce de voir l'actif avec un œil neuf. « Cela demande de la vision et une bonne dose de créativité pour faire les choses autrement. On se lance des idées, tout le monde participe, cela fait partie de la culture d'entreprise », poursuit le président. « C'est la façon dont nous avons procédé pour le 1100 Atwater, un immeuble de bureaux. Plusieurs



La Place Bonaventure 2.0 devrait être achevée d'ici une vingtaine de mois environ», poursuit-il.

L'idée générale est de pousser le concept du plafond ouvert encore plus loin, en regroupant et en camouflant les différents services (aération, électricité, etc.), sous un panneau s'apparentant à une aile d'avion fixée au plafond. Le résultat est saisissant, créant un espace revampé et renouvelé qui paraît à la fois plus vaste et lumineux, avec une hauteur améliorée.



promoteurs souhaitaient l'acquérir, mais personne ne savait vraiment quoi en faire. Nous avons choisi de le transformer en campus équipé des dernières technologies. Aujourd'hui, les gens nous disent que c'est comme si le bâtiment était apparu dans le paysage! Ils ne l'avaient jamais remarqué alors qu'il était là depuis des années! », remarque François Desjeans.

PLACE BONAVENTURE 2.0

La Place Bonaventure témoigne de façon éloquente de la valeur ajoutée que Kevric réussit à conférer à ses actifs. Tout a commencé à la faveur d'une première cure de rajeunissement lors de son acquisition en 1997. « À l'époque, c'était un bâtiment fatigué. Nous l'avons acheté pour 36 millions de dollars, un coût carrément farfelu pour un édifice qui comptait plus de trois millions de pieds carrés! », se souvient Richard Hylands. Puis les rénovations ont commencé, et de nouveaux locataires ont fait leur entrée, notamment Fido. « Dans les années 2000, les espaces communs avaient déjà été repensés, et une vaste fenestration ajoutée sur les étages de bureaux. Aujourd'hui, nous entamons une autre phase de transformations majeures qui représentent environ 100 millions de dollars.





JBC MÉDIA PAR DENIS BERNIER

SÉBASTIEN HYLANDS
Vice-président développement
Kevric

« Nous offrons une qualité architecturale à laquelle les gens ne s'attendent pas », fait valoir Sébastien Hylands, vice-président développement, ingénieur de formation et détenteur d'un MBA, qui travaille au sein de la compagnie depuis 2015. « Des terrasses extérieures ont aussi été aménagées sur les étages, ce qui permet aux employés de sortir des bureaux et de prendre l'air. Pour intégrer davantage le bâtiment dans la trame urbaine et créer de nouveaux espaces locatifs, nous avons également ouvert la façade sur la rue De La Gauchetière », explique-t-il. Il faut dire que la Place Bonaventure constitue un vaste terrain de jeu, puisqu'un seul de ses étages équivaut à 10 étages de bureaux dans un immeuble classique. « Cela nous donne la possibilité de faire certaines choses qui seraient impossibles à réaliser ailleurs », se réjouit Sébastien Hylands.

Ce travail de repositionnement est toujours étroitement arrimé avec les besoins des locataires. Lorsque Rogers, qui occupait 300 000 pi² à la Place Bonaventure, a indiqué qu'il souhaitait déménager dans un autre bâtiment, l'équipe de Kevric a mis toute sa créativité à contribution. Des sondages ont même été réalisés auprès des employés du groupe de télécommunications pour mieux cerner leurs attentes. Au bout du compte, Kevric a été en mesure de présenter un plan de transformation dépassant les attentes de Rogers et surpassant l'offre d'autres immeubles de bureaux, lui évitant du même coup la perturbation et les frais d'un coûteux déménagement.



KEVRIC



KEVRIC



KEVRIC

Aujourd'hui, la Place Bonaventure affiche complet, et ce, pour les 20 prochaines années. À cet égard, Richard Hylands souligne le travail de Stéphanie Williams, la vice-présidente location. Aux yeux de cette dernière, il ne suffit pas de signer un contrat de location, il faut aussi accompagner le client à long terme. « C'est ce qui fait notre différence. Notre approche personnalisée s'appuie sur des recettes gagnantes : nos propriétés sont toutes bien localisées et desservies par les transports en commun, un incontournable pour attirer la main-d'œuvre. De plus, nous sommes bien conscients qu'au fil des ans, les besoins des locataires et de leurs employés ont beaucoup évolué. Par exemple aujourd'hui, de plus en plus de gens se déplacent en vélo, ils veulent des douches, des terrasses sur les toits, des espaces différents. Nous restons à l'affût et nous travaillons aussi à cibler les services qui se trouvent aux alentours de nos actifs pour bien connaître le quartier et faire valoir ses atouts », dit celle qui venait de conclure, au moment de l'entrevue, une importante transaction avec la Société de transport de Montréal : un terme total de plus de 20 ans et une superficie de 550 000 pi², soit la plus importante transaction de location de bureaux à Montréal pour l'année et probablement même au Canada !

PROJETS D'AVENIR

En vue des prochaines années, Kevric travaille à diversifier et à équilibrer son portefeuille, et son programme est déjà bien rempli. On y retrouve notamment le repositionnement du 600 De La Gauchetière Ouest, acquis l'été dernier. Une fois celui-ci achevé, Richard Hylands assure qu'il sera difficile de distinguer ce bâtiment, pourtant construit il y a une quarantaine d'années, d'un nouvel édifice. Il ajoute que cette façon de faire présente l'avantage de pouvoir ramener un actif sur le marché beaucoup plus rapidement que si l'on en bâtissait un neuf.



JBC MÉDIA PAR DENIS BERNIER

STÉPHANIE WILLIAMS
Vice-présidente location
Kevric

À Toronto, l'entreprise s'est aussi lancée dans la préparation de la construction de plusieurs tours résidentielles dans le nord-est du centre-ville, un vaste projet d'environ 3000 unités résidentielles locatives dans lequel Sébastien Hylands est activement impliqué. Finalement, neuf tours de 45 étages devraient sortir de terre sur les terrains excédentaires situés autour d'un complexe immobilier déjà détenu par Kevric. « Nous travaillons là-dessus depuis un an et demi. C'est un projet de grande envergure, mais qui va assurément avoir du succès, compte tenu de l'évolution et de la croissance exponentielle de la ville. Une station de métro sera située à côté, ce qui constitue un avantage majeur », souligne le vice-président développement.

Malgré l'envergure des projets qui figurent dans leur carnet de commandes, les dirigeants gardent les pieds sur terre. « Nous nous considérons comme une boutique, et notre ambition n'est pas de devenir un gros joueur, car nous y perdriions notre avantage concurrentiel. Nous avons un fort esprit entrepreneurial et nous voulons le préserver. Pour cela, il faut conserver notre agilité, les décisions peuvent se prendre plus rapidement chez nous que dans une structure lourde », dit-il. La preuve que la vision et la créativité d'une entreprise sont bien davantage à la base du succès que sa taille. 📍



KEVRIC

