

Communiqué de presse

Paris, le 2 mai 2018

La Madeleine en vedette !

Knight Frank dresse le bilan du marché français de l'immobilier de commerce au 1^{er} trimestre 2018

Economie et tourisme : des perspectives encourageantes

Après avoir atteint un point haut en juin 2017, la confiance des ménages s'est érodée, mais a recouvré sa moyenne de long terme. La plupart des autres indicateurs restent bien orientés. **L'amélioration du marché de l'emploi devrait notamment contribuer à une légère hausse de la consommation en 2018**, avant une décélération possible en 2019 et 2020. Les derniers chiffres du tourisme sont également encourageants. Après une excellente année 2017, le nombre de nuitées hôtelières en Ile-de-France et le trafic international de passagers aux aéroports de Paris ont poursuivi leur hausse depuis janvier. « **La hausse des arrivées de visiteurs étrangers offre d'intéressantes perspectives aux meilleurs emplacements commerciaux de la capitale**, d'autant que les ZTI* confirment leur montée en puissance et que l'extension des jours et horaires d'ouverture des commerces fait désormais l'objet d'un plus large consensus » indique Antoine Grignon, Directeur du pôle Retail Investissement et Locatif de Knight Frank.

Marché locatif : des performances contrastées

Les emplacements les plus qualitatifs des meilleures artères restent la cible prioritaire des grandes enseignes. **Celles-ci cherchent à conjuguer flux, visibilité et rentabilité**, ce dont attestent de nombreux projets de flagships dans la capitale comme au cœur des principales métropoles régionales. Les centres commerciaux régionaux les plus fréquentés et les retail parks de nouvelle génération tirent également leur épingle du jeu, ces derniers bénéficiant d'une demande plus variée des enseignes et de l'essor de nouveaux concepts, dans le domaine des loisirs notamment.

L'évolution de la demande des enseignes révèle toutefois de grandes disparités selon les secteurs d'activité. « *Restauration et alimentation, fitness et articles de sport, produits de soin, etc. : les concepts ayant trait au « bien-être » dans son acception la plus large continuent de se multiplier, en pied d'immeubles comme au sein de grands ensembles commerciaux. D'autres secteurs offrent un tableau plus contrasté, tel celui de la mode, impacté par une généralisation des opérations de rationalisation, quels que soient le niveau de gamme ou la renommée des enseignes* » explique Antoine Salmon, Directeur Retail Locatif chez Knight Frank.

Les arbitrages continuent ainsi de peser sur les performances de nombreux sites, qu'ils soient liés aux difficultés d'acteurs historiques du marché français – à l'exemple de La Grande Récré, récemment placée en redressement judiciaire – ou à l'évolution des modes de consommation. A cet égard, l'accélération des alliances entre *retailers* traditionnels et acteurs du web (Galeries Lafayette et La Redoute, Monoprix et Sarenza, etc.) traduit parfaitement les bouleversements du monde de la distribution, l'immobilier de commerce prenant toute sa part dans **la nécessité de promouvoir une expérience d'achat « sans couture », quel que soit le canal utilisé.**

*ZTI : Zones Touristiques Internationales

Communiqué de presse

Focus sur le marché parisien : La Madeleine en vedette

Les premiers mois de 2018 confirment le dynamisme des grandes artères et quartiers commerçants de la capitale. Sur les artères du luxe, les transactions des derniers mois et les opérations en cours permettent même d'anticiper une hausse des ouvertures de boutiques, dans un contexte de progression des arrivées de touristes étrangers et de résultats record pour les grands groupes du secteur. La rue Saint-Honoré concentre le plus grand nombre d'ouvertures à venir : plusieurs marques de luxe y sont attendues (Saint Laurent, Chanel, Dior, Moschino, Louboutin, etc.), aux côtés de nouvelles boutiques de créateurs (Isabelle Marant) ou d'enseignes de cosmétiques (Serge Lutens). « *Sur d'autres axes majeurs de la rive droite, les opportunités et la volonté de certains groupes d'étendre leur présence contribueront également à animer le marché du luxe parisien* » annonce Antoine Salmon.

D'autres quartiers confirment leur attractivité. C'est le cas du Marais, cible incontournable de nouveaux entrants et de concepts inédits. Son pendant de l'autre côté de la Seine reste Saint-Germain-des-Prés, certes moins dynamique mais dont l'activité semble pourtant s'accélérer. Ce secteur bénéficie toujours de l'intérêt d'enseignes haut-de-gamme, mais aussi des projets de marques désirant y ouvrir en propre, à l'exemple de Tumi rue du Vieux-Colombier ou de Salomon boulevard Saint-Germain. « *La métamorphose du quartier des Halles et l'avancée des travaux de la Samaritaine participent aussi à l'attractivité de l'hypercentre parisien, même si les travaux de voirie menés par la municipalité pourraient modifier les liens entre l'est et l'ouest de la capitale* » note Antoine Salmon. Plusieurs ouvertures et projets significatifs ont récemment été recensés dans le secteur, à l'exemple du premier magasin ouvert en France par Urban Outfitters rue de Rivoli, ou du nouveau flagship AMPM de la rue Etienne Marcel, dont l'ouverture est attendue courant juillet 2018. Enfin, les Champs-Élysées poursuivent leur mue, même si les dernières transactions ont plutôt porté sur de petites surfaces (Tumi, Al-Jazeera Perfumes), **assez rares sur cette avenue de plus en plus dédiée aux grands flagships** au gré des nombreux projets de restructuration.

Les grands projets de restructuration commerciale continuent de fait de dynamiser l'activité des quartiers les plus centraux de la capitale, qui profitent également du développement d'opérations mixtes ou sans relation directe avec la fonction commerciale, à l'exemple de projets hôteliers (hôtel Bulgari avenue George V, hôtel Fauchon place de la Madeleine, réouverture prochaine du Lutetia sur la rive gauche) ou culturels. Après l'ouverture en mars de « Lafayette Anticipations » dans le Marais, d'autres projets importants de fondations se profilent, comme la Fondation Pinault dans l'ex Bourse de Commerce.

Mais c'est bien La Madeleine qui occupe le devant de la scène en ce début d'année 2018. Tesla vient ainsi d'y ouvrir son premier showroom parisien, en attendant l'arrivée de Leroy-Merlin dans l'ancien parking Palacio et surtout celle, en 2019, du premier format urbain d'IKEA en lieu et place de l'ex C&A. « *L'arrivée d'IKEA à La Madeleine est exceptionnelle. D'abord parce qu'il est très rare de voir de nouveaux projets d'une telle taille au cœur de Paris, ensuite parce qu'il s'agit d'une des enseignes les plus renommées de la planète, et enfin parce qu'IKEA fait ainsi de la capitale française le fer de lance de sa conquête des centres-villes* » explique Antoine Salmon.

La prudence des investisseurs pèse sur le marché des commerces

Près de 600 millions d'euros ont été investis en commerces en France depuis le début de 2018, soit une légère hausse sur un an et 16 % des montants engagés en immobilier d'entreprise. « *La part des commerces est identique à celle de l'an passé, mais elle tient à un nombre très limité de grandes*

Communiqué de presse

transactions. Pénalisé par un manque d'offres prime, le marché des commerces continue aussi de souffrir de la prudence marquée des investisseurs à l'égard d'une typologie d'actifs ébranlée par l'évolution des modes de consommation et les exigences de rentabilité des enseignes » explique Antoine Grignon.

Si les engagements réalisés sur ce segment de marché ne portent pas uniquement sur des produits *core*, l'aversion au risque des investisseurs continue de jouer en faveur des rues commerçantes. Au total, **les pieds d'immeuble ont concentré près de 60 % de l'ensemble des montants engagés sur le marché français des commerces**. Parmi les cessions d'actifs unitaires les plus significatives figurent l'acquisition par un investisseur privé du 277 rue Saint-Honoré, qui abrite un magasin & Other Stories, et la cession par Vastned du 45-55 rue Saint-Jean, artère n°1 de Nancy, où se trouve notamment un H&M.

Sur le segment des centres commerciaux, l'activité a marqué une pause après un second semestre 2017 marqué par la cession de plusieurs sites de grande taille dont « Place des Halles » à Strasbourg. Cette typologie d'actif représente 36 % des sommes engagées sur le marché français des commerces depuis janvier. Le segment des centres commerciaux, qui est le plus pénalisé par la prudence des investisseurs, pâtit aussi de l'absence d'actifs exceptionnels disponibles à la vente malgré la mise sur le marché de quelques ensembles qualitatifs d'envergure. Le segment des parcs d'activités commerciales a également marqué un coup d'arrêt, qui doit pourtant plus au timing des transactions et au manque d'offres prime qu'à une faiblesse structurelle du modèle, encore prisé des investisseurs.

La prudence des investisseurs se reflète dans l'évolution des taux de rendement, qui subissent une pression à la hausse sur les segments des centres commerciaux (4,00 %) et des parcs d'activités commerciales (4,75 %). Les taux des boutiques les mieux situées de la capitale restent quant à eux à leur niveau plancher (2,75 %).

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 a plus de 45 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 5 lignes de métier : Bureaux (Agence), Commerce, Capital Markets, Knight Frank Valuation et L'Atelier Knight Frank (conseil en aménagement d'espaces).

www.knightfrank.fr

www.bureauxkf.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
