

Communiqué de presse

Paris, le 6 novembre 2017

Le commerce parisien : une métamorphose en marche *Quel avenir pour les grandes artères commerçantes de la capitale ?*

Knight Frank France lance « Inside/Out », nouvelle série de publications dédiées aux nouvelles tendances du commerce et à leurs impacts sur le marché immobilier. Deux numéros de cette série paraîtront chaque année, en amont du SIEC et du MAPIC, principaux rendez-vous des acteurs français et internationaux de l'immobilier de commerces.

Honneur à Paris pour ce premier numéro d'« Inside/Out ». La riche actualité, récente et à venir, de la capitale est ainsi l'occasion pour Knight Frank de faire l'état des lieux des dernières tendances de l'immobilier de commerces dans la capitale, et de dessiner quelques perspectives d'évolution pour ses grandes artères et principaux quartiers commerçants.

Le marché parisien des commerces : de l'état de choc à l'état de grâce

Retour des touristes étrangers, accélération de la croissance économique, attribution des Jeux Olympiques de 2024... Après les attentats de 2015, la ville de Paris semble être passée en à peine quelques mois de l'état de choc à un quasi état de grâce. Son marché des commerces a lui-même profondément évolué, conforté par la création des zones touristiques internationales, la généralisation de l'ouverture dominicale et l'inauguration de projets emblématiques comme le Marché Saint-Germain et le nouveau Forum des Halles.

« Ce n'est pas fini. Créations et restructurations d'équipements commerciaux, ouvertures de flagships, arrivées de nouveaux entrants... d'autres projets seront prochainement inaugurés, si bien que les mois nous séparant du début des années 2020 pourraient constituer une période importante de l'histoire du commerce parisien » annonce Antoine Salmon, Directeur du département Retail Leasing de Knight Frank France. Outre certains changements politiques et économiques, souvent difficiles à prévoir, d'autres facteurs, liés plus ou moins directement au commerce, ne sont pas à négliger. Ainsi, la progression attendue du tourisme international, les ouvertures et rénovations d'hôtels de luxe (réouverture du Lutétia, inaugurations du Cheval Blanc Samaritaine et de l'hôtel Fauchon, extension du Costes, etc.), ou le développement de projets culturels ambitieux (Fondation Galeries Lafayette, Fondation Pinault, etc.) joueront également un rôle important, à même d'asseoir le succès de la place parisienne sur la scène mondiale dans un contexte réglementaire offrant plus de stabilité et de lisibilité aux enseignes internationales.

Perspectives d'évolution des grandes artères commerçantes parisiennes

Si la hiérarchie des grandes artères parisiennes ne devrait pas être bouleversée, les perspectives d'avenir que Knight Frank dessine pour chacune d'entre elles laissent tout de même entrevoir plusieurs évolutions notables. Plus ou moins dynamiques, certains axes consolideront leur position tandis que d'autres monteront nettement en puissance, au point parfois de contribuer à resserrer les liens unissant les différentes polarités du cœur de la capitale, pour aboutir *in fine* à la constitution d'un ensemble commercial plus dense et plus homogène.

Le Marais tient une place particulière sur le marché immobilier des commerces à Paris. Ainsi, son dynamisme et l'ampleur des projets en cours sont tels qu'il convient de s'y attarder.

Le Marais : "The place to be"

Le positionnement « *trendy* » qui a fait le succès du Marais ne date certes pas d'hier : quelques concept-store pionniers, comme L'Eclaireur, entretiennent depuis longtemps son image de laboratoire des tendances, que les dernières années n'ont fait que conforter. Tout en procédant ponctuellement à quelques arbitrages, plusieurs grands noms du luxe accessible, comme The Kooples, Maje ou Zadig & Voltaire, y ont resserré leur maillage, tandis que les géants de la « *fast-fashion* » y ont multiplié les projets (Uniqlo en 2014 rue des Francs-Bourgeois après COS rue des Rosiers, et avant Weekday et & Other Stories, enseignes du groupe H&M, rue Vieille du Temple). « *Nouveaux entrants, boutiques de marques et pop-up stores y ont également proliféré, illustrant l'importance stratégique d'une installation dans le Marais comme vecteur de communication. Mais cette évolution ne se limite pas, loin s'en faut, au secteur de la mode, et le Marais est aussi devenu une destination incontournable pour les aficionados de cosmétiques haut de gamme et de concepts pointus de restauration* » explique Antoine Salmon.

Les prochaines années accentueront la variété des types d'enseignes présentes dans le quartier, son positionnement résolument tendance et l'internationalisation galopante de sa clientèle ; de quoi alimenter et pérenniser la forte demande des enseignes pour ce territoire situé au cœur de la capitale et profitant d'un patrimoine architectural exceptionnel.

Quelques artères devraient rester une cible privilégiée, au premier rang desquelles la rue des Francs-Bourgeois et la rue Vieille du Temple.

- La multiplication des ouvertures recensées ces deux dernières années (Chanel Beauté, Petit Bateau, Lancel, Nespresso, etc.) suffit à témoigner de l'appétit des enseignes pour la rue des Francs-Bourgeois ; un attrait que devrait conforter la réhabilitation de l'Hôtel de Coulanges, destiné, dans le cadre du concours « Réinventer Paris », à devenir d'ici 2019 un lieu consacré à la mode et au design, offrant espaces de coworking et concept-stores de créateurs.
- Rue Vieille du Temple, la liste des ouvertures récentes ou à venir est tout aussi longue (Maxime Simoens, Weekday et & Other Stories, Grom, Bobbies, Hipanema, etc.). Mais l'actualité récente a surtout été dominée par la cession de l'Hôtel Amelot de Bisseuil. Abrisant depuis quelques mois un pop-up Chanel dont on dit qu'il pourrait devenir permanent, ce joyau patrimonial devrait par ailleurs héberger d'ici 2018 une résidence hôtelière de luxe avec spa et restaurant.
- Quant à la rue des Archives, le luxe y a fait une entrée très remarquée en 2014-2015 (Givenchy, Moncler, Fendi, Gucci et Valentino), qui n'a toutefois pas été suivie depuis par de nouvelles ouvertures d'enseignes aussi emblématiques ou exclusives. Les derniers mouvements ont ainsi concerné des créateurs et des marques haut de gamme (John Galliano), et se sont le plus souvent limités au bas de la rue, à proximité plus ou moins immédiate du BHV. La poursuite de cette montée en gamme mesurée et géographiquement limitée est prévisible. Elle bénéficiera notamment de l'ouverture d'un nouvel hôtel de luxe à l'angle de la rue de la Verrerie, et de la popularité croissante du Marais auprès d'une clientèle internationale jeune, plus variée et sophistiquée. Le dynamisme de la rue des Archives pourrait par ailleurs se propager plus au nord – mais sur un positionnement moins haut de gamme – du fait de la livraison de l'opération de bureaux « Cœur Marais » et de l'ouverture par WeWork d'un espace de coworking de 7 000 m².

La géographie commerciale du Marais ne sera pas chamboulée mais pourrait toutefois évoluer. « *La rue Sainte-Croix de la Bretonnerie devrait monter dans la hiérarchie des grandes artères commerçantes du quartier. Moins prisée jusqu'au début des années 2010 en raison de la concentration de la demande des enseignes sur un nombre limité d'artères, comme la rue des Francs-Bourgeois, la rue Vieille du Temple, ou la rue des Rosiers, cette rue a progressivement suscité un plus grand intérêt de la part des enseignes* » précise Antoine Salmon. Plusieurs ouvertures y ont notamment été recensées depuis 2012, comme Diesel, Levis ou Casio. Mais c'est l'installation par Nature & Découvertes en 2015 d'un flagship de 500 m² qui a véritablement marqué les esprits et révélé tout le potentiel de la rue. Offrant quelques opportunités, plus rares sur d'autres axes, et tirant profit du dynamisme plus général du Marais, la rue Sainte-Croix de la Bretonnerie doit désormais bénéficier de la concrétisation de deux des projets les plus attendus du quartier : projet culturel d'une part avec l'inauguration en 2018 de la Fondation des Galeries Lafayette dans un bâtiment industriel situé rue du Plâtre et réhabilité par le célèbre architecte Rem Koolhaas, et projet commercial d'autre part avec l'ouverture la même année de la première grande surface alimentaire en France de l'enseigne Eataly. « *La rue Sainte-Croix de la Bretonnerie fait désormais pleinement partie du parcours shopping du Marais. Sa montée en puissance devrait même à terme en faire une épine dorsale du quartier. Reliant la rue des Archives aux axes historiques du Marais, comme la rue Vieille du Temple ou la rue des Rosiers, la rue Sainte-Croix de la Bretonnerie assure aussi le lien avec un autre secteur, celui de Beaubourg/Les Halles, en plein essor depuis la rénovation du Forum et de ses alentours* » conclut Antoine Salmon.

Plan de l'étude (version intégrale à paraître le 13 novembre 2017)

Horizon dégagé pour le marché parisien des commerces

*Un gisement important de touristes
Une offre d'hébergement haut de gamme renforcée
Des arrivées de nouvelles enseignes
Un contexte réglementaire plus favorable*

Une nouvelle étape importante de l'histoire du commerce parisien

Perspectives d'évolution des grandes artères commerçantes parisiennes

*Champs-Élysées : le changement dans la continuité
Au cœur du luxe parisien : La rue Saint-Honoré étend son emprise
Saint-Germain / Rue de Sèvres / Rue de Grenelle : Rive gauche, rien de nouveau ?
Madeleine / Capucines : La Madeleine retrouve son lustre
Le Marais : The place to be
Rivoli : Le temps des grandes manœuvres*

Knight Frank en bref

Fondé il y a plus de 120 ans en Grande-Bretagne, le groupe Knight Frank apporte aujourd'hui son expertise en tant que conseil international en immobilier grâce à plus de 15 000 collaborateurs intervenant depuis 418 bureaux dans 60 pays.

Sa branche française, créée il y plus de 40 ans, intervient sur le marché de l'immobilier d'entreprise, principalement celui des bureaux, mais aussi ceux des commerces, des bâtiments industriels ou logistiques.

Elle s'adresse à deux clientèles distinctes : les propriétaires investisseurs et les entreprises utilisatrices.

Avec ses 80 collaborateurs intervenant depuis Paris, Knight Frank France est organisée autour de 6 lignes de métier : Bureaux (Agence), Commerce, Capital Markets, Property Management, Knight Frank Valuation et L'Atelier Knight Frank (conseil en aménagement d'espaces).

www.knightfrank.fr

www.immobilier.knightfrank.fr

Contact Presse Knight Frank :

Galivel& Associés – Carol Galivel / Doriane Fougères 01 41 05 02 02

21-23, rue Klock - 92110 Clichy - Fax : 01 41 05 02 03 - galivel@galivel.com - www.galivel.com