

L'IMMOBILIER DE COMMERCE EN FRANCE

BILAN 2017 & PERSPECTIVES 2018



Economie

- **L'économie française** a atteint en 2017 son **rythme de croissance le plus élevé depuis 2011**, même si les dépenses des ménages ont diminué sur un an en raison d'une hausse de l'inflation et de moindres gains de pouvoir d'achat. La consommation devrait **retrouver de l'allant en 2018 et, surtout, 2019**.
- Après une très mauvaise année 2016, **2017 pourrait établir un nouveau record en matière de nuitées touristiques à Paris**. Les grandes métropoles régionales (Bordeaux, Lyon, Toulouse, etc.) ont également attiré plus de visiteurs, tandis que **les touristes étrangers ont fait leur retour sur la Côte d'Azur**.

Enseignes

- **Les performances des différents secteurs d'activité restent très contrastées**, sur fond de bouleversements profonds illustrés en 2017 par de nouveaux **mouvements de concentration** (Bricomarché/Bricorama, Gifi/Tati, Gamm Vert/Jardiland, etc.) et de cessions d'enseignes, actées ou en projet (Besson, André, etc.).
- Les enseignes ne cessent d'**adapter leur réseau à la nouvelle réalité du commerce**. Si plusieurs cèdent ou repositionnent leurs magasins, toutes ont généralement en commun de **promouvoir le « phygital » et d'améliorer l'expérience d'achat**.

Locatif

- Les arbitrages des enseignes pèsent avant tout sur les sites et emplacements secondaires, mais de bons sites peuvent également être affectés (rotation accélérée des enseignes, pression à la baisse sur les valeurs locatives). Aucun format n'est épargné, **le succès d'un site dépendant de ses qualités intrinsèques plus que de la typologie d'actif**.
- **Le marché parisien** reste dynamique et garde **une place à part dans l'Hexagone** en raison de son statut de vitrine internationale, conforté par le retour des touristes étrangers, et des projets importants à venir au cœur de la capitale.

Investissement

- Près de **3,9 milliards d'euros** ont été investis sur le marché des commerces en 2017, soit une **baisse de 19 % sur un an** et 14 % des montants engagés dans l'Hexagone, une **part au plus bas depuis 2008**.
- La répartition par typologie d'actif est **plus équilibrée que lors des trois années précédentes**. Les pieds d'immeuble restent les plus prisés, avec une **part de 39 %**. **La part des centres commerciaux augmente assez nettement**, sans retrouver le niveau antérieur à 2016. **Proches du record de 2016**, les volumes investis sur le marché des PAC* restent bien supérieurs à leur moyenne de long terme.

ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE



Accélération de la croissance

Indicateurs économiques de la France

Croissance annuelle en %, sauf indication contraire

Indicateur	2016	2017	2018p	2019p
PIB	1,1	1,9	1,7	1,8
Inflation	0,3	1,2	1,4	1,2
Consommation des ménages	2,1	1,2	1,5	1,7
Revenu des ménages ¹	1,8	1,6	1,7	2,5
Confiance des ménages ²	99	105	-	
Chômage (France entière)	10,1	9,6	9,6	9,2

¹Revenu disponible brut réel des ménages

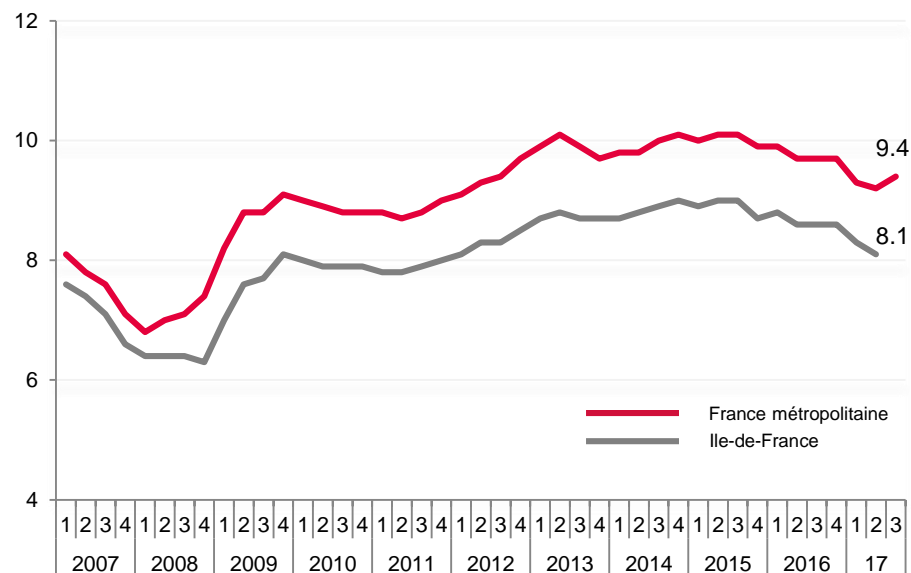
²Indicateur synthétique, à la fin décembre de chaque année.

Sources : INSEE / Banque de France

Lente décrue du chômage

Évolution du taux de chômage

% population active



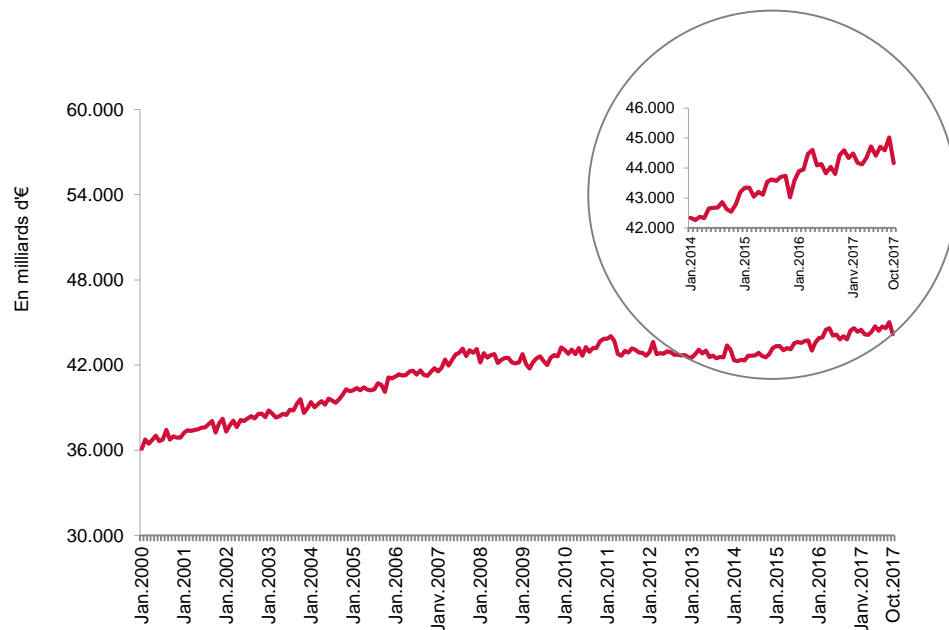
Source : INSEE

- Après plusieurs années de croissance molle (+ 1,0 à 1,1 % entre 2014 et 2016), **l'économie française a atteint en 2017 son rythme de croissance le plus élevé depuis 2011 (+ 1,9 %)** grâce à la **hausse de l'investissement des entreprises** et au rebond des exportations, même si la contribution du commerce extérieur reste négative.
- L'amélioration du climat des affaires pourrait être confortée par **les réformes entreprises depuis quelques mois et les nouvelles orientations de politique économique**, qui contribueraient également au redressement des finances publiques.

Ré-accélération en vue

Volume des ventes du commerce de détail

En France, volumes aux prix de l'année précédente chaînés



Source : INSEE

Retour de la confiance

Opinion des ménages

Indicateur synthétique – Données CVS-CJO



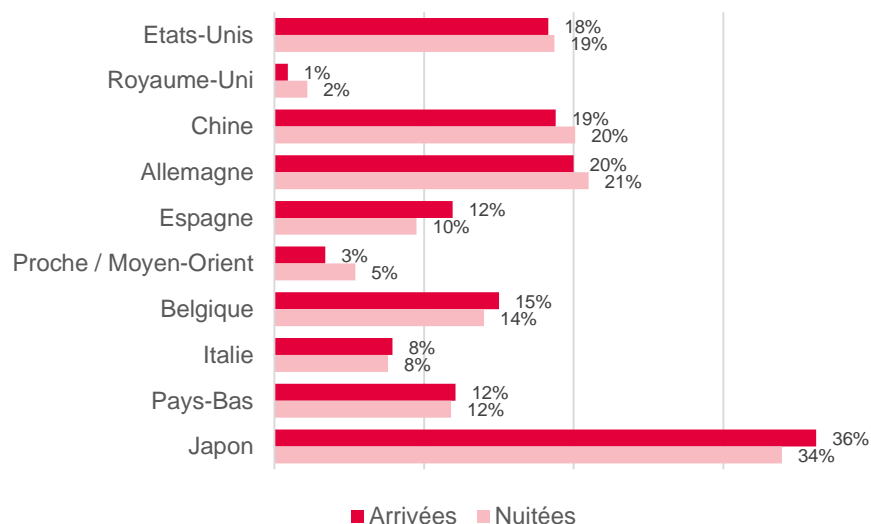
Source : INSEE

- Après la forte hausse de 2016 (+ 2,1 %), **la consommation des ménages a perdu de la vigueur en 2017** sous l'effet d'une hausse de l'inflation, de gains de pouvoir d'achat moins élevés et d'une légère remontée du taux d'épargne, qui avait atteint en 2016 son niveau le plus bas depuis le début des années 1990.
- Après une légère accélération en 2018, **le rebond de la consommation des ménages devrait être plus prononcé en 2019 et 2020** en raison des allègements d'impôts et d'une amélioration des revenus financiers.

Tourisme : une année 2017 record ?

Évolution des principales clientèles internationales

En Ile-de-France, variation 2016/2017 de janvier à octobre

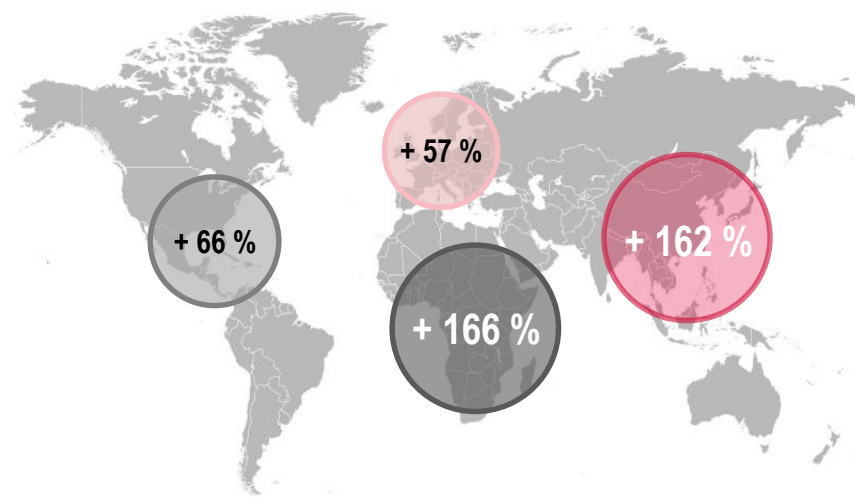


Source : CRT Ile-de-France

Des perspectives encourageantes

Hausse des arrivées de touristes internationaux 2010-2030

Prévisions de croissance cumulée en %



Source : OMT

- De janvier à octobre, **le nombre de nuitées hôtelières en Ile-de-France a progressé de 11 %** grâce à la hausse conjointe du tourisme d'affaires et des clients français (+ 6,9 %) et étrangers (+ 13,9 %).
- Les perspectives sont encourageantes.** 54 % des professionnels franciliens du tourisme interrogés par le CRT (Comité Régional du Tourisme d'Ile-de-France) anticipent une amélioration de leur activité en 2018. À plus long terme, Paris profitera de la **croissance du tourisme mondial**, avec une **hausse de 3,3 % des arrivées internationales prévue entre 2010 et 2030** (+ 2 % en Europe de l'Ouest).

Des performances contrastées

Évolution des ventes du commerce de détail

Performances de quelques secteurs d'activité en France

Ameublement

Croissance annuelle
À fin octobre



▲ 2,0 %

Habillement

Croissance annuelle
À fin novembre



▲ 0,9 %

Bricolage

Croissance trimestrielle
À fin novembre



▲ 0,3 %

Alimentation

Croissance trimestrielle
À fin novembre



▼ 0,4 %

Sources : IFM, IPEA, FMB, Banque de France

Cessions tous azimuts

Exemples d'acquisitions et de cessions

Opérations récentes, en cours et à venir

FNAC DARTY



Besson
-chaussures-



NAF NAF
PARIS



TABLAPIZZA

Jardiland
CULTIVEZ VOTRE BIEN-ÊTRE



ERIC BOMPARD
CACHEMIRE PARIS

Sources : Knight Frank, presse

- L'année 2017 a vu de nouveaux **mouvements de concentration** (Bricomarché/Bricorama, Gifi/Tati, etc.) et de projets de cession (Besson, André). Quelques secteurs sont plus ébranlés que d'autres, comme celui **la mode**, même si **ses ventes redeviendront positives en 2017** après 10 longues années de baisse.
- Si plusieurs acteurs cèdent ou repositionnent leurs magasins, **tous adaptent leur réseau à la nouvelle réalité du commerce** (promotion du « phygital », amélioration de l'expérience d'achat, etc.).

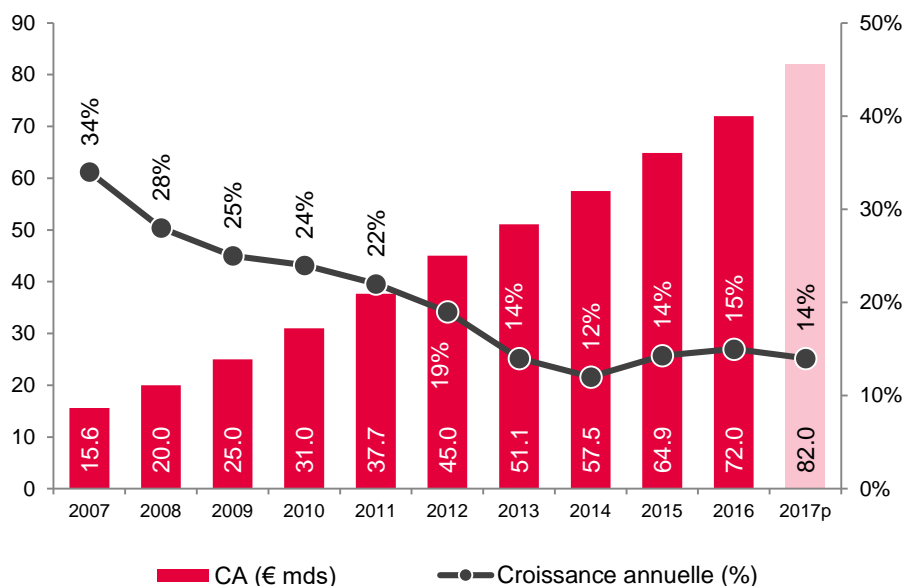
STRATÉGIES DES ENSEIGNES & FORMATS COMMERCIAUX



Un rythme de croissance soutenu

Chiffre d'affaires du E-commerce

En France, volumes aux prix de l'année précédente chaînés

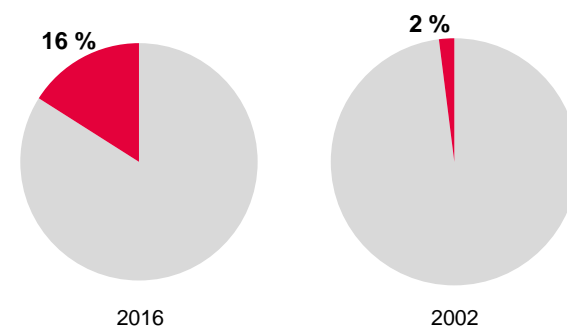


Source : Fevad

Percée du mobile et du click & collect

Part du m-commerce sur l'ensemble des ventes en ligne

Source : Fevad



« Grace à la performance des plateformes web allié au **développement continu du maillage territorial**, les ventes omnicanales atteignent 48% des ventes internet Groupe du trimestre ».

Source : Groupe FNAC-Darty, Résultats du 3^e trimestre 2017.

- L'e-commerce a conservé un rythme de croissance soutenu en 2017, avec **des ventes qui devraient dépasser les 80 milliards d'euros** (+ 14 % sur un an). La barre des 100 milliards pourrait être franchie en 2020.
- **La croissance du e-commerce est portée par le canal mobile** (+ 48 % sur un an au 3T 2017), **la percée des « marketplaces »** (+ 16 % sur un an au 3T 2017) et la progression des ventes en ligne de certaines catégories de produits, comme **la mode** (16 % du CA du e-commerce, devant l'alimentation).

De nombreux projets d'expansion

Exemples d'enseignes en développement

En France, par activité

Source : Knight Frank

MODE / SPORTSWEAR	RESTAURATION	ALIMENTATION	DISCOUNT / BAZAR	AUTRES
Armani Exchange	231 East Street	Ange	Action	Amazing Jewelry
Chaussea	Au Bureau	Bio C Bon	Centrakor	Basic Fit
Happychic	Beef House	Grand Frais	Costco	Cultura
H&M	Bistro Régent	Kusmi Tea	Easy Cash	Jimmy Fairly
JD Sport	Five Guys	La Vie Claire	Gifi	Leroy-Merlin
Jott	Memphis Coffee	Marie Blachère	Hema	Maxi Zoo
Le Slip français	O'Tacos	Naturalia	La Foir'Fouille	Orchestra
Primark	Prêt à Manger	NaturéO	Maxi Bazar	Rituals
Superdry	Starbucks	Nespresso	Stokomani	Saga Cosmetics
Uniqlo	Steack n'Shake	Nostrum	Tiger	Sostrene Grene
Vib's	Wagamama	Palais des Thés	Zeeman	Zôdio

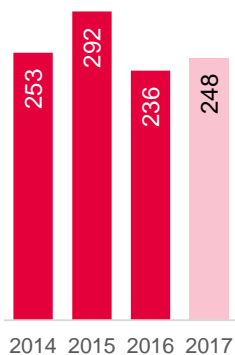
- Les projets d'expansion restent nombreux, portés par la **croissance de certains secteurs d'activité** (restauration, fitness, beauté, etc.), l'**essor continu de la franchise**, et la production de nouveaux concepts.
- Si le **nombre de nouveaux entrants reste relativement limité**, 2017 a vu l'arrivée de plusieurs enseignes étrangères sur divers segments de marché (Urban Outfitters, Kate Spade, Yamamay, Amazing Jewelry, Deichmann, etc.).

Une révolution permanente

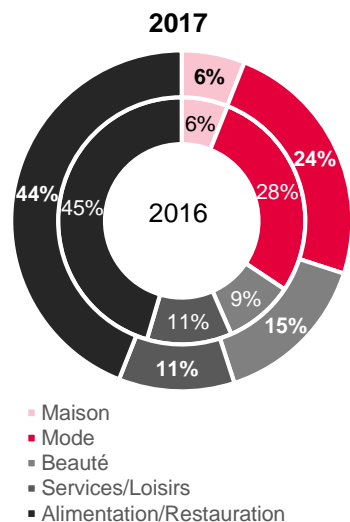
Production de nouveaux concepts

Tous secteurs, en France

Nombre de nouveaux concepts par an



Répartition par secteur d'activité en 2016 et 2017



Source : La Correspondance de l'Enseigne

L'éphémère a le vent en poupe

Exemples de pop-up stores recensés en 2017

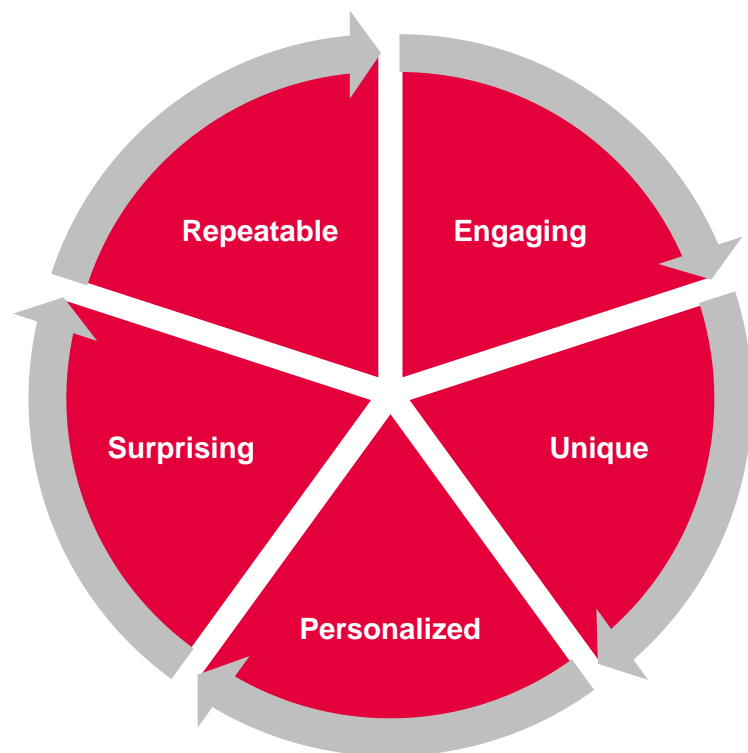
Enseigne	Ville	Adresse
CARTIER	Paris 7	76 rue des Saints-Pères
DIOR	Paris 1	386 rue Saint-Honoré
ETAM / UNDIZ	Paris 8	118 av. des Champs-Élysées
KENZO	Paris 3	120 rue Vieille du Temple
LA GRANDE RÉCRÉ	Paris 4 / 8	Rue de Rivoli / Champs-Élysées
LEBONCOIN	Paris 9	17 bis boulevard Haussmann
LOLĚ	Labège	CC Labège 2
NUXE	Paris 1	32 rue Montorgueil
ROSSIGNOL	Paris 2	24 rue de la Paix
TIFFANY & CO	Paris 4	21 rue du Bourg Tibourg
VANS	Paris 5	5 rue Lacépède
ZENITH	Paris 1	23 place Vendôme

Source : Knight Frank

- Après la baisse de 2016, la production de nouveaux concepts est de nouveau orientée à la hausse. **Les secteurs de l'alimentation, de la restauration et de la mode en représentent les deux tiers**, devant celui de la beauté.
- La multiplication des pop-up stores est une des manifestations les plus évidentes des révolutions en cours sur le marché immobilier français. Pop-up stores, mais aussi show-rooms et boutiques de marques constituent ainsi de nouveaux formats de plus en plus prisés, témoignant des **nouvelles relations que les marques cherchent à tisser avec les consommateurs**.

L'expérience avant tout

“Experiences won't just sell products. Experiences will be the products.”



Source : Doug Stephens, retailprophet.com



L'Occitane/Pierre Hermé, 86 Champs-Élysées



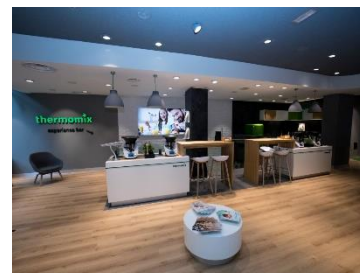
House of Vans Paris, Rue Lacépède



Espace communautaire Kiehl's, Bastille



L'Appartement Morgan, 11 av. de l'Opéra



Showroom Vorwerk, 5 bd des Capucines



Showroom Maisons du Monde, 100 rue du Bac



LE MARCHÉ LOCATIF RUES COMMERCANTES

Un marché parisien dynamique

Tendances du marché des rues commerçantes à Paris

- **Les touristes**, dont la fréquentation avait fortement chuté en 2016, **ont fait un retour en force** dans la capitale, sur fond de progression des ouvertures dominicales au sein des ZTI. Le cru 2017 sera l'un des meilleurs jamais observés, comme l'indique la hausse de 11 % sur un an des nuitées hôtelières sur les 10 premiers mois de l'année (+ 14 % pour les touristes étrangers).
 - L'**accélération du taux de rotation des enseignes** affecte avant tout les emplacements 1 bis et secondaires, mais concerne également les axes prime. Cette évolution ne remet pas en cause le modèle du flagship. Loin de s'essouffler, il demeure le **format indispensable du développement physique des enseignes** qui, parallèlement, renforcent leur présence sur le web. Les **pop-up stores** tendent également à se multiplier, sur divers segments de marché (luxe, mode, beauté, etc.).
 - **Le nombre de nouveaux entrants reste assez limité**, mais quelques arrivées ont été enregistrées en 2017 sur les meilleurs axes de la capitale, comme Urban Outfitters rue de Rivoli, Kate Spade rue Saint-Honoré ou Rains dans le Marais. D'autres enseignes étrangères ont à l'inverse quitté le territoire français (Marks & Spencer – hors M&S Food, Costa Coffee, Banana Republic).
 - **Certains secteurs d'activité restent très dynamiques**, comme la beauté, le sport et le fitness, ou l'alimentation et la restauration.
- Après l'inauguration de la Grande Épicerie rue de Passy, Le Printemps du Goût, Maison Plisson ou Eataly sont parmi les prochaines ouvertures les plus significatives.
- Les derniers mois ont aussi confirmé l'essor de **concepts urbains d'enseignes traditionnellement présentes en périphérie** (Heytens ou Maisons du Monde, après Weldom, Gifi, etc.), tandis qu'**industriels et pure-players du web continuent d'investir le champ du commerce physique** (Vorwerk, Dyson, Birchbox, etc.).
 - Hors du segment du luxe, dominé par le succès de la rue Saint-Honoré, deux quartiers restent particulièrement animés : le Marais et **les Champs-Élysées, où plus de 15 transactions ont été recensées depuis le début de 2016**. D'autres artères connaissent un **net regain d'intérêt, à l'image de la rue de Passy et surtout de la rue de Rivoli**, dont l'environnement proche bénéficie de la dynamique liée à la fin ou à l'avancée de plusieurs projets majeurs (« Forum des Halles », « Samaritaine », etc.).
 - À l'exception de ces deux dernières artères, dont les meilleurs emplacements enregistrent une légère pression à la hausse, **les valeurs locatives prime demeurent globalement stables**. Les moins bons emplacements des axes prime peuvent ponctuellement subir une pression à la baisse, plus marquée encore sur les axes 1 bis et secondaires.

Exemples de transactions récentes à Paris

Source : Knight Frank

Enseigne	Adresse	Arrondissement	Surface (m ²)	Loyer ZA (€/m ²)*
Nike	79 Avenue des Champs-Élysées	Paris 8	4 500	14 500
Citadium	65-67 Avenue des Champs-Élysées	Paris 8	1 550	7 500
Foot Locker	66 Avenue des Champs-Élysées	Paris 8	1 400	10 500
Dyson	5 rue Auber	Paris 9	1 200	1 900
Maisons du Monde	29 avenue de Wagram	Paris 17	1 100	1 000
L'Occitane	86 Avenue des Champs-Élysées	Paris 8	750	20 500
Weston	55 Avenue des Champs-Élysées	Paris 8	600	14 300
Steak n' Shake	25 boulevard Sébastopol	Paris 1	500	1 300
Christian Louboutin	400 rue Saint-Honoré	Paris 1	400	11 300
Women's Secret	12 rue de Passy	Paris 16	250	2 200
Christofle	221 rue Saint-Honoré	Paris 1	250	5 800
Yellow Korner	47 rue de Sèvres	Paris 6	250	1 800
Moschino	255 rue Saint-Honoré	Paris 1	200	11 800
Tumi	63 Avenue des Champs-Élysées	Paris 8	150	9 100



L'Occitane/Pierre Hermé, 86 Champs-Élysées



Foot Locker, 66 Champs-Élysées

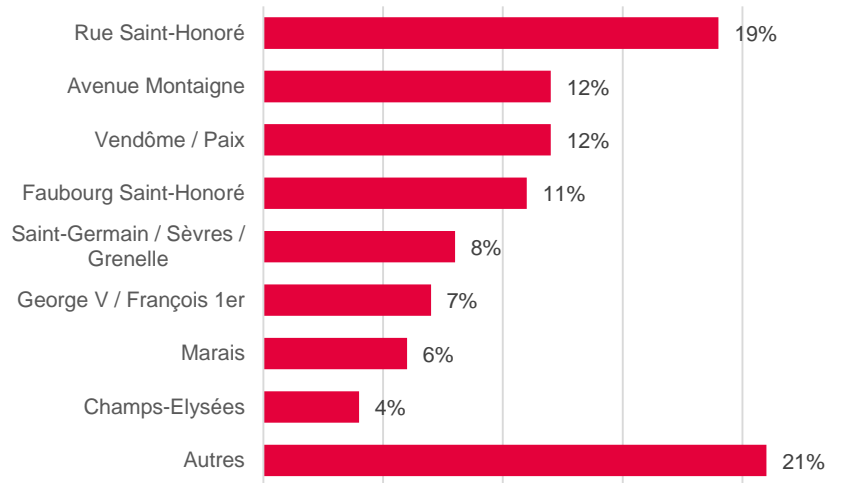
*Valeurs arrondies pour les besoins de la présentation

Rue Saint-Honoré : toujours la plus prisée

Focus sur le marché du luxe parisien

Répartition des ouvertures par artère

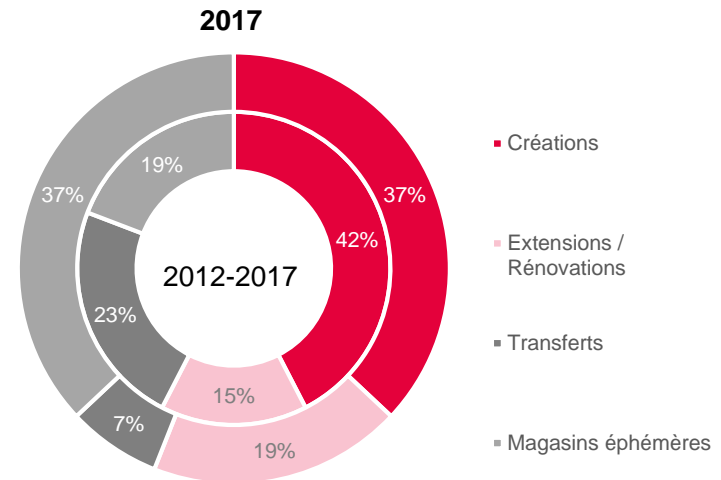
Part en %, sur le total des ouvertures 2012-2017 à Paris



Source : Knight Frank

Répartition des ouvertures par type

Part en %, sur le total des ouvertures à Paris



Source : Knight Frank

- Malgré un **contexte plus porteur** (retour des touristes étrangers, reprise des ventes du secteur à l'échelle mondiale, résultats des grands groupes, etc.), le marché du luxe a été moins animé en 2017 à Paris avec une **nette baisse du nombre d'ouvertures** par rapport à 2016.
- Quelques **grandes tendances** ont été confirmées : le **succès de la rue Saint-Honoré**, où plusieurs autres ouvertures sont attendues en 2018 (Saint Laurent, Moschino, Graff, etc.), celui des **pop-up stores**, dont la part augmente au fil des ans, et la priorité donnée à l'ouverture de « **Maisons** », idéalement situées et offrant une expérience d'achat toujours plus sophistiquée (Louis Vuitton place Vendôme).

Stabilisation des valeurs locatives

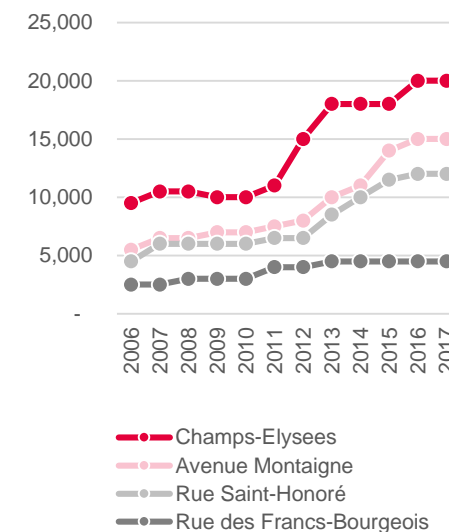
À Paris, en €/m²/an Zone A*

Source : Knight Frank

Rue ou zone commerçante	Arrondissement	Loyer au 4T 2016	Loyer au 4T 2017	Évolution annuelle
Avenue des Champs-Élysées	Paris 8	20 000	20 000	→
Avenue Montaigne	Paris 8	15 000	15 000	→
Rue du Faubourg Saint-Honoré	Paris 8	15 000	15 000	→
Rue Saint-Honoré	Paris 1	12 000	12 000	→
Boulevard Haussmann	Paris 8 / 9	6 000	6 000	→
Sèvres / Saint-Germain	Paris 6 / 7	6 000	6 000	→
Marais	Paris 3 / 4	5 000	5 000	→
Capucines / Madeleine	Paris 1 / 2 / 8 / 9	4 000	4 000	→
Rue de Rivoli	Paris 1 / 4	4 000	4 000	↑
Rue de Passy	Paris 16	2 500	3 000	↑

Évolution des valeurs locatives prime

Entre 2006 et 2017, sur quelques artères parisiennes, en €/m²/an, Zone A*



Source : Knight Frank

*Valeur locative : loyer + cession (droit au bail/fonds de commerce) décapitalisé

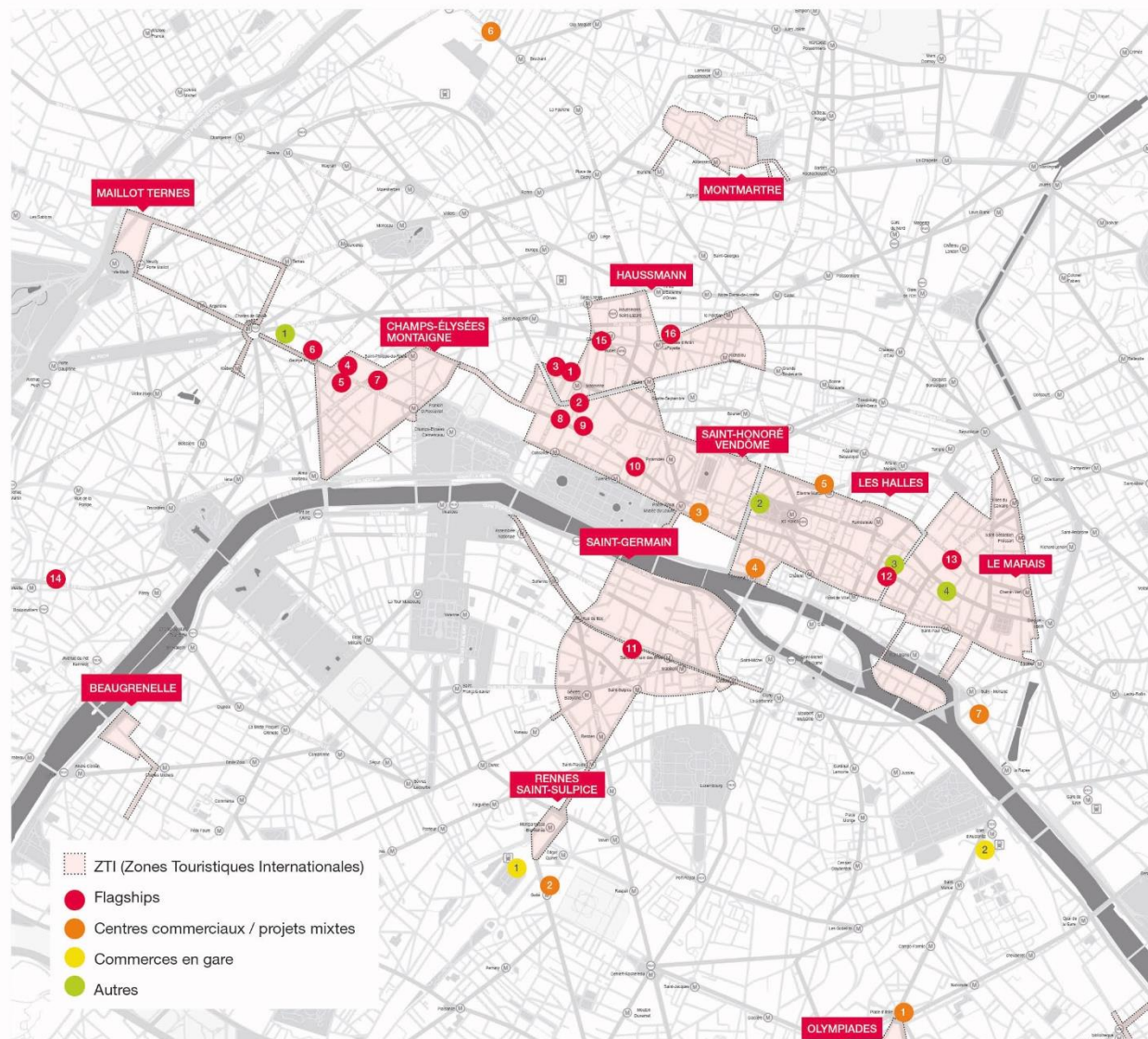
Une métamorphose en marche

Exemples de projets récents et à venir

À Paris, entre 2017 et 2021

Source : Knight Frank

- | | |
|---|--|
| 1 Leroy-Merlin
Place de la Madeleine | 9 Chanel
Rue Saint-Honoré |
| 2 Ex C&A
Boulevard de la Madeleine | 10 Saint Laurent
Rue Saint-Honoré |
| 3 Hédiard
Place de la Madeleine | 11 Ex Infinifit
Boulevard Saint-Germain |
| 4 Kiko
Avenue des Champs-Élysées | 12 Eataly
Rue Sainte-Croix de la Bretonnerie |
| 5 Nike
Avenue des Champs-Élysées | 13 ex-G20
Rue Vieille du Temple |
| 6 Apple
Avenue des Champs-Élysées | 14 Grande Épicerie de Paris
Rue de Passy |
| 7 Galeries Lafayette
Avenue des Champs-Élysées | 15 Ex Benetton
Boulevard Haussmann |
| 8 Dior
Rue Saint-Honoré | 16 H&M
Rue Lafayette |
| 1 Italk
Place d'Italie | 1 Gare Montparnasse |
| 2 Gaité-Montparnasse
Avenue du Maine | 2 Gare d'Austerlitz |
| 3 Louvre des Antiquaires
Place du Palais-Royal | 1 Cinéma MK2
Avenue des Champs-Élysées |
| 4 Samaritaine/DFS
Quai du Louvre | 2 Fondation Pinault
Rue de Viarmes |
| 5 Poste du Louvre
Rue du Louvre | 3 Lafayette Anticipations
Rue du Plâtre |
| 6 ZAC Clichy Batignolles | 4 Hôtel de Coulanges
Rue des Francs Bourgeois |
| 7 Morland Mixité Capitale
Boulevard Morland | |



Une année dynamique pour les plus grandes métropoles

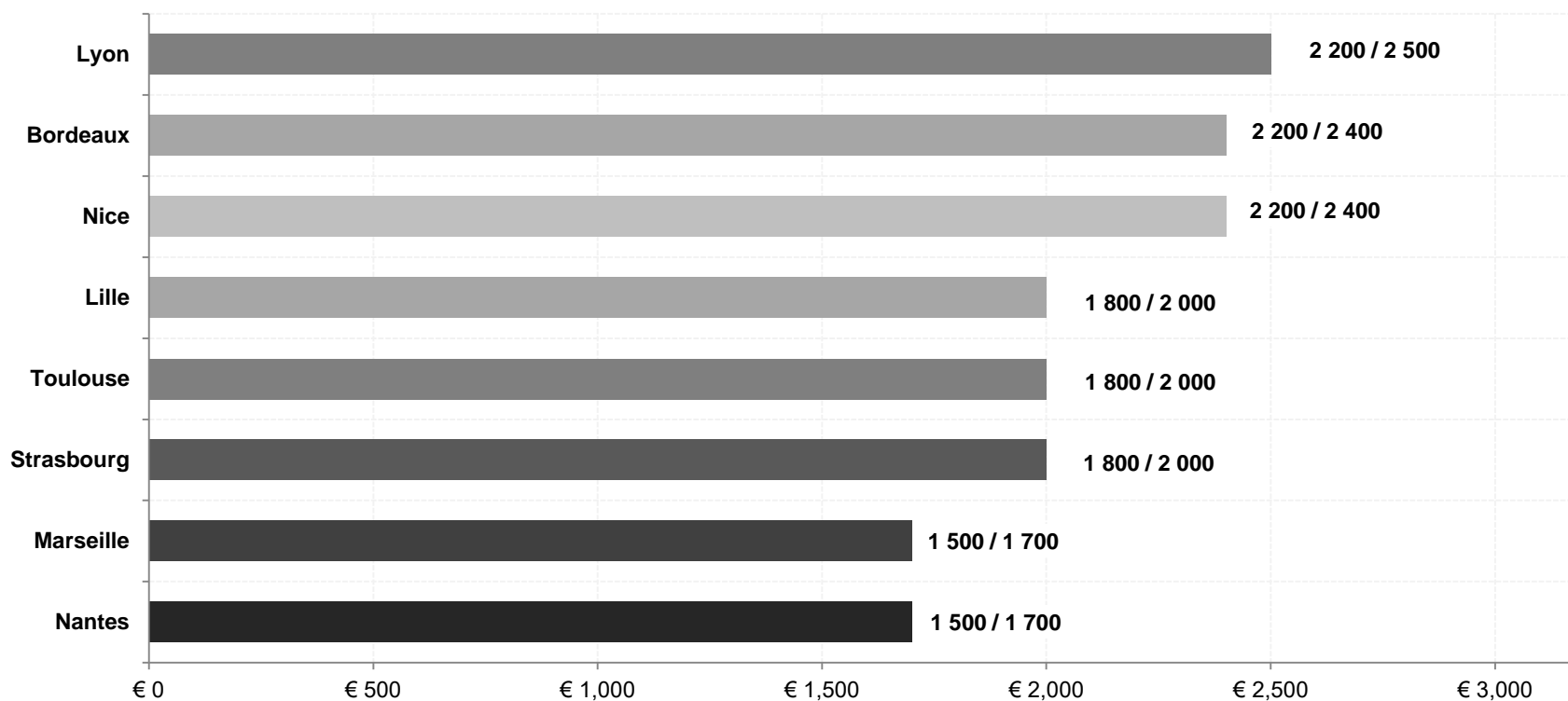
Tendances du marché des rues commerçantes en régions

- Les grandes métropoles régionales ont généralement attiré **plus de touristes en 2017**. **Bordeaux**, confortée par la mise en service de la LGV*, a probablement connu une année 2017 record. Par ailleurs, **les visiteurs étrangers ont fait leur retour sur la Côte d'Azur**, après une année 2016 marquée par l'attentat du 14 juillet à Nice.
- Uniqlo, Hema, Tiger, Nespresso, Starbucks, Sostrene Grene, Rituals ou Five Guys sont quelques exemples significatifs de **grandes enseignes internationales** poursuivant leur expansion en régions. Quelques **nouveaux entrants** ont également été recensés, comme Wagamama à Lyon, ou Yamamay à Cannes.
- **À Lyon, les ouvertures se sont multipliées grâce au succès de quelques projets d'envergure**. Outre le Grand Hôtel Dieu, dont l'inauguration est prévue en 2018, plusieurs enseignes ont ouvert ou prévu de le faire dans le secteur Grolée-Carnot (Uniqlo, Décathlon, Courir, Hard Rock Cafe, Bialelli, etc.).
- D'autres grandes villes voient se concrétiser d'importants projets commerciaux. C'est le cas de **Nice**, avec les projets des **gares Thiers et Sud**, ou de **Lille**, avec la **restructuration du 31** (rue de Béthune) ou le projet du bâtiment de la CCI. L'actualité est également riche pour le marché des centres commerciaux lillois, avec l'extension récente d'Euralille et le lancement des travaux de Lillenum.
- Quelques ouvertures et projets significatifs ont été relevés dans **les centres-villes d'autres capitales régionales**, comme Truffaut en lieu et place d'Habitat rue de Metz, Uniqlo et Rituals à Nantes, ou Uniqlo à Montpellier. C'est aussi le cas des **bons emplacements de métropoles de moindre envergure**, comme Rennes (Nespresso, Sostrene Grene), Grenoble (Hema), Nancy (Pandora) ou Rouen (Nespresso).
- À **Cannes**, les ouvertures d'enseignes de luxe recensées sur la Croisette sont rares (Dsquared2), et portent principalement sur des transferts ou rénovations de boutiques existantes (Saint Laurent, Hublot, etc.). Elles se multiplient en revanche rue d'Antibes (Oysho sur 300 m² au 73, mais aussi Yamamay, Bonobo, etc.).
- Les rues du centre-ville marseillais continuent quant à elles de souffrir de la désaffectation des enseignes, dans un contexte d'autant plus concurrentiel qu'**un nouveau centre commercial, Le Prado, ouvrira en 2018** sur un positionnement moyen-haut de gamme.
- Si certaines d'entre elles ont tiré leur épingle du jeu, **les villes moyennes souffrent davantage encore** des arbitrages des enseignes et de la concurrence d'autres formats commerciaux, dans un contexte de forte progression du taux de vacance en France (11,7 % en 2017 contre 7,2 % en 2012 – source Procos).

Stabilisation des valeurs locatives

En régions, en €/m²/an Zone A*

Source : Knight Frank



*Valeur locative : loyer + cession (droit au bail/fonds de commerce) décapitalisé



LE MARCHÉ LOCATIF ENSEMBLES COMMERCIAUX

Le défi du renouvellement

Tendances du marché français des centres commerciaux

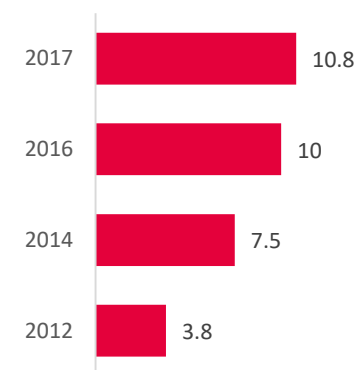
- **L'environnement de marché reste difficile.** Les enseignes accélèrent leurs arbitrages et la pression concurrentielle des zones périphériques ne faiblit pas, illustrée par le développement soutenu de nouveaux retail parks.
- Dans ce contexte, les bailleurs doivent consentir **davantage de mesures d'accompagnement** pour commercialiser leurs biens, mais aussi faire preuve de **plus d'imagination pour renouveler leur offre**. Ce renouvellement passe par une rotation plus rapide des enseignes, par la multiplication des kiosques, show-rooms et pop-up stores, et l'augmentation de la part de la restauration, **privilegiée par les bailleurs pour augmenter le temps de présence de la clientèle** dans leurs centres.
- Parmi les secteurs les plus dynamiques citons outre la restauration, ceux de la beauté (Rituals, Lush, Nyx, etc.) ou du sport (Foot Locker, JD Sport, New Balance, etc.). Les **grandes enseignes de mode** continuent également de s'étendre, privilégiant l'agrandissement de leurs magasins au sein de centres régionaux majeurs (H&M dans O'Parinor), et l'ouverture de flagships

au sein de nouveaux sites (Zara dans le Prado, Uniqlo dans Muse) ou de centres commerciaux de villes moyennes (H&M à Pau et Colmar). Enfin, le renouvellement de l'offre commerciale passe également par **l'arrivée de nouveaux entrants**, même si leur nombre a été assez limité en 2017 (Deichmann, Wagamama, Amazing Jewelry, L'Erbolario, etc.).

- Le volume des ouvertures de nouveaux centres commerciaux a sensiblement baissé en 2017 en raison d'un nombre limité de grandes opérations de création (Muse à Metz). La tendance est de plus en plus au travail sur le parc existant. Ainsi, 2017 a été dominée par la livraison de plusieurs **opérations d'extension de centres régionaux** (Val d'Europe, Carré Sénart, Parly 2). Cela dit, 2018 verra l'ouverture de plusieurs projets importants de création, à l'exemple du Prado à Marseille ou de B'Est à Farebersviller.
- La concentration du marché se poursuit. Après le rachat de Corio par Klépierre en 2014, le **rachat par Unibail-Rodamco de Westfield** a dominé l'actualité des dernières semaines.

Taux de vacance moyen des centres commerciaux

En %



Source : Procos, d'après Codata.

D'extensions en créations...

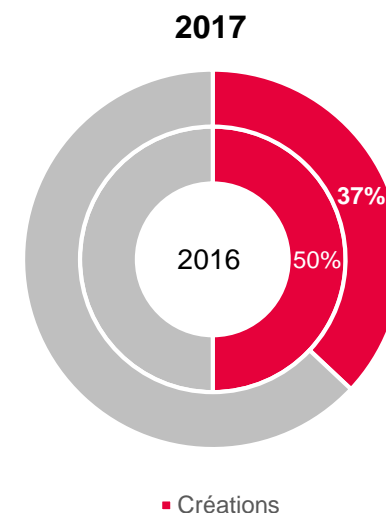
Exemples d'ouvertures et de projets significatifs de centres commerciaux

Source : Knight Frank

Ouverture	Centre	Commune	Type	Surface (m ²)
2017	Muse	Metz (57)	Création	37 000
2017	Carré Sénart	Lieusaint (77)	Extension	29 900
2017	Val d'Europe	Serris (77)	Extension	17 000
2017	Bab 2	Anglet (64)	Extension	8 000
2017	Grand Quartier	Rennes (35)	Extension	8 000
2017	Parly 2	Le Chesnay (78)	Extension	7 600

Ouverture	Centre	Commune	Type	Surface (m ²)
2018	B'Est	Farebersviller (57)	Création	55 000
2018	Le Prado	Marseille (13)	Création	23 000
2018	Grand Hôtel Dieu	Lyon (69)	Création	17 000
2018	Hall in One	Saint-Chamond (42)	Création	9 600
2018	Saint-Sever	Rouen (76)	Extension-Rénovation	7 000
2018	Halle Bocca	Bordeaux (33)	Création	6 800

Part des créations en France
En %, sur le volume total des ouvertures



Source : Knight Frank

La périphérie a le vent en poupe

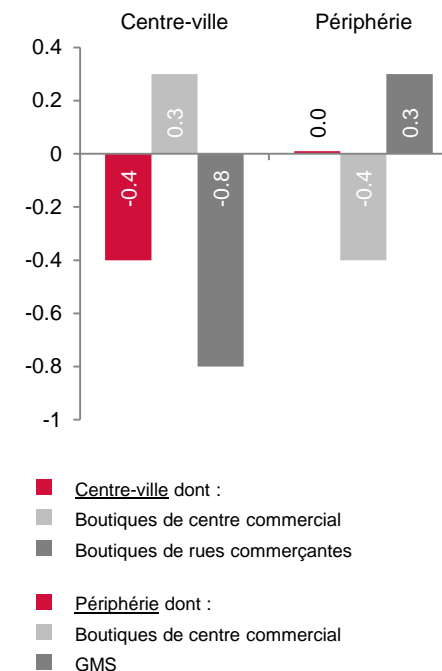
Tendances du marché français des retail parks

- Les GMS de périphérie continuent d'afficher de **meilleures performances que les boutiques de centre-ville ou de centre commercial**. Sur les 11 premiers mois de 2017, leur activité augmente de 0,3 % sur un an. Si le pourcentage de locaux vacants en périphérie augmente (avec 7,3 % fin 2017), il reste en outre inférieur à celui des centres commerciaux (10,8 %) et des rues commerçantes (8,5 % - source Codata).
- Le commerce de périphérie profite du **dynamisme démographique** des couronnes périurbaines, mais aussi de **l'évolution des modes de consommation**. Il répond ainsi aux exigences des consommateurs en matière de praticité et de proximité (drive et click & collect), dans un environnement d'achat toujours plus qualitatif.
- Si les enseignes à petits prix restent très actives, la restauration, les loisirs et le fitness, la mode et les services sont aussi dynamiques.
- Par ailleurs, comme JD Sport ou New Look dans deux projets ouverts en 2017 (« Promenade de Flandre » près de Lille et « Shopping Promenade Cœur Picardie »), de nouvelles enseignes font constamment leur entrée sur ce marché, qui

emprunte de plus en plus aux codes des centres commerciaux et des centres-villes.

- Offrant des coûts d'occupation plus modérés qu'en centre-ville ou en centre commercial, le marché de la périphérie répond aussi aux **stratégies de rationalisation des enseignes** (développement de multi-stores, extensions sur de plus grandes surfaces plus faciles d'accès, etc.). Ces stratégies d'optimisation accélèrent toutefois les transferts d'enseignes aux dépens des sites secondaires de périphérie.
- Le volume des ouvertures est resté élevé en 2017, gonflé par un nombre toujours important d'opérations et par la **production d'ensembles de grande taille** (« Promenade de Flandre », « Shopping Promenade Cœur Picardie », etc.). Le rythme ne devrait pas faiblir en 2018 et 2019, avec de nouvelles créations d'envergure (« Open Sky » à Pacé) parallèlement à la restructuration de grandes zones ou de sites existants (« Wood Shop » à Cesson).

Évolution du CA du commerce spécialisé
Cumul 11 mois, janvier-novembre 2017



Source : Procos

Un rythme de développement soutenu

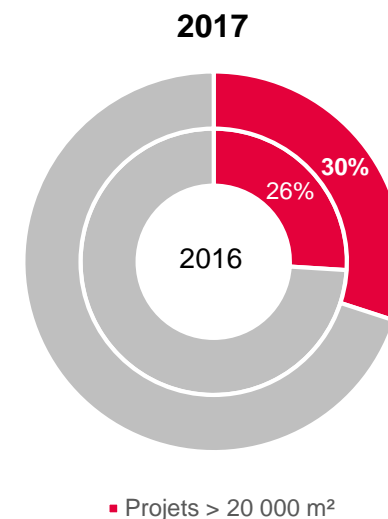
Exemples d'ouvertures et de projets significatifs de retail parks

Source : Knight Frank

Ouverture	Centre	Commune	Type	Surface (m ²)
2017	Promenade de Flandre	Roncq (59)	Création	45 000
2017	Shopping Promenade	Amiens (80)	Création	40 000
2017	Lexy Park	Lexy (54)	Création	33 500
2017	Eden (phase 1)	Servon (77)	Création	19 000
2017	Grand Mail 2	Saint-Paul-lès-Dax (40)	Extension	15 700
2017	Pop'A Lens 2	Vendin-le-Vieil (62)	Création	15 300

Ouverture	Centre	Commune	Type	Surface (m ²)
2018	Les Promenades de Brétigny	Brétigny-sur-Orge (91)	Création	49 000
2018	Wood Shop	Cesson (77)	Restructuration	42 000
2018	Open Sky	Pacé (35)	Création	40 000
2018	La Sucrierie	Abbeville (80)	Création	30 000
2018	Cap Saran	Saran (45)	Création	29 200
2018	Aren'Park	Cergy-Pontoise (95)	Création	20 000

Part des projets > 20 000 m² en France
En %, sur le volume total des ouvertures



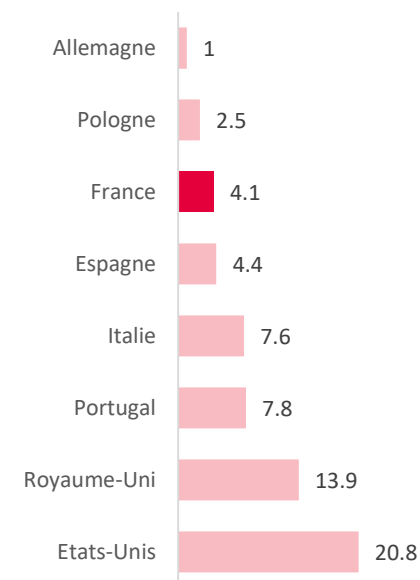
Source : Knight Frank

Percée des centres de marques

Tendances du marché français des centres de marques

- Avec un parc totalisant moins de 500 000 m² principalement situés dans le nord du pays, les centres de marques ne représentent qu'**une part restreinte** du marché immobilier des commerces en France.
- Ces dernières années, les projets n'ont toutefois cessé de se multiplier dans l'Hexagone. Ainsi, **près de 150 000 m² ont ouvert depuis le début des années 2010, dont environ 35 000 m² en 2017**. Outre l'extension de Romans-sur-Isère, deux nouveaux centres de marques ont été inaugurés **dans des régions où ce format était jusqu'à présent absent** : « Honfleur Normandy Outlet » et le « McArthurGlen Provence » à Miramas près de Marseille.
- Le rythme de développement de nouveaux centres de marques ne devrait pas faiblir. Ainsi **plusieurs projets totalisant près de 200 000 m² sont programmés ou annoncés entre 2018 et 2020**, même s'il est probable que quelques-uns d'entre eux seulement seront concrétisés, le développement de nouveaux centres de marques se heurtant traditionnellement à de nombreux recours.
- Parmi les projets les plus significatifs, **certains compléteront le parc de régions déjà pourvues** (Ile-de-France, avec le « City Outlets Paris » de Romainville, Rhône-Alpes avec « Le Village des Alpes » à Villefontaine). D'autres marqueront une 1^{ère} ouverture (« Viaduc Village » à La Cavalerie).
- Malgré la spécificité de ce format de distribution, la France présente encore **un potentiel de développement**, dans certaines régions encore peu pourvues en particulier, et du fait du succès qu'il rencontre auprès des consommateurs locaux, des touristes, et d'un nombre croissant d'enseignes.
- De fait, **les centres de marques ont opéré leur mue et collent mieux désormais aux attentes des consommateurs et des enseignes**. Ils offrent ainsi un environnement d'achat et une architecture de plus en plus soignés et des concepts plus diversifiés et plus haut de gamme, loin des premiers centres de magasins d'usines des années 1980,

Surface locative brute dans le monde
Pour 1 000 habitants, en m²



Source : Neinver/ICSC

Une accélération des développements

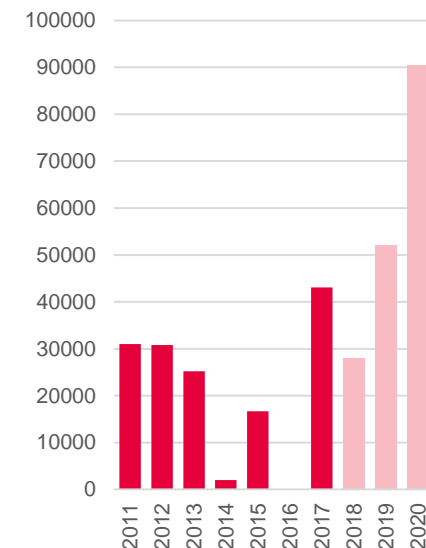
Exemples d'ouvertures et de projets significatifs de centres de marques

Source : Knight Frank

Ouverture	Centre	Commune	Type	Surface (m ²)
2011	Nailloux Outlet Village	Nailloux (31)	Création	24 800
2012	The Style Outlets	Roppenheim (67)	Création	27 300
2013	One Nation Paris	Les-Clayes-sous-Bois (78)	Création	24 000
2015	Marques Avenue A13	Aubergenville (78)	Restructuration	13 700
2017	Honfleur Normandy Outlet	Honfleur	Création	12 700
2017	McArthurGlen Provence	Miramas	Création	25 000

Ouverture	Centre	Commune	Type	Surface (m ²)
2018	The Village	Villefontaine (38)	Création	25 000
2018	Viaduc Village (Phase 1)	La Cavalerie (12)	Création	8 000
2018	L'Escale	Hautmont (59)	Création	19 900
2019	City Outlets Paris	Romainville (93)	Création	20 000
2020	Village des Alpes	Châtillon-en-Michaille (01)	Création	16 000
2020	Village de marques	Coutras (33)	Création	13 000

Évolution des ouvertures en France
En m², volume total par année



Source : Knight Frank

LE MARCHÉ DE L'INVESTISSEMENT



	2017	2016	Tendance
Volumes investis en commerces en France	3,9 mds €	4,8 mds €	↓
Part des commerces*	14 %	18 %	↓
Nombre de transactions > 100 M€	9	14	↓
Part des volumes investis en Ile-de-France**	41 %	48 %	↓
Part des investisseurs étrangers**	28 %	41 %	↓
Taux de rendement prime Rues commerçantes	2,75 %	2,75 %	→
Taux de rendement prime Centres commerciaux	4,00 %	3,75 %	↑
Taux de rendement prime Retail parks	4,75 %	4,75 %	→

Source : Knight Frank

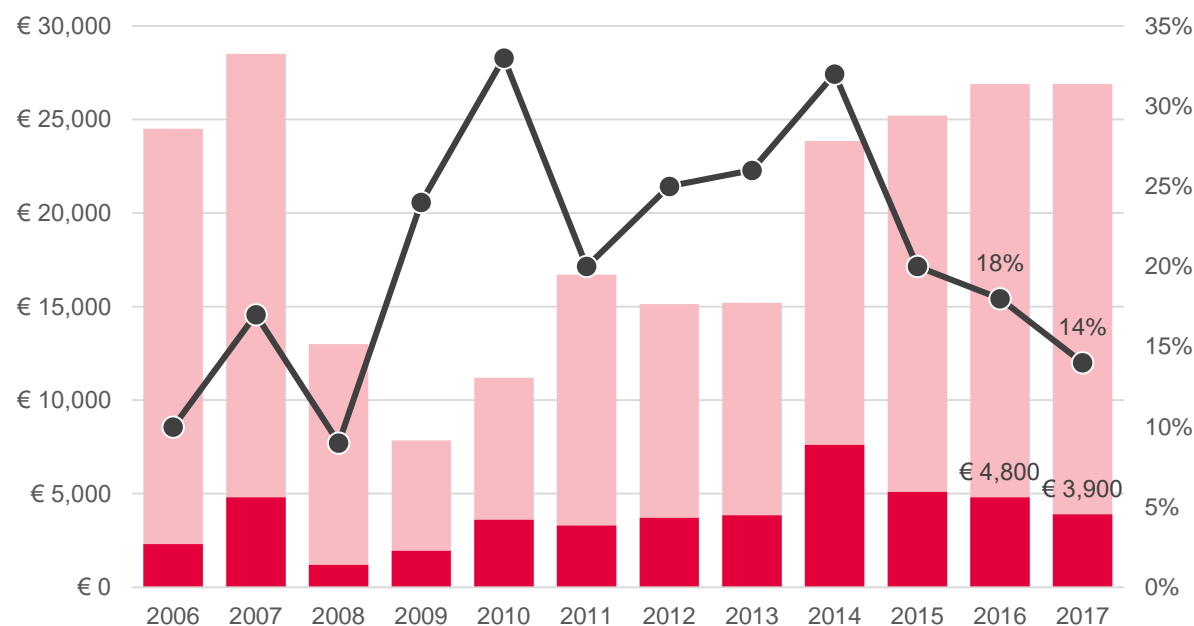
*Part exprimée sur l'ensemble des volumes investis en France, tous types d'actifs confondus. / **Part exprimée sur l'ensemble des volumes investis en France, en commerces.

Baisse de 19 % des volumes investis

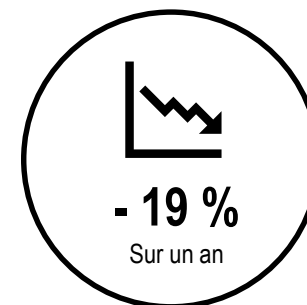
Évolution des volumes investis en commerces

En France

Source : Knight Frank



Montants investis en France Montants investis en commerces en France Part des commerces (%)



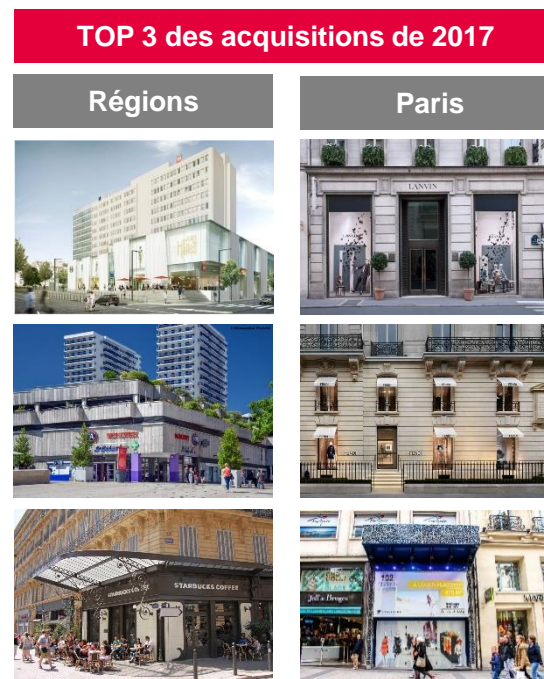
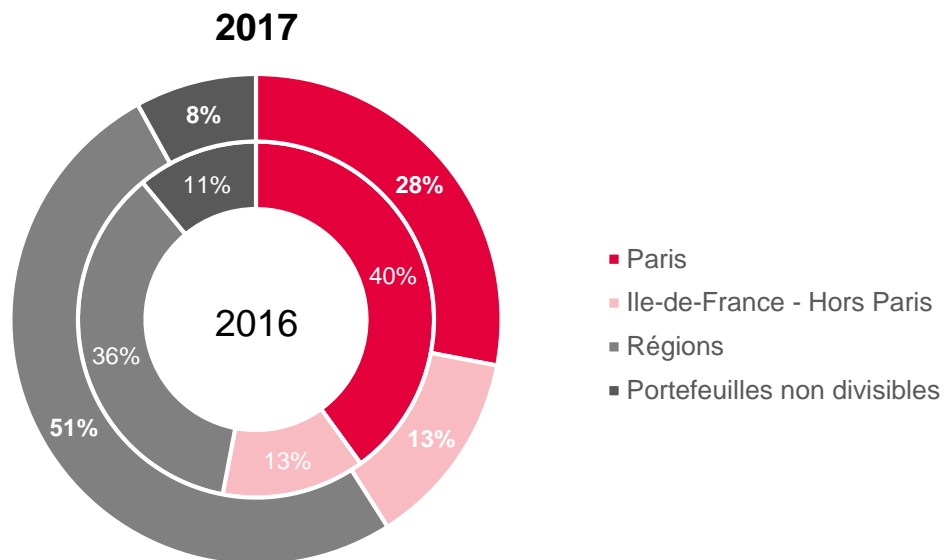
- Les commerces n'ont représenté que **14 % de l'ensemble des montants engagés en France en 2017**, une part au plus bas depuis 2008 et loin du niveau moyen des cinq dernières années (24 %).
- Mécaniquement liée à la forte augmentation de la part de la logistique, cette baisse traduit aussi le **nombre limité d'actifs prime** disponibles sur le marché, la **prudence marquée des investisseurs** à l'égard des localisations secondaires, et le **nombre limité de grandes opérations** (9 transactions > 100 millions contre 14 en 2016).

Nette hausse de la part des régions

Répartition géographique des volumes investis en commerces

En France

Source : Knight Frank



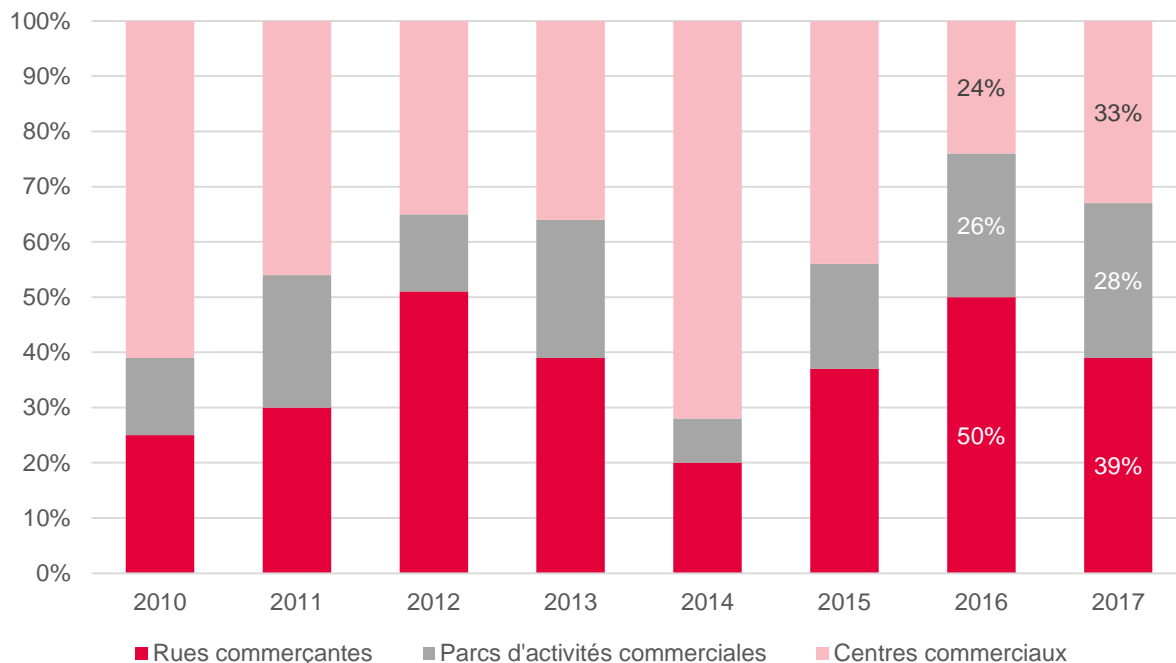
- L'analyse des volumes investis en 2017 montre une évolution assez nette de la **répartition géographique**, avec une **hausse de la part des régions**, pour partie liée à quelques cessions de grands centres commerciaux (Place des Halles, Saint-Sébastien, Lillenum).
- **Trois transactions de pied d'immeuble > 100 M€ concentrent un peu moins de 40 % des montants engagés en commerces dans Paris** intra-muros. En régions, les investisseurs ont privilégié les plus grandes métropoles régionales : les agglomérations de **Marseille, Strasbourg et Lille** concentrent à elles trois **43 % des volumes investis en commerces en régions en 2017**.

Une répartition plus équilibrée

Répartition des volumes investis en commerces par typologie

En France

Source : Knight Frank



39%

Part des volumes investis
en rues commerçantes en
France en 2017

- La répartition par typologie d'actif est **plus équilibrée que lors des trois années précédentes**. Les pieds d'immeuble restent les plus prisés, avec une **part de 39 %** gonflée par quelques grandes transactions de portefeuilles (« Solstice », « Héritage ») et d'actifs prime parisiens (Lanvin, Fendi, Kiko). **Celle des centres commerciaux augmente nettement**, sans retrouver toutefois le niveau antérieur à 2016.
- **Proches du record de 2016**, les volumes investis sur le marché des PAC restent bien supérieurs à leur moyenne de long terme, avec de grandes cessions d'actifs unitaires (Saint-Orens, Promenade de Flandre, etc.) et plusieurs cessions de portefeuilles (Ikea, Ekinox, etc.).

Exemples de transactions significatives 2017 | Rues commerçantes

Source : Knight Frank

Adresse	Ville	Vendeur	Acquéreur	Montant €
Lanvin 15 rue du Faubourg St-Honoré*	Paris 8	Lanvin	Richemont	170 000 000
Fendi 51 avenue Montaigne	Paris 8	Privé	CNP	148 000 000
Kiko 102 Champs Élysées	Paris 8	Thor Equities / Invesco	AEW Europe	115 000 000
Portefeuille « Héritage »	Marseille / Lyon	ANF	Primonial Reim	114 000 000
Oysho, Stradivarius, Lush 74 rue de Rivoli*	Paris 4	Eurocommercial Prop.	Generali	79 600 000
Ex Pinacothèque 28 place de la Madeleine*	Paris 8	Crédit Agricole Assur.	Hines (BVK)	40 000 000
16 rue de la Paix*	Paris 2	CARAC	Immobilière Dassault	35 000 000
Monoprix 129-133 Rue de Belleville	Paris 19	ADIM	La Française	31 100 000
39, 49-51 avenue Victor Hugo	Paris 16	Privé	Amundi	28 200 000
Concession Ford et Jaguar 102 av. S. Bolivar	Paris 19	Immoford	Héraclès Inv.	26 300 000
Portefeuille « Star »	Paris, Issy	Privé	Swiss Life Reim	23 650 000
Rue des Halles	Orléans	Casino	La Française	23 100 000
Monoprix 4 rue de Verdun	Montpellier	-	AEW/Ciloger	19 400 000
Portefeuille	Paris / Conflans	Portfolio Investissements	BNP Paribas Reim	18 000 000
Portefeuille	Paris 9, Paris 15	-	Amundi	17 400 000
Ex Spontini 29 rue des Francs Bourgeois	Paris 4	Privé	Vastned	15 900 000
Société Générale 32 rue des Archives	Paris 4	Privé	Thor Equities	15 000 000
Stefanel 54 rue de Rennes	Paris 6	Privé	Thor Equities	15 000 000
Go Sport 21-23 av. de la Porte de Châtillon	Paris 14	Un institutionnel	Mata Capital	10 000 000



102 avenue des Champs-Élysées, Paris 8^e



74 rue de Rivoli, Paris 4^e

*Actifs mixtes

Exemples de transactions significatives 2017 | Autres

Source : Knight Frank

Actif / Adresse	Type	Ville	Vendeur	Acquéreur	Montant €
Place des Halles	CC	Strasbourg	Hammerson / CNP	LIM	291 000 000
Les Docks	CC / BUR	Marseille	JP Morgan	Amundi	231 000 000
Portefeuille « Solstice »	RC / CC	France	Grosvenor	Amundi	170 500 000
Saint-Sébastien	CC	Nancy	Hammerson	AEW Europe	162 000 000
Portefeuille IKEA	PAC	France	IKEA	Pradera	121 000 000
Portefeuille Quick / BK	PAC / CC	France	Foncière des Régions	Pierre 1 ^{er} Gestion	Confidentiel
Retail park	PAC	Saint-Orens	-	ImocomPartners	97 000 000
Enox	PAC	Villeneuve-la-Garenne	Cie de Phalsbourg	TH Real Estate	85 000 000
Portefeuille « Bricks »	CM	Roubaix, Calais	Unibail-Rodamco	Primonial Reim	81 400 000
Cergy 3	CC	Cergy-Pontoise	Privé	Hammerson	81 000 000
Promenade de Flandre (50 %)	PAC	Roncq	Altarea-Cogedim	Immochan	80 000 000 (est.)
Galerie Géant	CC	Poitiers/Beaulieu	Mercialys	Privé	78 000 000
L'Aubette	CC	Strasbourg	Altarea-Cogedim/CDC	Deka	Confidentiel
Portefeuille « Ekinox »	PAC	France	Grosvenor	Amundi	71 000 000
Portefeuille « Aubert »	PAC	France	Privé	Mata Capital	67 000 000
Aren'Park	PAC	Cergy-Pontoise	Groupe Duval	Confidentiel	50 000 000
Portefeuille Buffalo Grill	PAC	France	Klépierre	La Française	38 000 000
Le Mans Sud	CC	Le Mans	TH Real Estate	Constructa	38 000 000
Portefeuille « Margot »	PAC	France	Sofidy	Cofinance Group	34 000 000
Retail Park Kergaradec	PAC	Brest	Cie de Phalsbourg	BNP Paribas Reim	32 500 000
Halle Secrétan	CC	Paris 19	Banimmo	Swiss Life	28 000 000
Galerie Géant	CC	Fontaine-lès-Dijon	Mercialys	Stam	27 500 000
Metzanine	PAC	Metz	LIM	Marne & Finance	17 500 000



Place des Halles, Strasbourg



Chanel Outlet Store, Coquelles, Portefeuille « Bricks »

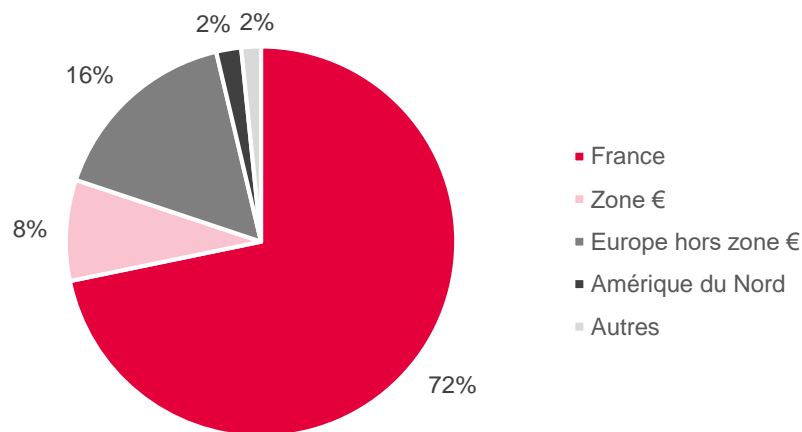
NB : RC rues commerçantes, PAC parc d'activités commerciales, CC centre commercial, CM : centres de marques, BUR : bureaux

Domination des Français

Volumes investis en commerces par nationalité

En France, en 2017

Source : Knight Frank

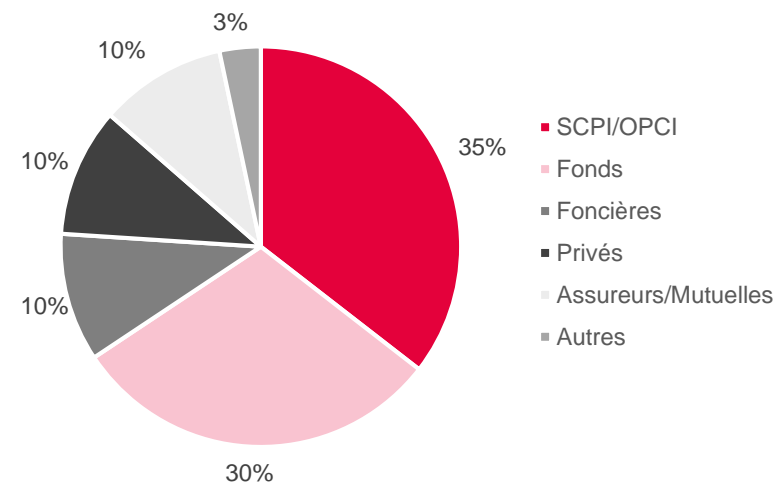


L'année des SCPI/OPCI

Volumes investis en commerces par typologie

En France, en 2017

Source : Knight Frank



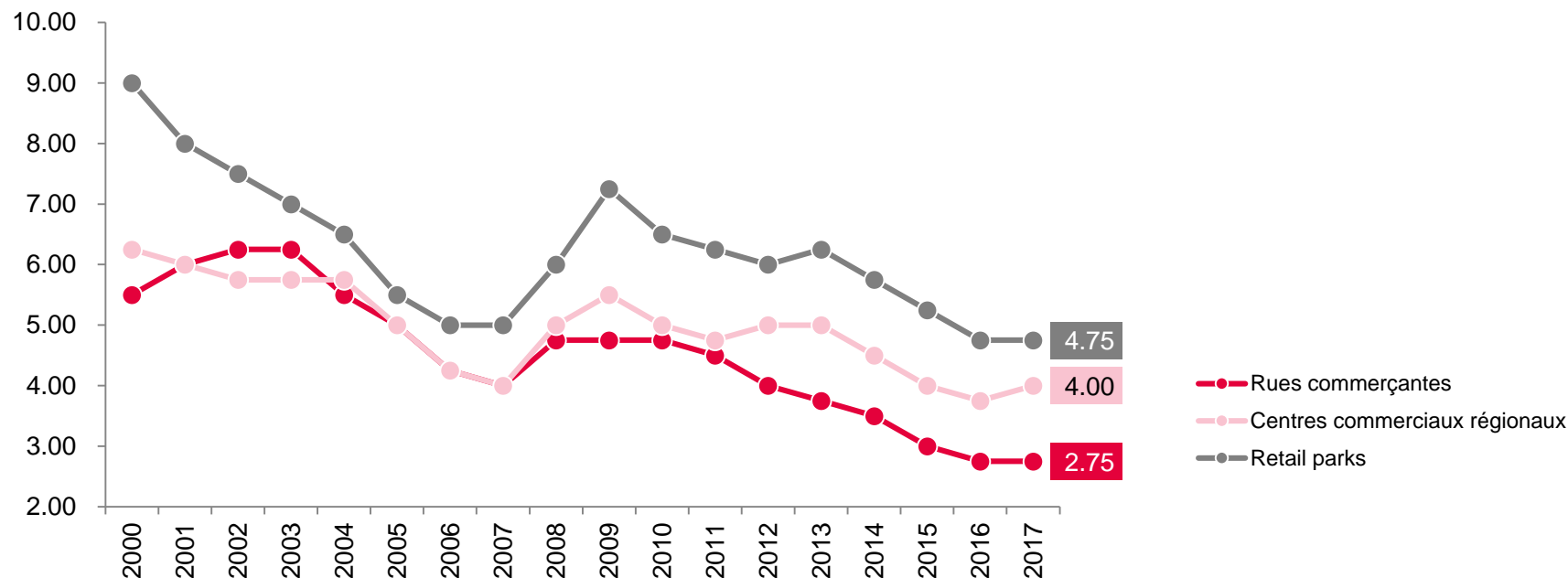
- **Les Français ont accentué leur domination. Ils concentrent près des trois quarts des volumes investis** en commerces (72 % en 2017, après 59 % en 2016). Les étrangers sont principalement représentés par les Européens (hors zone euro).
- Les **SCPI/OPCI** constituent plus d'un tiers des montants engagés en commerces en 2017. Leur part a été gonflée en fin d'année par la réalisation de **plusieurs grandes acquisitions sur différents segments de marché** (cession du portefeuille « Solstice » à Amundi, du centre commercial « Saint-Sébastien » à Nancy à AEW/Ciloger, etc.).

Fin de la compression des taux de rendement

Taux de rendement prime commerces

En France, en %

Source : Knight Frank



- Les taux de rendement ont atteint fin 2016 leur niveau plancher et se sont depuis stabilisés. Ils se situent désormais **entre 2,75 et 3,00 % pour les emplacements les mieux situés** de la capitale.
- Si le marché reste caractérisé par un **nombre limité de transactions prime**, la tendance est à la stabilité sur le segment des parcs d'activités commerciales, tandis que **celui des centres commerciaux subit une légère pression à la hausse**, reflétant un environnement de marché plus difficile et une prudence plus marquée des investisseurs.

**Antoine Grignon**

Partner | Head of Retail Capital Markets & Leasing

+33 (0)1 43 16 88 70

+33 (0)6 73 86 11 02

antoine.grignon@fr.knightfrank.com

**Antoine Salmon**

Partner | Head of Retail Leasing

+33 (0)1 43 16 88 64

+33 (0)6 09 17 81 76

antoine.salmon@fr.knightfrank.com

CONTACTS

**Vianney d'Ersu**

Partner | Retail Leasing

+33 (0)1 43 16 56 04

+33 (0)6 75 26 03 96

vianney.dersu@fr.knightfrank.com

**David Bourla**

Partner | Chief Economist

+33 (0)1 43 16 55 75

+33 (0)7 84 07 94 96

david.bourla@fr.knightfrank.com