

Communiqué de presse

29 novembre 2021

Vacance commerciale : situation contrastée sur les grandes artères parisiennes

A la veille de l'ouverture du MAPIC, Knight Frank, conseil international en immobilier, publie son nouvel « Essentiel du commerce » dans lequel il dresse un état des lieux des grandes artères parisiennes à la fin du 2nd semestre 2021

Sous la menace de la 5^e vague

Entre la fin du troisième confinement et cet automne, la France a bénéficié d'une forte reprise de l'économie et du net redressement de la consommation. Cet élan pourrait s'essouffler avec la dégradation récente et brutale de la situation sanitaire, assombrissant l'horizon des commerces à l'approche de la période cruciale des fêtes de fin d'année. Si l'impact de cette cinquième vague est encore impossible à évaluer, le risque est potentiellement plus élevé à Paris. Son marché des commerces est en effet le plus exposé à la rechute du tourisme international et à la généralisation du télétravail, alors que les grandes artères de la capitale profitaient depuis quelques mois du retour progressif au bureau des salariés et du rebond des arrivées de visiteurs étrangers.

« Depuis quelques mois, le contexte s'était amélioré et nous pouvions observer un certain regain d'activité sur le marché des commerces, notamment illustré par l'accélération des premières ouvertures d'enseignes étrangères. Ainsi, alors que nous n'en avons recensées que 16 à Paris en 2020 puis 8 au 1^{er} semestre 2021, le nombre d'arrivées de nouveaux entrants s'élevait à 23 à la fin du mois de novembre » indique Antoine Salmon, Directeur du Retail Leasing chez Knight Frank France. Si ce chiffre reste inférieur aux niveaux relevés avant le déclenchement de l'épidémie de Covid-19 (37 en 2019 et 27 en moyenne entre 2015 et 2019), la progression est tout de même significative. Parmi les dernières arrivées, citons MODES, concept-store italien de mode haut de gamme qui a récemment ouvert rue François 1^{er} dans le 8^e, non loin de celui inauguré en début d'année par l'Américain KITH au 49 rue Pierre Charron.

Luxe : la consolidation s'accélère

Sur le marché du luxe, pénalisé par la baisse de fréquentation des touristes étrangers les plus dépensiers, la tendance est plutôt à la stabilité du nombre d'ouvertures. *« 28 boutiques de luxe ont été ouvertes depuis le début de l'année 2021 à Paris. Sur l'ensemble de l'année, les inaugurations seront aussi nombreuses qu'en 2020 mais bien moins qu'avant la crise, puisqu'on recensait en moyenne 45 ouvertures chaque année entre 2015 et 2019 »* détaille Antoine Salmon. En outre, la tendance est plus que jamais à l'amélioration de l'existant plutôt qu'aux créations de nouvelles boutiques. Ces dernières ne représentent ainsi que 21 % de l'ensemble des ouvertures réalisées depuis le début de 2021 contre 37 % en moyenne depuis cinq ans et 48 % depuis dix ans ! Parmi les plus récentes figure l'ouverture au 54 rue du Faubourg Saint-Honoré du premier magasin dans le monde de la marque de maroquinerie et d'accessoires JOSEPH DUCLOS.

Loin de la phase d'expansion du début des années 2010, qui avait notamment vu l'arrivée de nouvelles enseignes étrangères et l'exploration de « nouveaux » territoires comme la rive gauche et le Marais, le marché du luxe parisien est aujourd'hui dans une phase de consolidation. Accélérée par la crise sanitaire, cette tendance se caractérise par une surreprésentation des grands groupes et un resserrement de la géographie du luxe au profit des emplacements les plus prestigieux. En attendant le retour de la clientèle internationale, les géants du secteur poursuivent ainsi leurs projets de flagships, dont plusieurs opérations d'extension sur de grandes surfaces à inaugurer ces trois prochaines années comme CARTIER au 11-13 rue de la Paix, CHANEL au 21-23 rue du Faubourg Saint-Honoré, LOUIS VUITTON au 101 avenue des Champs-Élysées ou DIOR au 30-32 avenue Montaigne. Ces projets, dont certains intègrent un volet artistique et des espaces dédiés à la restauration – à l'image des 3 000 m² du futur flagship DIOR avenue Montaigne – confirment l'importance donnée à la qualité

Knight Frank
7 Place Vendôme, 75001 Paris,
+33 1 43 16 88 88

knightfrank.fr

Your partners in property for 125 years

de la distribution en propre et de l'expérience client. La consolidation des marques les plus renommées est également illustrée par de grands mouvements de transfert-extension, comme BURBERRY au 376-378 rue Saint-Honoré.

« Depuis dix ans la rue Saint-Honoré est l'artère phare du luxe. 19 % des ouvertures parisiennes y ont été recensées sur la décennie et cette part s'est même accrue ces cinq dernières années pour atteindre 23 %, devant l'avenue Montaigne et la rue du Faubourg Saint-Honoré » précise Antoine Salmon. En une décennie, créations, transferts et extensions l'ont en effet consacrée comme un axe majeur, et la tendance n'est pas près de s'essouffler au regard des projets récemment actés ou bientôt finalisés. Moins présent sur l'artère que certains de ses concurrents, KERING veut par exemple y pousser ses pions et offrir les plus beaux écrins à ses marques en forte croissance. L'activité se concentre notamment à proximité du Mandarin Oriental et rue Castiglione, où l'offre hôtelière de prestige est en train de se renforcer (extension récente de l'hôtel Costes, rénovation en cours de l'Hôtel de Vendôme, ouverture à venir du boutique hôtel Goralska Vendôme et rénovation attendue de l'hôtel Westin).

La plupart des autres artères de luxe de la rive droite sont le théâtre d'importants projets. C'est le cas de la rue du Faubourg Saint-Honoré, de l'Avenue Montaigne et d'autres axes du Triangle d'Or, où plusieurs opérations d'extension ou de transfert d'enseignes sont attendues. Plusieurs projets de restructuration sans preneurs identifiés sont également en cours, qui offriront de nouvelles opportunités de flagships et annoncent l'intensification du jeu de chaises musicales au cœur du luxe parisien. L'avenue des Champs-Élysées confirme par ailleurs sa montée en gamme : en plus des ouvertures à venir de SAINT LAURENT PARIS en 2022 au n°123 et celle de DIOR au n°103 d'ici 2024, LOUIS VUITTON a récemment loué une surface complémentaire de 1 700 m² au n°100, dans le cadre des travaux d'extension de son flagship du n°101 dont elle vient de renouveler le bail.

« Si la demande du luxe a plutôt bien résisté à la crise, la grande sélectivité des enseignes, les opérations de rationalisation menées par certaines marques et l'incertitude entourant la situation sanitaire et le retour des touristes asiatiques interrogent sur la capacité d'absorption des grandes offres à venir ou déjà disponibles dans la capitale. D'ailleurs, si la hausse de la vacance demeure généralement contenue, celle-ci n'épargne pas les artères de luxe. C'est le cas du Faubourg Saint-Honoré où celle-ci est proche de 15 %, même si la rue est relativement animée et que les locaux vides se situent en majorité près du Palais de l'Élysée. La vacance a également bondi rue de la Paix et atteint un niveau légèrement inférieur à celui de la rue du Faubourg Saint-Honoré » constate Antoine Salmon.

Situation très contrastée sur le front de la vacance

Si l'on se penche sur l'ensemble des grandes artères parisiennes, le taux de vacance¹ n'a pas augmenté autant que ce que l'on pouvait craindre, ce que l'on doit probablement à l'amélioration du contexte économique, au rebond de fréquentation constaté sur certains axes, ainsi qu'aux mesures mises en place par l'Etat pour soutenir les commerçants. Néanmoins, la vacance commerciale est bien orientée à la hausse. « Sur l'ensemble des mouvements recensés sur les grandes artères prime depuis la fin du 1^{er} semestre 2021, le ratio est d'environ six départs pour quatre arrivées. S'il reste assez modéré, ce déséquilibre reflète les difficultés d'enseignes et surtout les stratégies de rationalisation menées par nombre d'entre elles, entre transferts sur de meilleurs emplacements ou fermetures pures et simples. La situation du commerce parisien reste toutefois très contrastée » analyse Antoine Salmon. De fait, le taux de vacance demeure élevé sur certains axes, comme le boulevard Saint-Michel où il frôle les 18 % malgré une baisse de près de deux points en six mois, et tend à augmenter dans les rues voisines d'artères prime ou sur leurs portions les moins attractives ; sur d'autres grands axes, la vacance est en revanche quasi inexistante, comme rue de Passy (1 %). Dans le Marais, elle se stabilise à des niveaux assez faibles, avec des taux proches de 5 % rue Vieille-du-Temple et rue des Francs Bourgeois.

Reprise encourageante sur certains axes majeurs de la capitale

Le taux de vacance diminue même sensiblement sur d'autres axes. « La baisse est d'autant plus encourageante qu'elle concerne des rues dont les difficultés remontaient à plusieurs années » note Antoine Salmon. C'est le cas de la rue de Rivoli, dont le taux de vacance, proche de 13 % à la fin de 2020, est redescendu à 11 % au terme du 1^{er} semestre 2021 et à un peu plus de 8 % aujourd'hui. « Les nouvelles conditions de circulation ne se sont pas traduites par la hausse du nombre de locaux vides sur la rue de Rivoli². Le taux de vacance y a même sensiblement diminué. Par ailleurs, la finalisation de projets structurants tels ceux d'IKEA, de la SAMARITAINE et d'UNIQLO contribuent à renforcer l'attractivité de cet axe structurant

¹ Sont considérés comme vacants les locaux vides disponibles, ceux dont la libération par une enseigne est imminente et les pop-up stores. Le taux de vacance tel que le calcule Knight Frank n'inclut pas les locaux vides mais qui font l'objet d'une opération de restructuration par leur bailleur.

² Portion « prime » de la rue de Rivoli : entre la rue du Louvre et la rue des Archives.

de la rive droite » note Antoine Salmon. Enfin, quelques ouvertures récentes et à venir de magasins de plus petite taille (TAMARIS, SALSA, etc.) ont aussi été recensées, et le groupe INDITEX prévoit d'y conforter son ancrage.

Le changement est encore plus frappant rue de Rennes. S'établissant à près de 10 % fin 2020 puis à 9 % à la fin du 1^{er} semestre, le taux de vacance y est désormais inférieur à 7 %. En quelques mois, plusieurs arrivées ont été recensées ou sont en préparation, parmi lesquelles celles de BOULANGER, ALINEA, FOOT LOCKER, ALTERMUNDI, TEZENIS ou NESPRESSO. Moins exposées que d'autres rues à la baisse de la clientèle étrangère ou aux difficultés de circulation, l'artère a aussi bénéficié de conditions de bail plus favorables aux preneurs. « *Atteignant en moyenne 15 % à 30 %, la baisse des loyers a directement contribué au regain de la rue de Rennes. D'autres axes prime sont dans le même cas. Cette correction et l'octroi de mesures d'accompagnement plus généreuses contribuent également à diversifier l'offre commerciale, en facilitant l'implantation d'enseignes de secteurs en pleine expansion comme l'équipement de la maison et la décoration, la culture et les loisirs, ou l'alimentation et la restauration rapide* » précise Antoine Salmon. Ces secteurs ouvrent en effet bien plus de points de vente qu'ils n'en ferment sur les grandes artères parisiennes. Ainsi, le secteur de l'alimentation / restauration représente 9 % du nombre total de départs d'enseignes recensés entre la fin du 1^{er} semestre et la fin du 2nd semestre 2021, mais 23 % des arrivées. Le ratio est encore plus positif pour l'équipement de la maison et la décoration, ainsi que pour la culture et les loisirs (2 % des départs et 11 % des arrivées).

La mode reste l'un des grands animateurs du marché parisien des commerces

En revanche, le solde est négatif pour le secteur des services (agences bancaires et de voyages, bureaux de change, etc.), l'un des plus exposés à la digitalisation des modes de vie, et celui de la beauté, fragilisé par la crise sanitaire. « *La mode compte également parmi les secteurs en souffrance. La tendance est nationale, avec un recul de près de 20 % des ventes en magasin par rapport à 2019³. A Paris, la mode représente le plus grand nombre de départs recensés sur les artères prime, reflétant les difficultés de la filière habillement et l'accélération des stratégies de rationalisation de grandes enseignes, à l'exemple de la fermeture annoncée du flagship d'H&M des Champs-Élysées, qui en a déjà fermé près d'une dizaine en un peu plus de cinq ans dans la capitale* » explique Antoine Salmon. Si la mode représente la majorité des départs (35 %), elle concentre encore néanmoins la plus grande part des arrivées (26 %) et s'est encore récemment distinguée par plusieurs ouvertures et projets significatifs (UNIQLO rue de Rivoli, etc.).

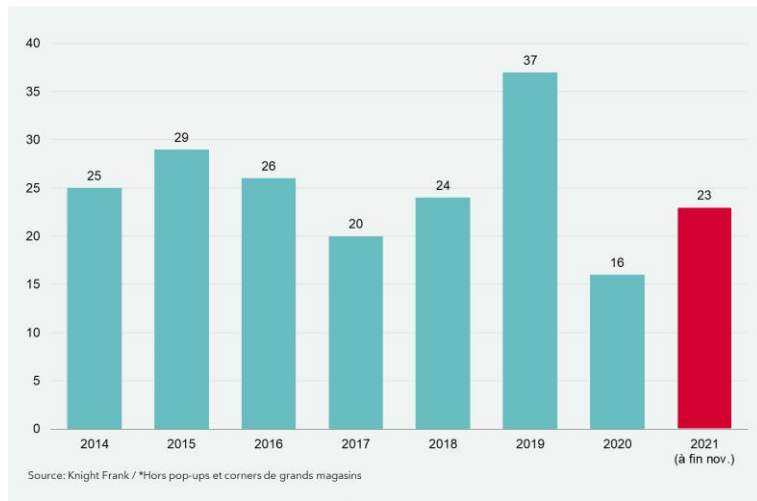
Quelles perspectives pour les prochains mois ?

La reprise brutale des contaminations et l'apparition du variant Omicron portent de nouveau l'incertitude au plus haut, augurant de moments particulièrement difficiles pour les commerçants les plus fragilisés par les précédentes vagues épidémiques. Plusieurs éléments permettent néanmoins de garder espoir : le succès des campagnes de vaccination limite le risque de nouveau *lockdown*, commerçants et clients sont désormais familiers des mesures de protection sanitaire et l'économie est repartie bien plus vite que ne l'avaient prédit les prévisionnistes. Enfin, les touristes étaient de plus en plus nombreux à revenir à Paris, signe de son attrait toujours important auprès de la clientèle internationale.

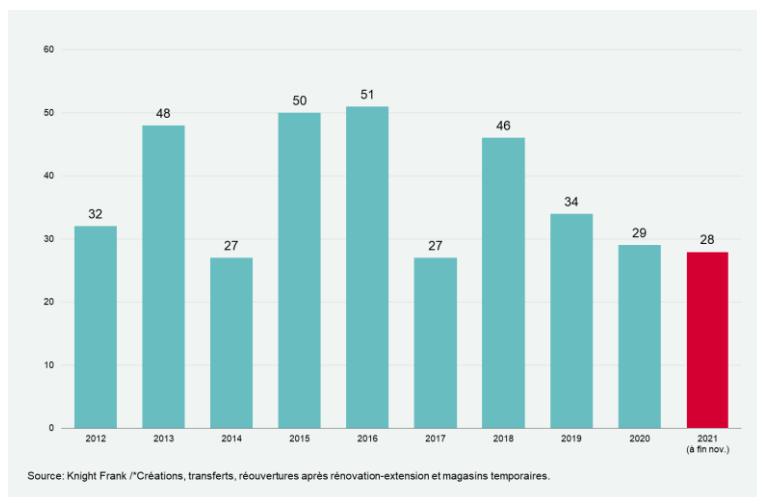
« *Sans nier les difficultés traversées par de nombreux commerçants, cette nouvelle détérioration survient alors que les principales artères parisiennes faisaient preuve depuis quelques mois d'une réelle capacité de résistance. Apparition de nouveaux concepts, expansion de secteurs en vogue, évolution des positionnements d'enseignes, multiplication des projets de restructuration immobilière, optimisation des réseaux de boutiques, assouplissement des conditions de négociation avec les bailleurs, etc. : tout ceci a contribué à soutenir la demande de locaux commerciaux et à générer de nouveaux mouvements sur le marché parisien, permettant de contenir la vacance commerciale à des niveaux plus faibles que ce que l'on pouvait craindre. Cette faculté d'adaptation sera encore mise à l'épreuve ces prochains mois, mais elle est indéniablement un motif d'espoir pour l'avenir du commerce parisien* » conclut Antoine Salmon.

³ Source : Alliance du Commerce, panel Retail Int / évolution 10 premiers mois de 2021 versus 10 premiers mois de 2019.

Evolution du nombre de nouvelles enseignes étrangères à Paris

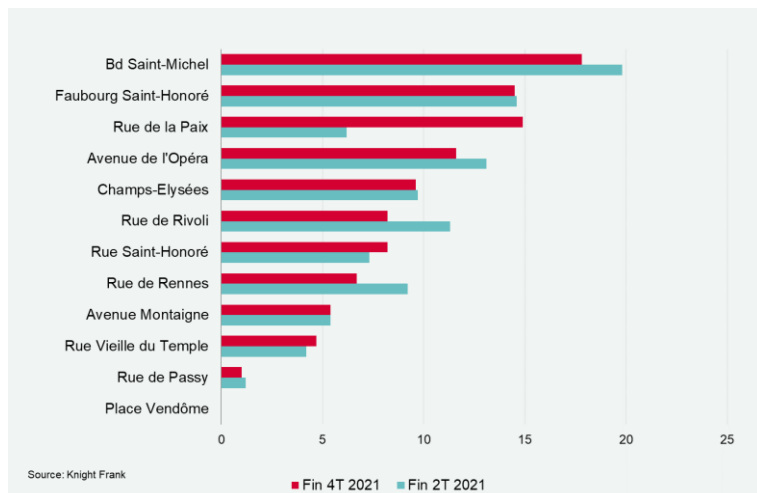


Evolution du nombre d'ouvertures de boutiques de luxe à Paris



Evolution du taux de vacance de quelques grandes artères à Paris

Artère ou portion prime de chaque artère, en %



Contact Presse Knight Frank :

Galivel & Associés – Carol Galivel / Doriane Fougères 01 41 05 02 02 – 06 09 05 48 63
21-23, rue Klock - 92110 Clichy - galivel@galivel.com - www.galivel.com

Knight Frank en bref

Fondé il y a 125 ans en Grande-Bretagne, le groupe Knight Frank apporte aujourd'hui son expertise comme conseil international en immobilier grâce à plus de 16 000 collaborateurs intervenant depuis 384 bureaux dans 51 pays. Sa branche française, créée il y a près de 50 ans, intervient sur le marché de l'immobilier d'entreprise et résidentiel.

Avec ses 75 collaborateurs intervenant depuis Paris, Knight Frank France est organisée autour de 5 lignes de service : la commercialisation de bureaux et le conseil aux utilisateurs (Occupier Services & Commercial Agency), l'aménagement d'espaces de travail (Design & Delivery), le Capital Markets (investissement), le Retail Leasing (location commerces) et l'expertise avec sa filiale Knight Frank Valuation & Advisory.

www.knightfrank.fr
www.immobilier.knightfrank.fr