

Bilan 2018 & Perspectives 2019

RETAIL

LE MARCHÉ IMMOBILIER
DES COMMERCES

FRANCE

ÉCONOMIE

- Le mouvement des gilets jaunes a amplifié le **ralentissement de l'économie française** et pesé sur l'activité des commerces, à Paris comme en régions.
- En 2019, la baisse attendue de l'inflation et les mesures de soutien au pouvoir d'achat suggèrent que **la consommation pourrait accélérer**, mais l'évolution du climat social restera un facteur clé.
- Les manifestations de la fin d'année se sont également traduits par une baisse des arrivées et des réservations de touristes étrangers, même si l'année 2018 devrait établir **un nouveau record de fréquentation**.

ENSEIGNES / PRODUITS

- **Les produits High-Tech confirment leur percée.** D'autres secteurs animent le marché, comme celui du sport et des loisirs, de l'équipement de la maison et de la décoration ou de l'alimentation-restauration.
- **Le discount poursuit aussi son expansion**, de même que les **marques nées sur le web**.
- Face au recul des ventes, **c'est aux opérations de rationalisation que les enseignes de mode consacrent leur stratégie.** Zara ou H&M créent ainsi des boutiques spectaculaires et offrant toujours plus de services, tout en sacrifiant en contrepartie des points de vente non stratégiques.

LOCATIF

- Les **emplacements n°1 les plus fréquentés** de Paris et des grandes métropoles restent privilégiés par les enseignes.
- Ailleurs, le dynamisme du commerce dépend de facteurs d'attractivité propres à chaque ville.
- Toutefois, les stratégies de **rationalisation immobilière** des enseignes n'épargnent aucun territoire, contribuant à exercer une pression à la baisse sur les valeurs locatives.
- La rotation des enseignes est aussi plus rapide : **les tests se multiplient, de nouveaux lieux émergent** et les magasins éphémères gagnent du terrain.

INVESTISSEMENT

- **4,4 milliards d'euros ont été investis en 2018** sur le marché français des commerces. Cette somme est en légère hausse sur un an grâce à un très bon 4^e trimestre et à la cession de deux portefeuilles Monoprix pour plus de 750 millions d'euros.
- Au total, les **11 transactions supérieures à 100 millions d'euros** de 2018 comptent à elles seules pour 55 % des volumes investis en France.
- Cette tendance a principalement profité aux **rues commerçantes** (60 % des montants engagés), devant les PAC* (29 %) et les centres commerciaux (11 %).

Grands indicateurs



CONSOMMATION DES MÉNAGES

+ 1 % en 2018*

+ 1,1 % en 2017

Source : Banque de France

*Hausse annuelle / Préviation



OPINION DES MÉNAGES*

91 en janvier 2019

104 en janvier 2018

Source : INSEE

*Indice synthétique de confiance des ménages



PRIX À LA CONSOMMATION*

+ 1,6 % en 2018

+ 1,0 % en 2017

Source : INSEE

*Hors tabac



ARRIVÉES HÔTELIÈRES*

+ 2,5 % sur un an à fin octobre 2018

+ 11,3 % pour les visiteurs étrangers

Source : Office de tourisme de Paris

*Nombre, à Paris intra-muros



CA DU COMMERCE SPÉCIALISÉ

- 3,3 % sur un an en 2018

- 3,9 % en centre-ville

Source : Procos

*en France



BOUTIQUES DE LUXE

48 ouvertures en 2018*

26 en 2017

Source : Knight Frank

*À Paris



MONTANTS INVESTIS*

4,45 mds € en 2018

+ 1 % sur un an

Source : Knight Frank

*En France



LOYER PRIME (Zone A)

20 000 €/m²/an au 4T 2018*

20 000 €/m²/an au 4T 2017

Source : Knight Frank

*Champs-Élysées

Environnement économique et politique



LE MARCHÉ IMMOBILIER DES COMMERCES

Environnement économique et politique



Rebond en vue ?

Indicateurs économiques de la France

Croissance annuelle en %, sauf indication contraire

Indicateur	2016	2017	2018p	2019p	2020p
PIB	1,1	2,3	1,5	1,5	1,6
Inflation	0,3	1,2	2,1	1,6	1,7
Consommation des ménages	2,0	1,1	1,0	1,4	1,3
Revenu des ménages ¹	1,8	1,4	1,4	1,7	1,3
Chômage (France entière)	10,1	9,4	9,1	8,9	8,5

¹Revenu disponible brut réel des ménages / p : prévisions

Source : Banque de France, Projections macroéconomiques

Confiance en berne

Opinion des ménages

Indicateur synthétique – Données CVS-CJO



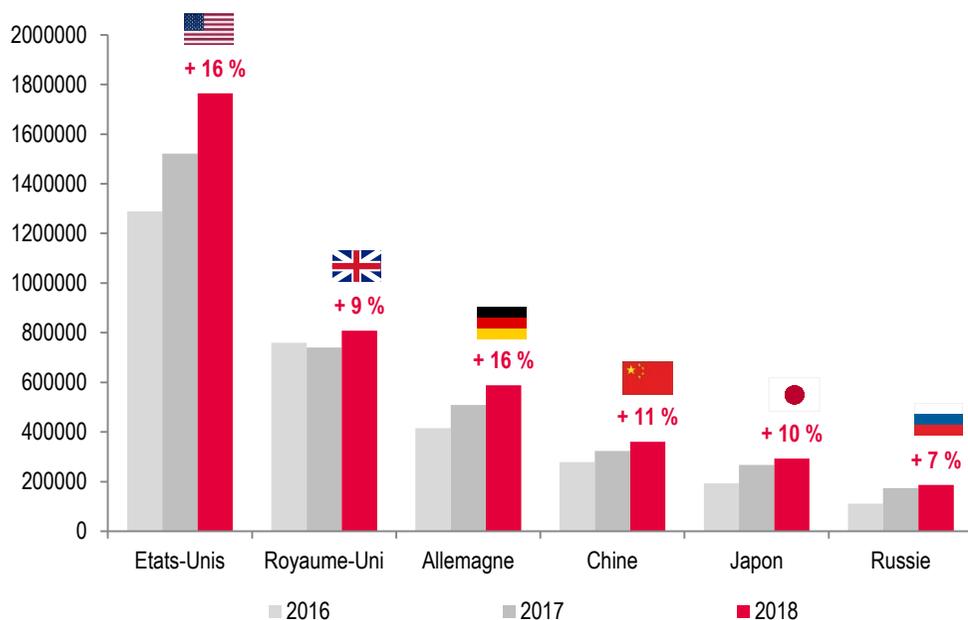
Source : INSEE

- 2018 a fini sur une note négative. **Le mouvement des gilets jaunes, ses débordements et leurs effets sur les commerces ont amplifié le ralentissement de l'économie française**, ternissant ainsi le bilan de l'année écoulée.
- En 2019, la baisse attendue de l'inflation et les mesures de soutien au pouvoir d'achat suggèrent que la consommation pourrait accélérer, même si l'évolution du climat social restera un facteur clé. Par ailleurs, **la confiance des ménages s'est fortement détériorée** pour atteindre en décembre son niveau le plus bas depuis novembre 2014, avant de se redresser légèrement en janvier.

Tendance positive...

Évolution du nombre d'arrivées hôtelières

À Paris, à la fin du mois d'octobre de chaque année, par nationalité d'origine

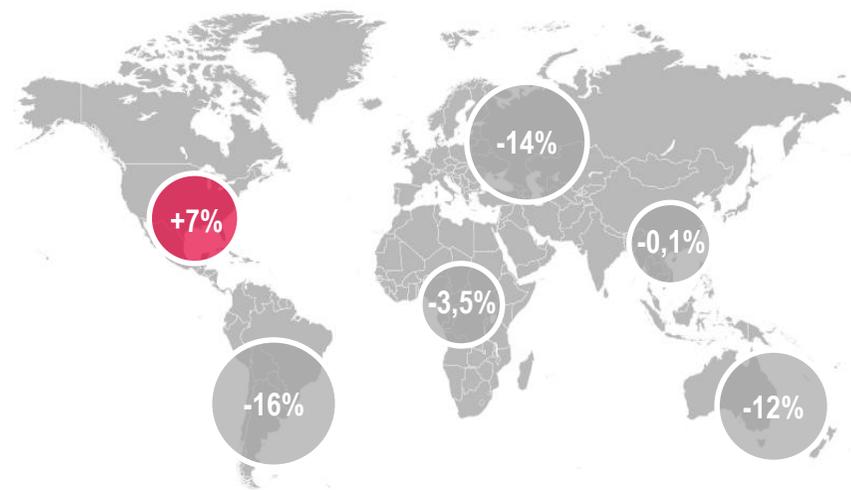


Source : Office de tourisme de Paris / NB : chiffres rouges = évolutions 10 mois 2018 / 10 mois 2017.

...mais réservations en baisse

Prévisions des réservations aériennes

À Paris, décembre-février 2019 par rapport à décembre-février 2018



Source : Comité régional du Tourisme de Paris / Île-de-France

- Moins présents en 2016 à Paris, les visiteurs étrangers y étaient revenus en masse en 2017. Ce fut encore le cas durant une bonne partie de 2018, avant que le mouvement des gilets jaunes n'enraye cette dynamique avec **une baisse de 10 % des arrivées internationales en décembre** et un impact plus marqué sur les visiteurs asiatiques et américains. Toutefois, **un record de fréquentation pourrait être battu** sur l'ensemble de 2018.
- Si les événements de novembre et décembre ont conduit à une baisse des réservations pour le début de l'année, **les prévisions pour 2019 restent optimistes**, tablant sur un retour à la hausse dès le mois de mars pourvu que les mouvements sociaux perdent en vigueur.

LE MARCHÉ IMMOBILIER DES COMMERCES

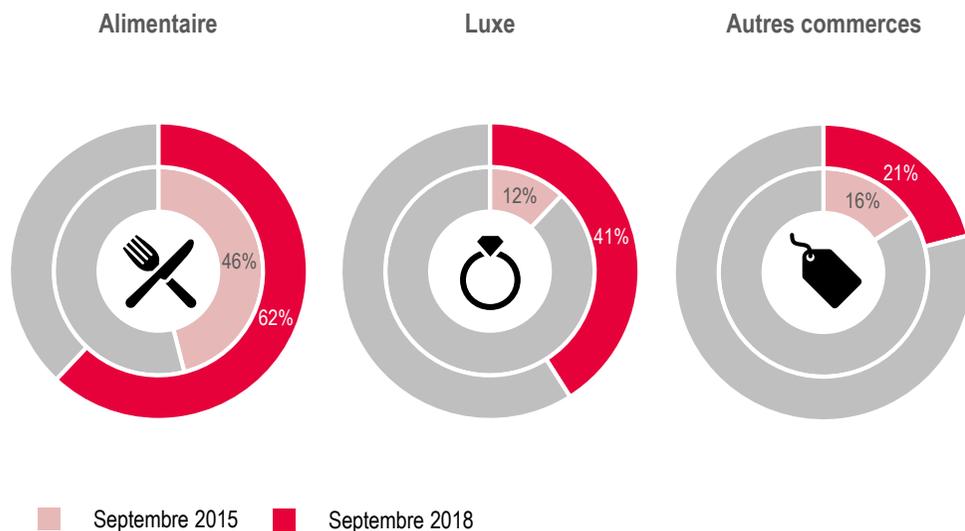
Environnement économique et politique



Luxe : + 226 % en trois ans !

Taux d'ouverture dominicale en ZTI

À Paris, selon le secteur d'activité en %

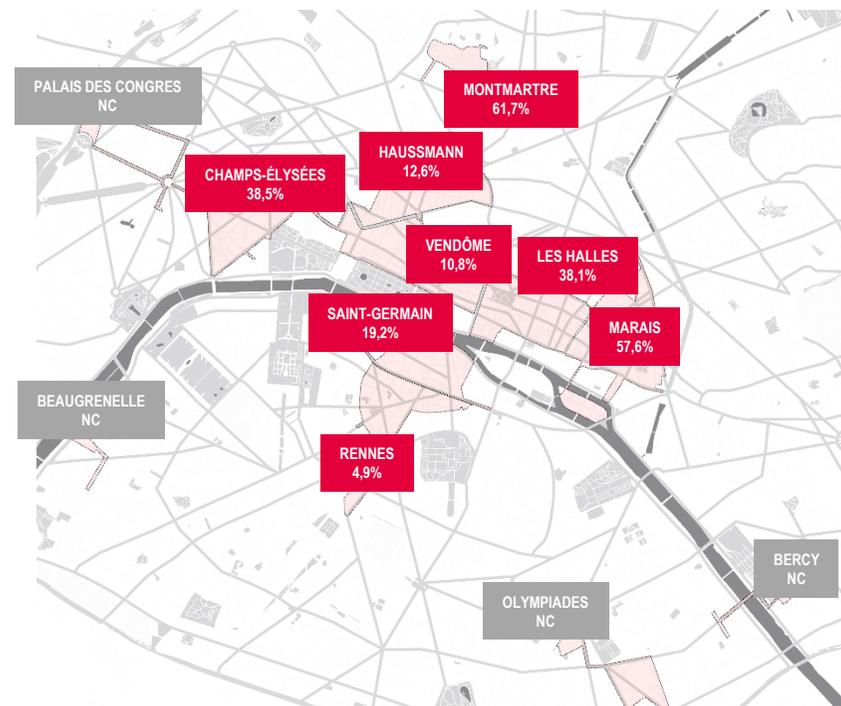


Source : Direction générale des Entreprises / Commerce de moins de 50 salariés.

Bien ancré à Montmartre et dans le Marais

Taux d'ouverture dominicale en ZTI

À Paris, selon les ZTI, en septembre 2018



Source : Direction générale des Entreprises / Commerces de moins de 50 salariés.

- Si les périmètres de certaines zones touristiques internationales ont pu être redessinés en 2018, le principe de l'extension de l'ouverture dominicale des commerces à Paris est désormais entré dans les mœurs des consommateurs et les pratiques des enseignes. **La progression des ouvertures est particulièrement importante dans l'alimentaire et surtout le luxe**, avec un taux passé de 12 % en septembre 2015 à 41 % trois ans plus tard.
- **De grandes disparités persistent selon les quartiers** : l'ouverture dominicale est bien ancrée à Montmartre, dans le Marais ou sur les Champs-Élysées, beaucoup moins en revanche dans les ZTI Rennes et Vendôme où les commerçants déplorent une faible affluence.

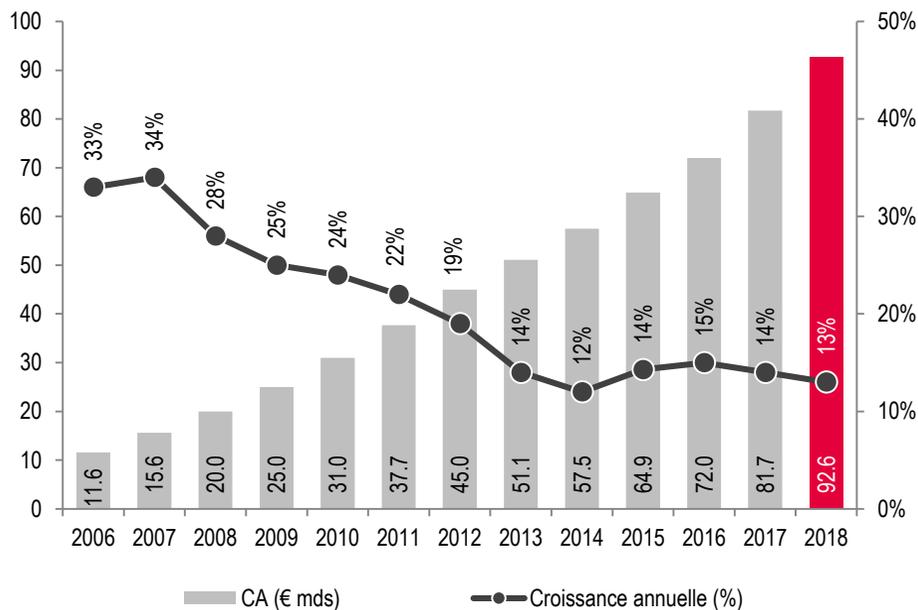
Stratégies des enseignes & formats commerciaux



Croissance soutenue

Chiffre d'affaires du e-commerce

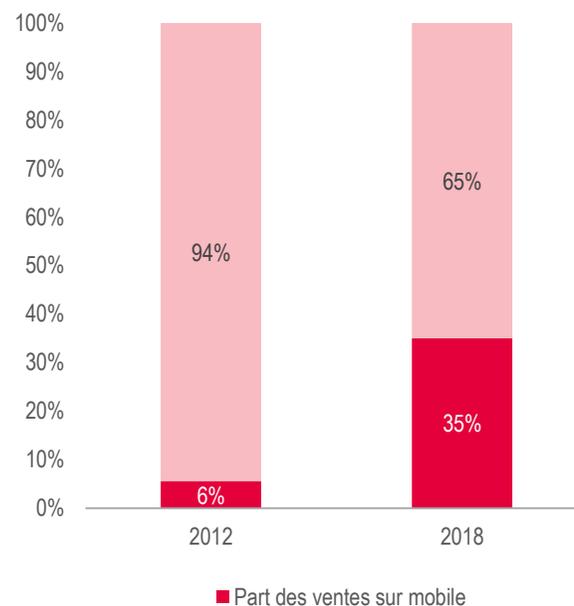
En France



Source : Fevad

Mobile : plus d'un tiers des ventes

Part de marché de l'Internet mobile*



Source : Fevad / Sites du Panel iCM

- Après trois premiers trimestres de forte croissance, **les ventes de l'e-commerce ont ralenti en fin d'année**, démontrant l'impact général des mouvements sociaux sur la consommation des ménages. Sur l'ensemble de 2018, le cap des 90 millions d'euros est toutefois franchi, soit une hausse de 13,4 % par rapport au résultat de 2017. **Le seuil, très symbolique, des 100 millions d'euros devrait être dépassé en 2019.**
- Selon une récente enquête Fevad/CSA, 39% des e-acheteurs achètent en ligne depuis leur smartphone (+ 15 points en deux ans). Ce mode d'achat, devenu incontournable, **permet de concilier physique et online** (recherches avant un achat, localisation de magasins, etc.).

La nouvelle équation du commerce

Rationalisation des réseaux de boutiques

Fermetures ciblées
Repositionnement de la fast-fashion

Segmentation de l'offre

Formats urbains
Personnalisation
(produits / services)



**À Chacun son
Flagship**

Relation directe avec le consommateur

Essor des DNVB*
Boutiques de marques

Phygital

Boutiques de pure-players
Digitalisation du point de vente
Réseaux sociaux

Expérience d'achat Différenciation

Montée en gamme
Service aux clients
Mixité des usages
Restauration et loisirs

LE MARCHÉ IMMOBILIER DES COMMERCES

Stratégies des enseignes & formats commerciaux

La nouvelle équation du commerce

Exemples récents à Paris



Tediber | Rue Sainte-Croix de la Bretonnerie



Rossignol | Boulevard des Capucines



IKEA | Boulevard de la Madeleine



Salomon | Boulevard Saint-Germain



Bande à Part | Boulevard des Capucines

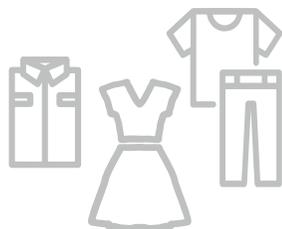
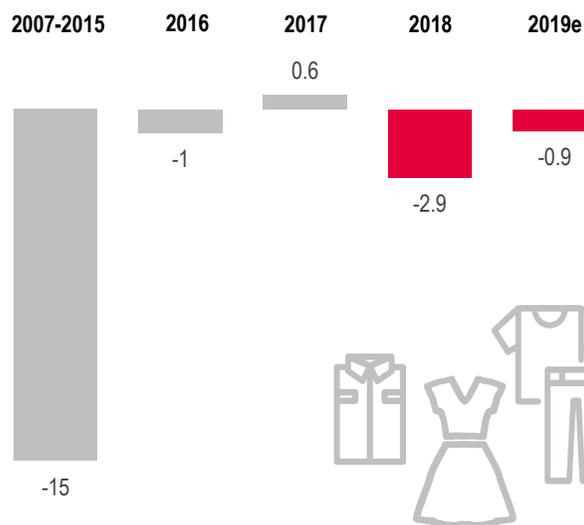


AMPM | Rue Étienne Marcel

La mode, entre expansion et repositionnement...

Évolution des ventes textile / habillement

En %



Source : IFM

L'exemple du groupe

Formats flagships	Fermures sélectives	Diversification / Montée en gamme	
		ARKET COS MONK.L & other Stories	 H&M HOME AFOUND
+ 5 %	+ 21 %	160	1 000
Évolution des ventes, tous canaux En 2018, dans le monde	Évolution des ventes en ligne En 2018, dans le monde	Fermures annoncées En 2019, dans le monde	Nombre de baux à renégocier En 2019, dans le monde

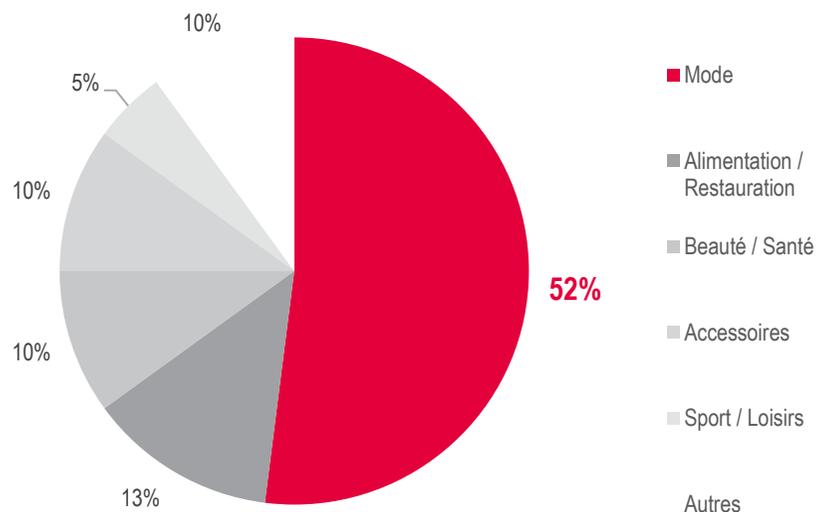
Sources : H&M, Full-year report 2018 / Knight Frank

- Après la modeste embellie de 2017, **les ventes de la mode ont de nouveau régressé en 2018**. Les performances resteront sans doute dans le rouge en 2019, même si le recul devrait être moins prononcé que l'an passé.
- Dans ce contexte, **les enseignes de la fast-fashion accélèrent leurs opérations de rationalisation**. Elles créent ainsi des boutiques spectaculaires et offrant toujours plus de services, **tout en sacrifiant en contrepartie des points de vente non stratégiques**.

...mais un flux constant de nouveaux entrants

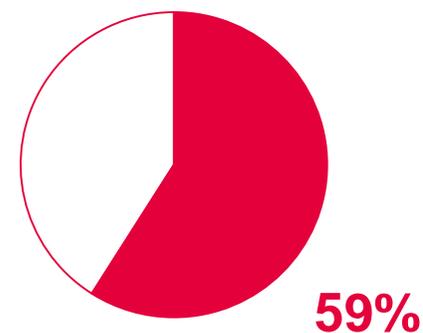
Répartition par secteur d'activité des nouvelles enseignes étrangères en France

Entre 2014 et 2018, en %

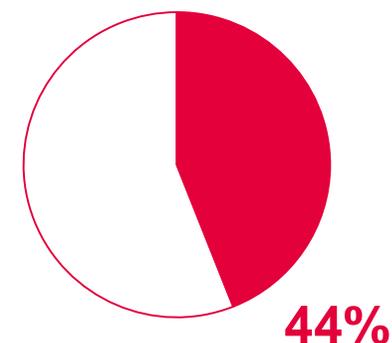


Évolution de la part de la mode

Entre 2014 et 2016, en %



Entre 2017 et 2018, en %



Source : Knight Frank

- La mode reste **un acteur majeur du marché immobilier des commerces**. Ce rôle central, l'analyse des mouvements de nouvelles enseignes étrangères, arrivées dans l'Hexagone entre 2014 et 2018, l'illustre parfaitement.
- Sur la période, les enseignes de mode ont représenté un peu plus de la moitié du nombre total de nouveaux entrants. Toutefois, cette part a eu tendance à diminuer au fil des ans, **au profit de secteurs de plus en plus dynamiques comme la restauration, le sport ou les cosmétiques**.

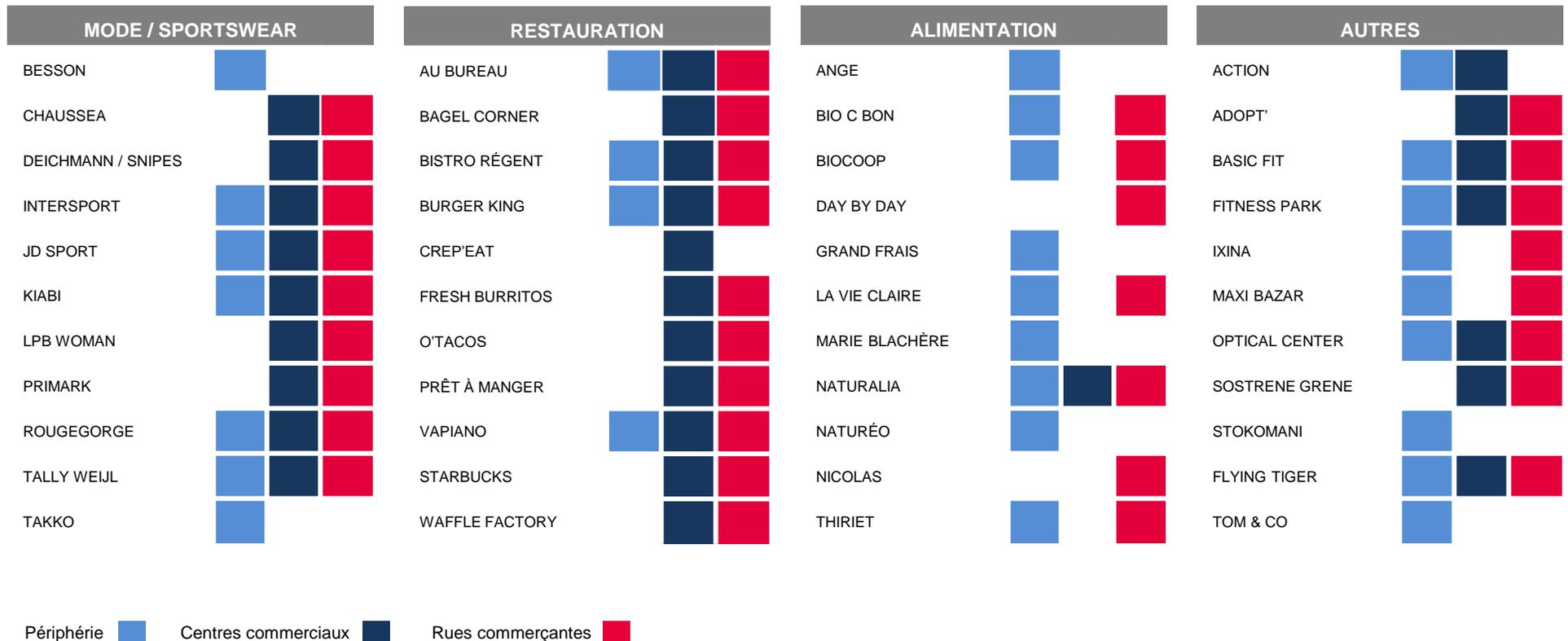
LE MARCHÉ IMMOBILIER DES COMMERCES

Stratégies des enseignes & formats commerciaux



Exemples d'enseignes en développement En France, par activité

Sources : Knight Frank, presse et sites d'enseignes





Le marché locatif

Rues commerçantes

Fluctuat nec mergitur

Le marché des rues commerçantes à Paris

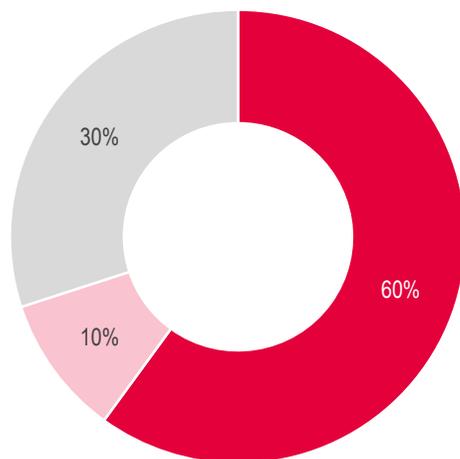
- Le mouvement des gilets jaunes et ses débordements ont pesé sur l'activité des commerces et se sont traduits par une baisse des arrivées et des réservations de touristes étrangers, même si **l'année 2018 devrait établir un nouveau record de fréquentation**. De même, si la montée des risques dans le monde (Brexit, tensions commerciales) pourrait peser sur l'activité, la tendance de long terme reste positive : comme les autres grandes destinations de la planète, **Paris continuera à profiter de l'essor du tourisme international**.
- Ce dernier point est essentiel pour les grands magasins et les enseignes de luxe, dont les performances dépendent très largement de la clientèle étrangère et qui, malgré une fin d'année chahutée, restent plutôt dynamiques. **48 ouvertures de boutiques de luxe ont ainsi été recensées en 2018 à Paris contre 26 en 2017**. Ce dynamisme devrait se prolonger en 2019, au bénéfice de la rue Saint-Honoré mais aussi des Champs-Élysées dont la tendance à la montée en gamme est notamment illustrée par l'arrivée prochaine de Dior au n°127.
- Actuellement en plein renouvellement, l'avenue conserve toutefois un positionnement assez mixte et des types d'enseignes assez divers. Dans le secteur du sport, l'actualité de 2019 sera dominée par la réouverture des deux flagships agrandis de Nike et Adidas. Signe des temps, **les produits High-Tech confirment aussi leur percée** : après Samsung et Apple, c'est Xiaomi qui est désormais attendu, tandis que Huawei, autre marque chinoise, installera son flagship sur 900 m² sur le boulevard des Capucines.
- D'autres secteurs animent le marché parisien, comme celui de l'équipement de la maison et de la décoration (Ikea, attendu en 2019 à la Madeleine), ou celui de l'alimentation et de la restauration. **Food halls et concepts haut de gamme de chefs étoilés se multiplient** : après « Beaupassage » dans le 7^e en 2018, d'autres projets sont attendus en Ile-de-France (« Food Society » au sein des « Ateliers Gaité », « Table Square » à La Défense, etc.), en plus de l'arrivée prochaine d'Eataly dans le Marais.
- **Les marques nées sur le web poursuivent aussi leur expansion**. Tediber a ouvert son premier magasin rue Sainte-Croix de la Bretonnerie tandis que Miliboo installera son flagship à la Madeleine, fournissant ainsi deux exemples de la percée des DNVB (*Digital Native Vertical Brands*). Si ces trublions de la distribution animent de plus en plus le marché immobilier des commerces, leur succès sert également à souligner que la révolution du commerce n'est pas qu'affaire de prouesse technologique ; elle est aussi la manifestation de relations plus étroites et plus directes avec le consommateur. Les acteurs plus traditionnels ont également continué d'adapter leur offre aux bouleversements des modes de vie et d'achat, à l'exemple des tests menés par Casino sur ses formats de proximité (le « 4 », avenue Franklin Roosevelt) ou de l'essor des drive piétons.
- À l'inverse, **c'est aux opérations de rationalisation que les enseignes de mode consacrent désormais leur stratégie**. Elles créent ainsi des boutiques spectaculaires et offrant toujours plus de services, tout en sacrifiant en contrepartie des points de vente non stratégiques. D'ici la fin de 2019 et en à peine trois ans, H&M et Zara pourraient ainsi avoir fermé près d'un quart de leurs magasins de Paris intra-muros, concentrant leurs efforts sur d'autres marques, plus pointues, et sur des flagships réouverts sur de plus grandes surfaces (H&M rue Lafayette, Zara bd Haussmann).

Un appétit très ciblé

Les nouvelles enseignes étrangères privilégient les artères parisiennes

Choix d'implantation par secteur géographique

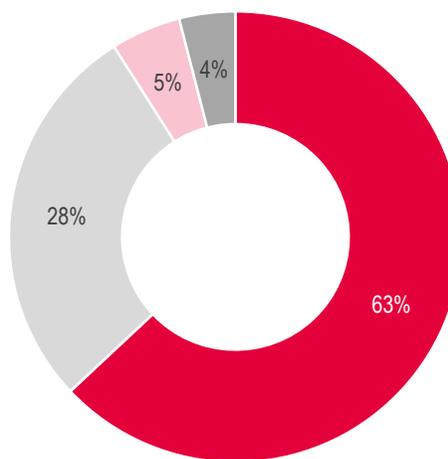
En %, entre 2014 et 2018



■ Paris ■ IDF - Hors Paris ■ Régions

Choix d'implantation par typologie

En %, entre 2014 et 2018



■ Rues commerçantes ■ Centres commerciaux
■ PAC ■ Autres

Exemples de nouveaux entrants récents

À Paris, en rues commerçantes



- Illustrant l'**appétit très ciblé des enseignes**, Paris et ses rues commerçantes sont largement plébiscitées par les enseignes étrangères désirant ouvrir un 1^{er} point de vente en France. Parmi les exemples les plus significatifs de 2018 : Urban outfitters, Suitsupply ou encore Xiaomi qui, avant son flagship des Champs-Élysées, avait ouvert une 1^{ère} boutique boulevard Sébastopol.
- Hors de Paris et des rues commerçantes, ce sont les centres commerciaux qui sont les plus ciblés, **centres commerciaux régionaux les plus établis** d'Ile-de-France ou des grandes métropoles régionales en particulier.

LE MARCHÉ IMMOBILIER DES COMMERCES

Rues commerçantes | Paris



Exemples de transactions et ouvertures récentes à Paris

Source : Knight Frank

Enseigne	Adresse	Arrondissement	Surface totale (m²)
ZARA	54 boulevard Haussmann	Paris 9	3 000
DIOR	127 avenue des Champs-Élysées	Paris 8	2 000
ADIDAS	39-41 boulevard Haussmann	Paris 9	1 800
LE DRUGSTORE PARISIEN	28 place Madeleine	Paris 8	1 530
BASIC FIT	58 bis rue de la Chaussée d'Antin	Paris 9	1 120
MILIBOO	14 boulevard de la Madeleine	Paris 8	1 050
HUAWEI	9 boulevard des Capucines	Paris 2	860
XIAOMI	30 avenue des Champs-Élysées	Paris 8	680
ETAM/UNDIZ	14-16 rue Halévy	Paris 9	630
BALMAIN	374 rue Saint-Honoré	Paris 1	620
CALVIN KLEIN	42 rue des Francs Bourgeois	Paris 4	400
ROBERTO CAVALLI	396 rue Saint-Honoré	Paris 1	400
ZIMMERMAN	29 rue François 1 ^{er}	Paris 8	300
SOSTRENE GRENE	91-93 rue du Faubourg Saint-Antoine	Paris 11	270



Zara, 54 boulevard Haussmann, Paris 9



Dior, 127 av. des Champs-Élysées, Paris 8



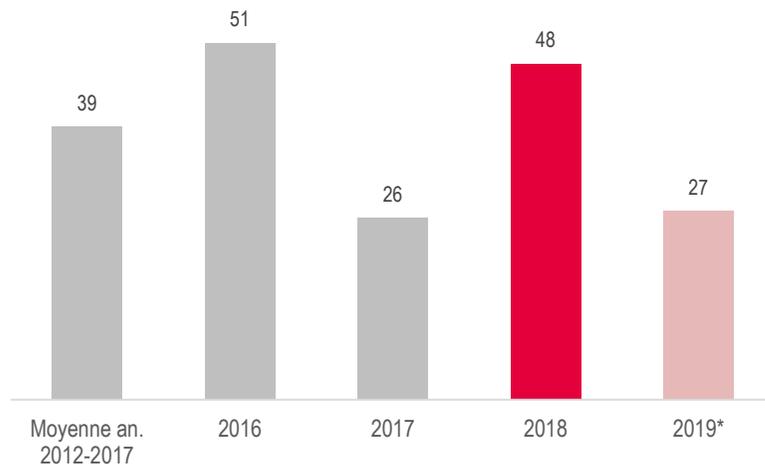
Xiaomi, 30 av. des Champs-Élysées, Paris 8

Net rebond des ouvertures

Focus sur le marché du luxe parisien

Évolution du nombre d'ouvertures de boutiques de luxe

À Paris

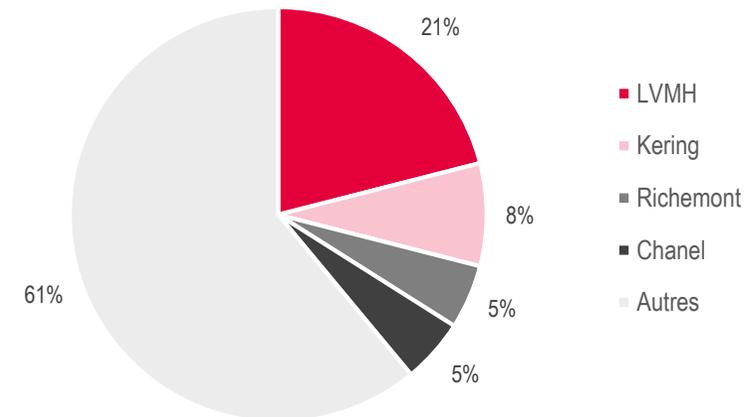


*Recensement temporaire, arrêté début janvier 2019.

Source : Knight Frank

Répartition des ouvertures par groupe

Boutiques de luxe à Paris, sur la période 2018-2019



Source : Knight Frank

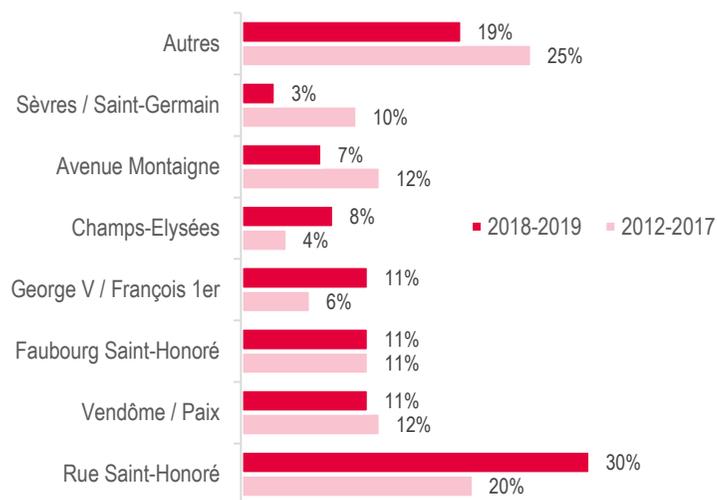
- 48 ouvertures de boutiques de luxe ont été recensées en 2018 à Paris contre 26 en 2017. Le dynamisme du marché du luxe devrait se prolonger : selon un décompte réalisé début janvier, **près d'une trentaine de projets sont déjà prévus pour 2019**, parmi lesquels plusieurs projets emblématiques comme celui de Saint Laurent en lieu et place du concept-store Colette ou de Dior sur les Champs-Élysées.
- Les grands groupes de luxe soutiennent le dynamisme du marché parisien : **LVMH, Kering, Richemont et Chanel** représentent ainsi à eux quatre **près de 40 % de l'ensemble des ouvertures** réalisées ou à venir sur la période 2018-2019. Le groupe LVMH est particulièrement actif, avec 16 projets dont 43 % de créations (Dior et Bulgari sur les Champs-Élysées, Chaumet boulevard Saint-Germain, etc.).

Rue Saint-Honoré : 30 % des ouvertures

Focus sur le marché du luxe parisien

Répartition des ouvertures par artère

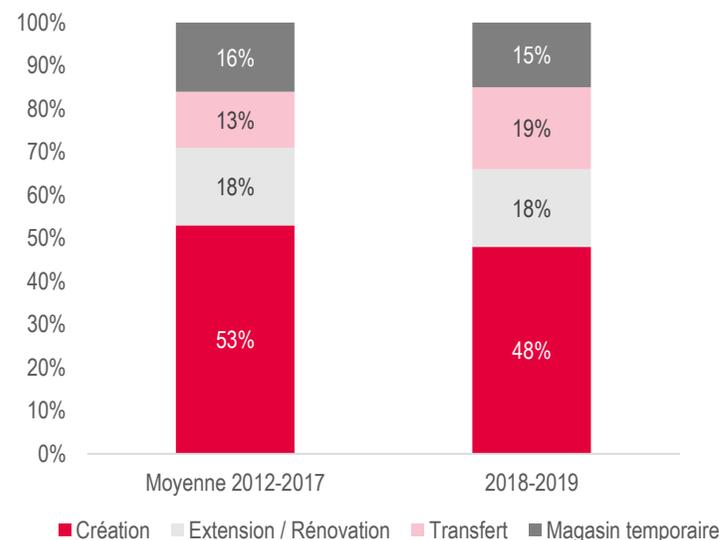
Part en %, sur le total des ouvertures à Paris



Source : Knight Frank

Répartition des ouvertures par type

Part en %, sur le total des ouvertures à Paris



Source : Knight Frank

- La rue Saint-Honoré ne cesse de progresser dans la hiérarchie du luxe parisien : elle compte pour **30 % des ouvertures de boutiques de luxe réalisées ou projetées sur la période 2018-2019** à Paris contre 20 % entre 2012 et 2017. Le luxe s'illustre aussi sur les Champs-Élysées, où LVMH a renforcé ses positions avec l'arrivée de Bulgari au n°136 et l'ouverture prochaine d'un flagship Dior au n°127.
- L'analyse des ouvertures confirme la **tendance au travail sur l'existant**, avec une nette progression des transferts. Plusieurs enseignes cherchent ainsi à rationaliser leur réseau de boutiques en déménageant sur de meilleurs axes ou des portions de rues **correspondant davantage à leur positionnement**. Ces transferts leur permettent aussi de **développer leurs concepts sur de plus grandes surfaces**.

LE MARCHÉ IMMOBILIER DES COMMERCES

Rues commerçantes | Paris

Les secteurs les plus prisés

Focus sur le marché du luxe parisien

Rue Saint-Honoré



30 % des ouvertures 2018-2019
41 % de créations

Exemples d'ouvertures / projets



Triangle d'Or



29 % des ouvertures 2018-2019
43 % de créations

Exemples d'ouvertures / projets



Vendôme / Paix



11 % des ouvertures 2018-2019
50 % de créations

Exemples d'ouvertures / projets



Dynamisme de l'hôtellerie de luxe Projets récents et à venir à Paris

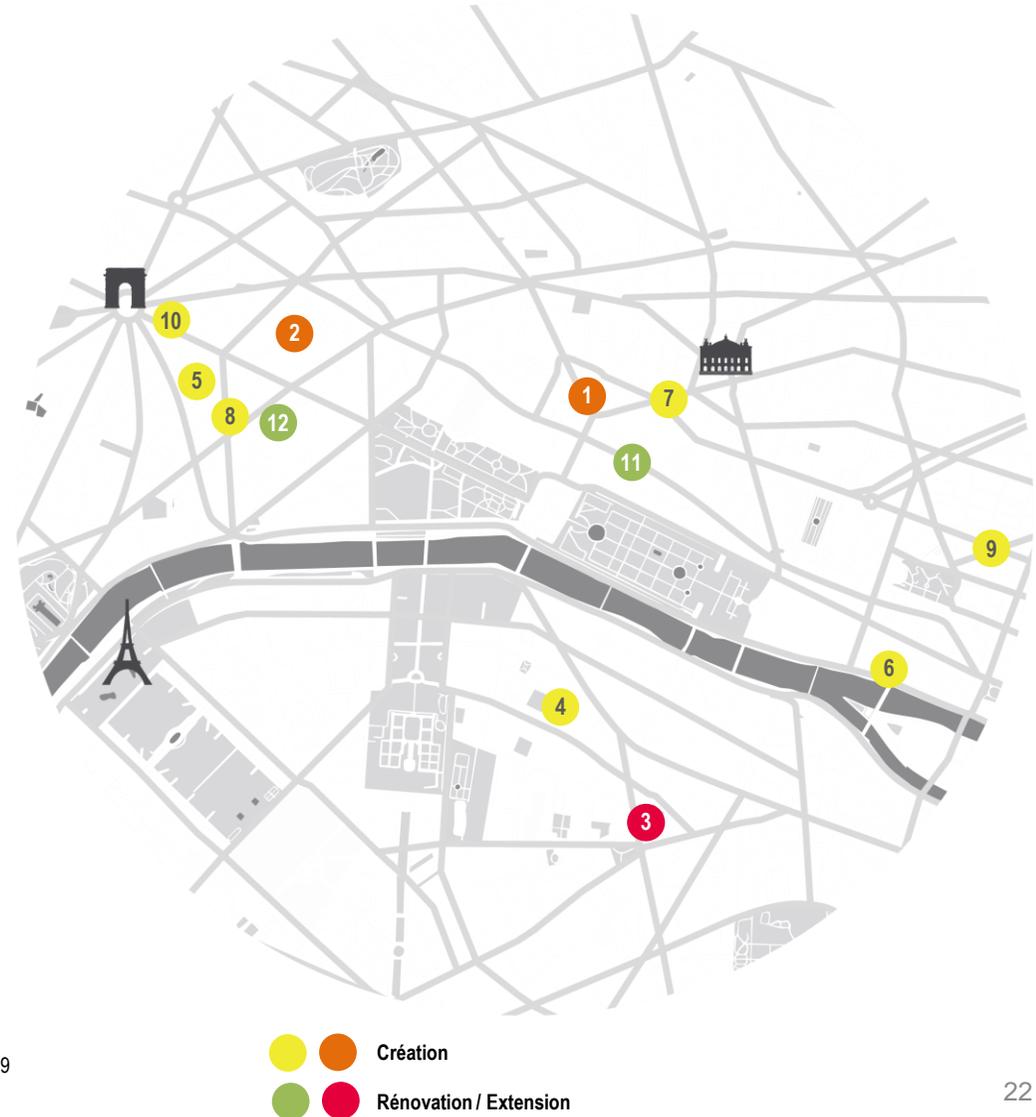
Source : Knight Frank

Ouvertures récentes

- | | |
|--|---|
| 1 Hôtel Fauchon
Paris 8
Création : 2018 | 2 Hôtel de Berri
Paris 8
Création : 2018 |
| 3 Lutétia
Paris 6
Rénovation : 2018 | |

Ouvertures à venir

- | | |
|--|---|
| 4 Hôtel du Génie / Autograph Collection
Paris 7
Création : 2019 | 5 La Clef Champs-Élysées
Paris 8
Création : 2018 |
| 6 Cheval Blanc Samaritaine
Paris 1
Création : 2020 | 7 Kimpton Paris Opéra
Paris 2
Création : 2020 |
| 8 Bulgari Paris
Paris 8
Création : 2020 | 9 Poste du Louvre
Paris 1
Création : 2020 |
| 10 So Sofitel Champs-Élysées
Paris 8
Création : 2022 | 11 Costes
Paris 1
Extension : 2019 |
| | 12 Grand Powers
Paris 8
Rénovation : 2019 |



LE MARCHÉ IMMOBILIER DES COMMERCES

Rues commerçantes | Paris



La rue Saint-Honoré se distingue

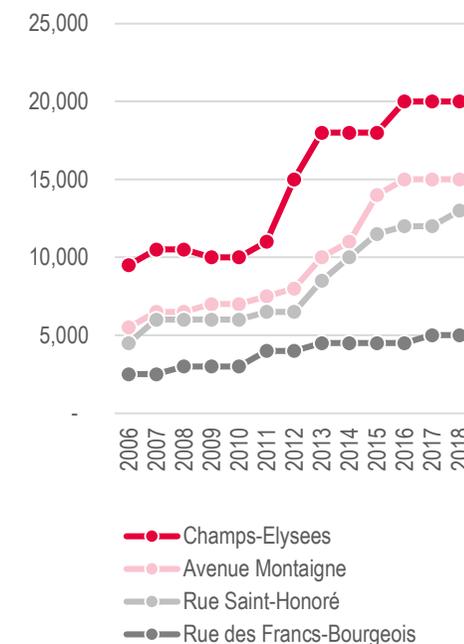
Valeurs locatives prime, à Paris, en €/m²/an Zone A*

Source : Knight Frank

Rue ou zone commerçante	Arrondissement	Loyer au 4T 2017	Loyer au 4T 2018	Tendance
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	13 000	↑
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 2018, sur quelques artères parisiennes, en €/m²/an, Zone A*



Source : Knight Frank

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

LE MARCHÉ IMMOBILIER DES COMMERCES

Rues commerçantes | Paris



Forte concentration rive droite

Exemples de projets à venir

À Paris

Source : Knight Frank

Flagships

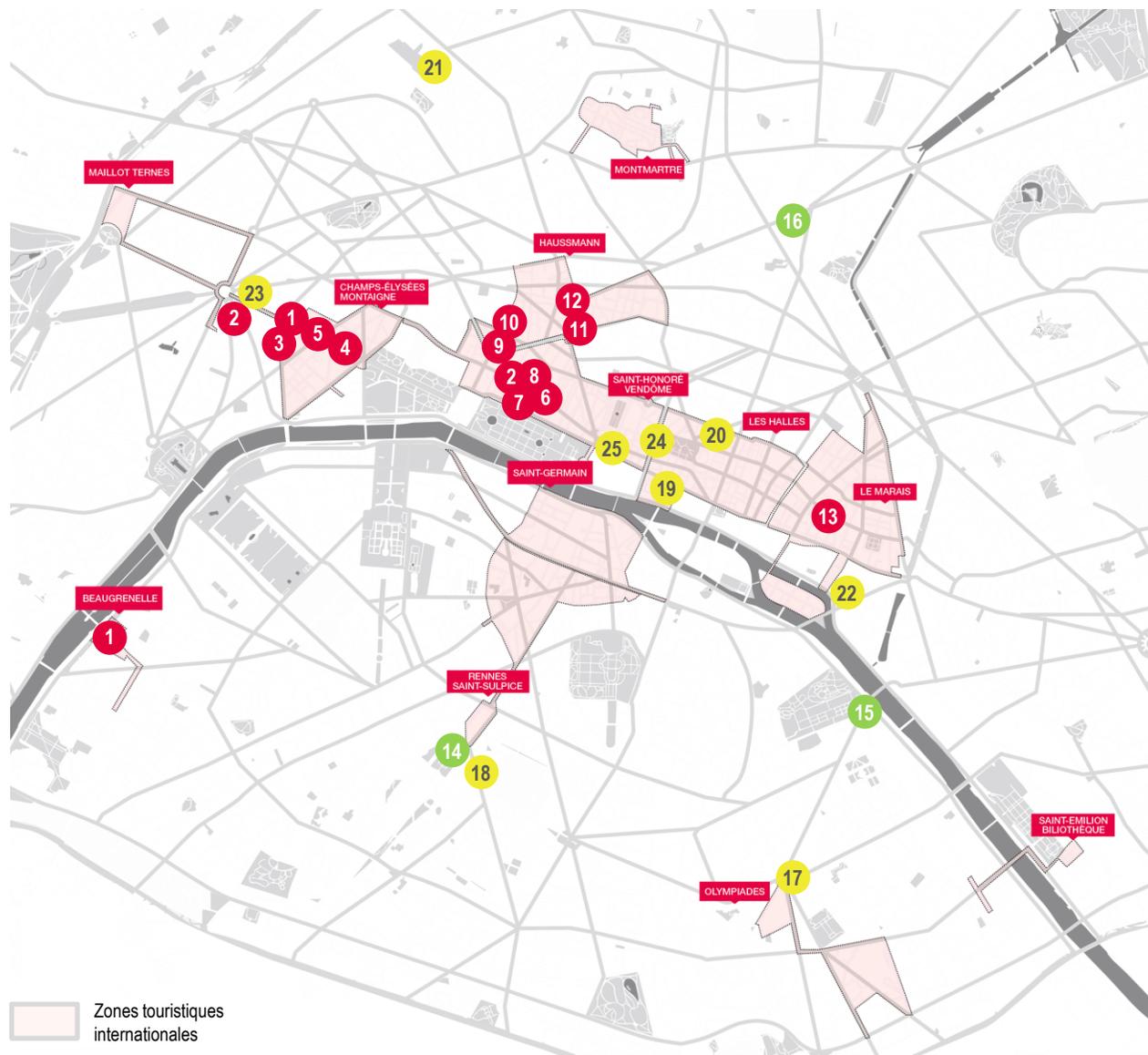
- | | |
|----------------------|-----------------|
| 1 Galeries Lafayette | 2 Dior |
| 3 Nike | 4 Adidas |
| 5 Xiaomi | 6 Saint Laurent |
| 7 Graff | 8 Balmain |
| 9 Ikea | 10 Miliboo |
| 11 Huawei | 12 Etam / Undiz |
| 13 Eatly | |

Gares

- | | |
|----------------------|----------------------|
| 14 Gare Montparnasse | 15 Gare d'Austerlitz |
| 16 Gare du Nord | |

Autres

- | | |
|---------------------------|----------------------------|
| 17 Italik (ext. Italie 2) | 18 Ateliers Gaité |
| 19 Samaritaine / DFS | 20 Poste du Louvre |
| 21 My Cardinet | 22 Morland Mixité Capitale |
| 23 MK2 Champs-Élysées | 24 Fondation Pinault |
| 25 Fondation Cartier | |



Fin d'année chahutée

Le marché des rues commerçantes en régions

- En 2018, le marché des commerces des plus grandes métropoles est généralement resté stable, prolongeant les tendances observées en 2017. **Les valeurs locatives des meilleurs emplacements n'ont que peu évolué** du fait d'une demande assez soutenue des enseignes. Lyon et Bordeaux affichent les valeurs les plus élevées (2 500 €/m²/an, voire plus, pour les meilleurs emplacements). D'autres capitales régionales telles que Nice Strasbourg et Toulouse suivent avec des valeurs comprises entre 2 000 et 2 400 €/m²/an.
- Si les centres-villes des plus grandes agglomérations constituent des pôles d'attraction majeurs, ils n'échappent pas pour autant aux difficultés du commerce. Ainsi, le ralentissement de l'économie, la chute de la confiance des ménages et l'affaiblissement de certains formats de distribution traditionnels ont pu peser en 2018 sur les chiffres d'affaires. Assez limités dans un premier temps aux zones de périphérie, **les effets du mouvement des gilets jaunes se sont étendus aux centres de plusieurs grandes agglomérations** (Nantes, Bordeaux, Toulouse, etc.), la répétition d'épisodes de violence plombant les résultats et la fréquentation des commerces en fin d'année.
- Dans les plus grandes métropoles, plusieurs tendances sont similaires à celles observées à Paris. Si les grandes enseignes de mode y complètent ponctuellement leur réseau (Uniqlo à Rennes, Nantes et Toulouse), celles-ci accélèrent **la rationalisation de leurs implantations** et investissent en parallèle dans de plus grandes boutiques, mieux placées et plus spectaculaires. À Lille, Zara œuvre par exemple au développement d'une surface de 3 000 m² rue de la Bourse ; H&M, qui a de son côté prévu de fermer son magasin de la rue de Béthune, conserve son flagship d'Euralille et ouvrira bientôt dans le nouveau centre commercial de « Lillenum ». Dans le secteur de la mode, **d'autres enseignes, plus haut de gamme ou plus pointues** (Kujten, Balibaris, Boggi, etc.) poursuivent leur expansion sur les artères prime des capitales régionales : plusieurs mouvements ont ainsi été recensés au cœur du Vieux-Lille et dans les axes les plus établis de Bordeaux ou de la presqu'île lyonnaise. Les artères prime bénéficient également des mutations structurelles du marché des commerces, avec **la poursuite des ouvertures de boutiques de marques et la diffusion des formats urbains** d'enseignes habituellement très présentes en périphérie (Truffaut à Toulouse, Décathlon City à Lyon, Rennes ou Bordeaux, etc.).
- Destinés à renforcer les hypercentres marchands, **les projets de restructuration restent nombreux**, à l'exemple de l'opération de redéveloppement du « 31 » à Lille et de l'ex bâtiment des Galeries Lafayette à Marseille ou du projet de transformation du Palais du Commerce à Rennes, remporté par Frey et les architectes de l'agence MVRDV. La mixité est systématiquement de mise dans ces opérations, avec **une part souvent conséquente dédiée à la restauration**. La popularité de ce secteur très dynamique est également illustrée par la poursuite des projets de « *food halls* » (Gare du Sud à Nice, Cité de la Gastronomie à Lyon, etc.).
- Hors des plus grandes métropoles, le dynamisme du commerce dépend évidemment de **facteurs d'attractivité propres à chaque ville** (taille, diversité du tissu économique, démographie et pouvoir d'achat, état de la concurrence locale, etc.). Certains centres sont particulièrement mal lotis et subissent les effets simultanés de plusieurs crises : crise du logement et dévitalisation économique des centres-villes, restructuration des emplois et services publics, etc.

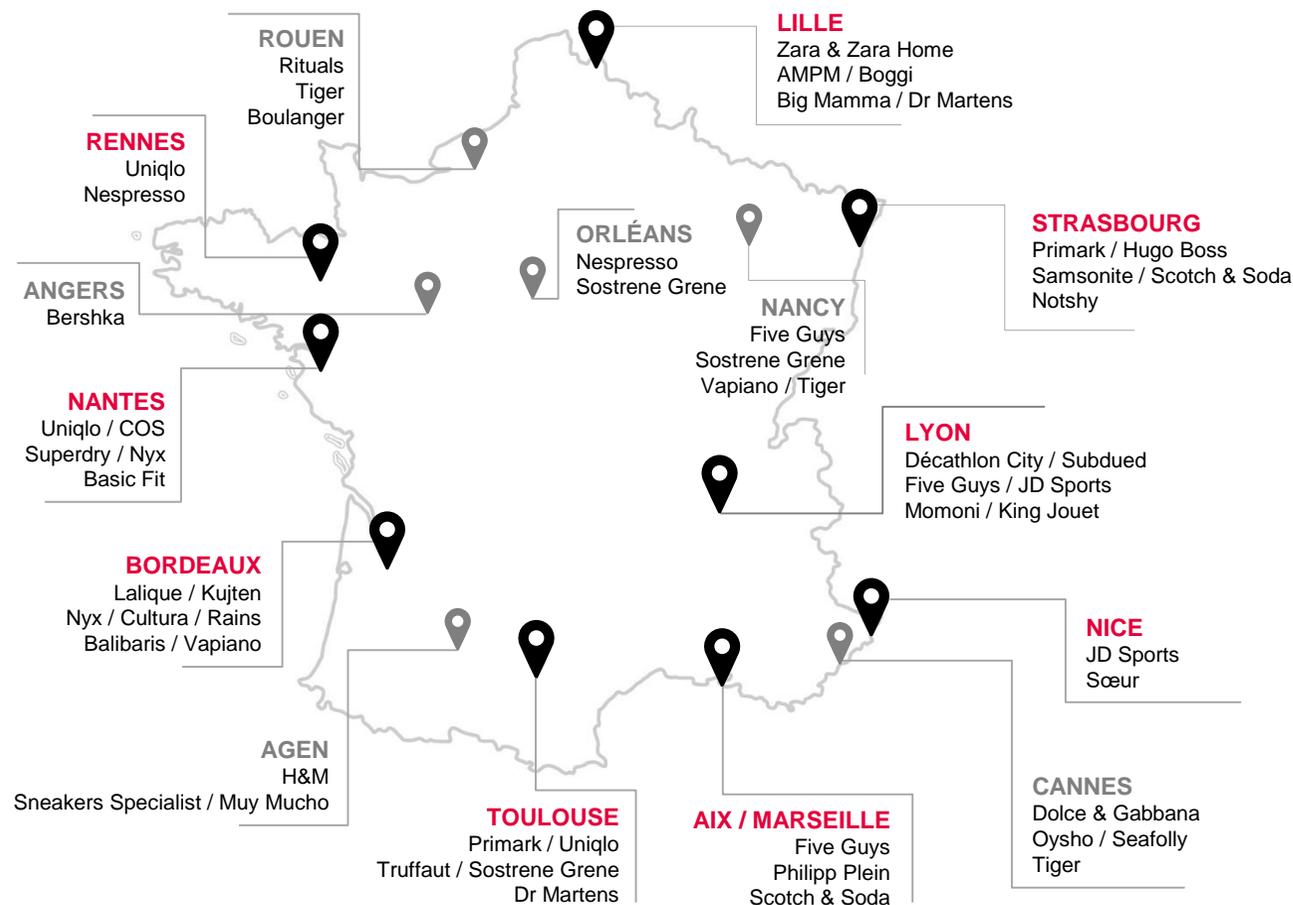
LE MARCHÉ IMMOBILIER DES COMMERCES

Rues commerçantes | Régions

Exemples d'ouvertures et de projets récents en régions

 Villes appartenant au Top 10 des aires urbaines françaises

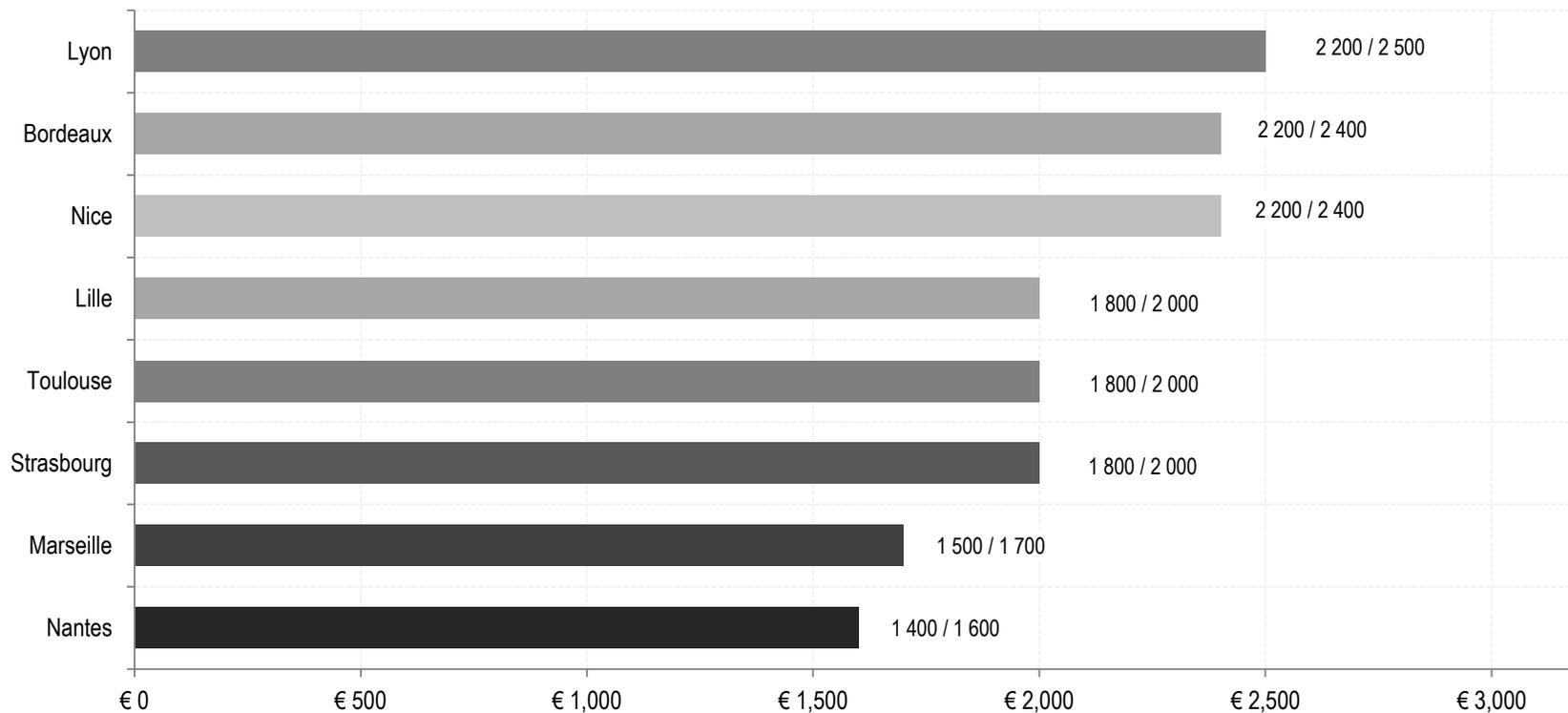
 Autres villes



Stabilisation des valeurs locatives

En régions, fin 4T 2018, en €/m²/an Zone A*

Source : Knight Frank



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



Le marché locatif

Ensembles commerciaux

Baisse continue des ouvertures

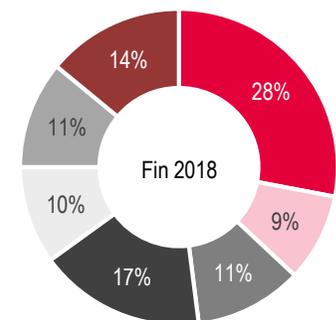
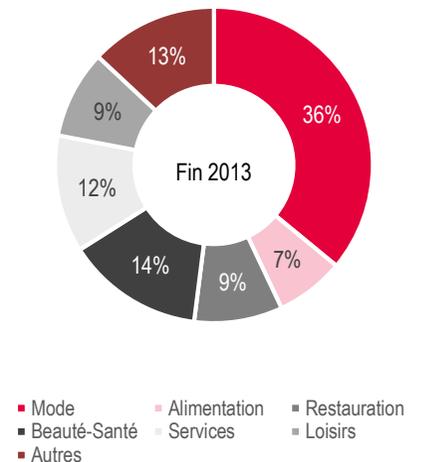
Le marché français des centres commerciaux

- L'environnement de marché des centres commerciaux s'est détérioré en 2018, avec une baisse de 1,7 % sur un an de la fréquentation pour partie liée au mouvement des gilets jaunes. Dans ce contexte, les bailleurs, davantage contraints de **renégocier avec les enseignes**, poursuivent aussi l'adaptation de leurs centres aux nouvelles attentes des consommateurs en augmentant par exemple **la part dévolue à certains secteurs**. C'est le cas du sport et des loisirs, avec l'expansion de salles de fitness et de nouveaux concepts (Bounce, Climb Up, Hapik, etc.). Par ailleurs, **plusieurs grands projets d'extension sont l'occasion de renforcer l'offre de restauration**, à l'exemple des neuf établissements prévus dans le cadre de la 2^e phase de l'agrandissement de « Noyelles-Godault » ou des nouvelles enseignes annoncées par Klépierre au sein de l'extension de « Créteil Soleil » (IT, la Piadineria, Woko, Beef House, etc.).
- Après les 350 000 m² de 2016 et les 240 000 m² de 2017, **ce sont 205 000 nouveaux m² de centres commerciaux qui ont ouvert l'an passé**. La baisse continue des volumes s'accompagne d'une réduction du nombre d'opérations, soit **une vingtaine de sites dont moins de dix créations**. Ces dernières constituent néanmoins la majorité des volumes (63 %), gonflés par les inaugurations des deux grands projets de 2018 : « Le Prado » à Marseille et « B'Est » en Lorraine. Du côté des

foncières de la grande distribution, ce sont près d'une quinzaine d'opérations qui ont été livrées dont **une très grande part d'extensions et de redéveloppements sur des surfaces généralement inférieures à 10 000 m²**, à l'exemple des programmes inaugurés par Galimmo (Shop'In Publier, Shop'In Houssen).

- Le pipeline d'ouvertures est conséquent, avec plus de 400 000 m² potentiellement livrables dès 2019. Si quelques créations gonfleront les volumes en 2019-2020 (« Lillenum » à Lille, « Neyrpic » près de Grenoble), **ce sont surtout les opérations d'extension et de rénovation qui animeront le marché**, avec la poursuite de la modernisation des galeries d'hyper et le renforcement de centres leaders (« Créteil Soleil », « Vélizy 2 », « Cap 3000 », etc.).
- Cela dit, **le ralentissement de la production devrait se poursuivre**, ce que tend à confirmer la baisse des autorisations de surfaces commerciales sur fond d'environnement réglementaire plus contraignant du fait de la mise en place de la loi Elan et alors qu'approchent les élections municipales de 2020.

Répartition des commerces par secteurs d'activités en centres commerciaux
En France, en %



LE MARCHÉ IMMOBILIER DES COMMERCES

Centres commerciaux



Exemples d'ouvertures significatives de centres commerciaux

Source : Knight Frank

Ouvertures 2018

Centre	Commune	Type	Surface (m ²)
B'Est	Farebersviller (57)	Création	55 000
Le Prado	Marseille (13)	Création	23 000
Leclerc Baleone	Sarrola-Carcopino (2A)	Création	18 000
Grand Hôtel Dieu	Lyon (69)	Création	17 000
La Lézarde	Montivilliers (76)	Extension	15 000
All in One	Saint-Chamond (42)	Création	9 650
Cap Sacré Coeur (Phase 1)	Le Port (La Réunion)	Extension	9 200
Centre Leclerc	Saint-Doulchard (18)	Création	7 700
Shop'In Houssen	Colmar (68)	Extension	5 300
Carrefour Athis-Mons	Athis-Mons (91)	Extension	4 200



B'Est, Farebersviller ©SCAU / Codic



Prado, Marseille ©Stéphane But / Klépierre



Shop'In Houssen, Houssen, ©Galimmo

Exemples de projets significatifs de centres commerciaux

Source : Knight Frank

Ouvertures attendues en 2019-2020

Centre	Commune	Type	Surface (m ²)
Lillenum	Lille (59)	Création	56 000
Neyrpic	Saint-Martin-d'Hères (38)	Création	49 950
Open Sky	Plaisir (78)	Redéveloppement	37 000
Cap 3000	Saint-Laurent-du-Var (06)	Extension	32 500
La Part-Dieu	Lyon (69)	Extension	30 200
Les Ateliers Gaité	Paris (75014)	Redéveloppement	27 800
Vélizy 2	Vélizy-Villacoublay (78)	Extension	19 970
Créteil Soleil	Créteil (94)	Extension	11 600
Carrefour Nice Lingostière	Nice (06)	Extension	10 000
Évry 2	Évry (91)	Extension-redéveloppement	9 500
Italik	Paris (75013)	Extension	6 500
Carrefour Rennes Cesson	Cesson-Sévigné (35)	Extension	6 000
Les Allées de l'Arsenal	Dunkerque (59)	Création	6 000
Shop'In Ermont	Ermont (95)	Extension	4 200
Carré Sénart	Lieusaint (77)	Extension	3 900

Des fondamentaux solides

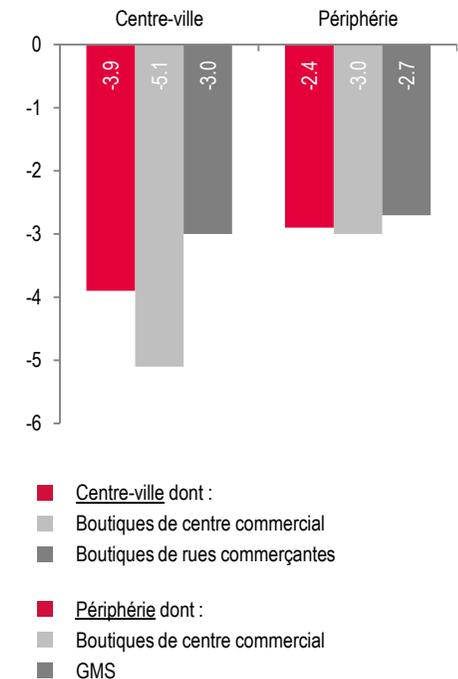
Le marché français des retail parks

- Plusieurs grands ensembles ont ouvert en 2018 dans l'Hexagone, notamment en Ile-de-France, à l'exemple de la première phase des « Promenades de Brétigny », de « Place Saint-Mard » ou d'« Aren'Park ». En régions, **Carrefour s'est distingué en livrant trois nouveaux retail parks à proximité de ses centres commerciaux** (« Cap Saran », « Chalezeule », « Guichainville »).
- Le rythme des livraisons de nouveaux retail parks n'en a pas moins décéléré en 2018. Il pourrait en être de même en 2019, même si d'autres grandes inaugurations sont attendues cette année (« Steel » à Saint-Etienne, etc.) et que le potentiel de m² livrables reste impressionnant. Comme sur le marché des centres commerciaux, ce ralentissement des ouvertures effectives s'inscrit dans la baisse générale des autorisations de surfaces commerciales, **un environnement réglementaire moins favorable et un interventionnisme accru des élus**.
- Les recours et moratoires ne sont pas les seules causes du ralentissement de la production. **Les reports de projets se sont également multipliés en raison de difficultés de commercialisation** et d'un environnement de marché plus concurrentiel, les nombreux projets livrés ou en cours de développement démultipliant les choix

d'implantation pour les enseignes ; des enseignes qui, pour beaucoup, ont souffert en fin d'année du mouvement des gilets jaunes. De fait, **les manifestations ont d'abord menées sous la forme de blocages de ronds-points, pesant sur l'activité des zones commerciales** de périphérie des petites et moyennes agglomérations avant de s'étendre aux centres-villes des grandes métropoles.

- L'atténuation des tensions sociales pourrait désormais permettre aux retail parks de retrouver de la vigueur, et de refaire valoir leur capacité de résistance face au ralentissement de la consommation et aux transformations structurelles du commerce. Avant novembre, le marché des retail parks avait ainsi fait preuve de solidité, continuant en particulier de s'appuyer sur le **dynamisme de la franchise** (dans le secteur de la restauration en particulier) mais aussi sur la **prolifération des enseignes à petits prix**. En 2018, la France est par exemple devenue le principal marché d'Action, qui se développe aussi désormais en centre commercial et en pied d'immeuble. Le phénomène ne se limite pas à l'enseigne néerlandaise : selon Xerfi, le parc cumulé des 15 plus grands réseaux du secteur aurait ainsi doublé entre 2012 et 2018, soit un peu plus de 1 200 points de vente supplémentaires.

Évolution du CA du commerce spécialisé en 2018
En % sur un an



Source : Procos

LE MARCHÉ IMMOBILIER DES COMMERCES

Retail parks



Exemples d'ouvertures significatives de retail parks

Source : Knight Frank

Ouvertures 2018

Centre	Commune	Type	Surface (m²)
Place Saint-Mard	Saint-Mard (95)	Création	36 000
La Sucrierie	Abbeville (80)	Création	30 000
Grand Évreux	Guichainville (27)	Création	30 000
Cap Saran	Saran (45)	Création	29 200
Les Promenades de Brétigny	Brétigny-sur-Orge (91)	Création	23 800
Frunshopping Nancy Sud	Saint-Nicolas-de-Port (54)	Création	23 000
Les Océanides	La Teste-de-Buch (33)	Création	22 000
Aren'Park	Cergy-Pontoise (95)	Création	20 000
Chamblyrama	Chambly (60)	Création	18 500
PAC Carrefour	Chalezeule (25)	Création	15 000
ZAC du Chênet	Milly-la-Forêt (91)	Création	5 500



PAC Evreux Guichainville ©Carmila



Les Promenades de Brétigny ©SCAU / Ceetrus



Les Océanides, La Teste de Buch ©Groupe Pichet

Exemples de projets significatifs de retail parks

Source : Knight Frank

Ouvertures attendues 2019-2020

Centre	Commune	Type	Surface (m ²)
Steel	Saint-Étienne (42)	Création	70 000
Coeur d'Alsace Shopping Promenade	Vendenheim (67)	Redéveloppement	67 000
Puisoz	Vénissieux (69)	Création	50 000
Les Allées Shopping Muret	Muret (31)	Création	45 000
Open Sky	Buchelay (78)	Redéveloppement	40 000
Shopping Promenade	Claye-Souilly (77)	Création	40 000
Open Sky	Plaisir (78)	Création	37 000
Eden 2	Servon (77)	Création	35 000
Shopping Promenade	Arles (13)	Création	19 000
Les Montagnes Ouest (Tranche 2)	Champniers (16)	Extension	13 500
Pop'A Lescure	Lescure d'Albigeois (81)	Création	12 250
Shopping Promenade	Saint-Berthevin (53)	Redéveloppement	12 000
The Snow	Sallanches (74)	Création	12 000
La Colleraye	Savenay (44)	Extension	9 000

Des projets nombreux, mais incertains

Le marché français des centres de marques

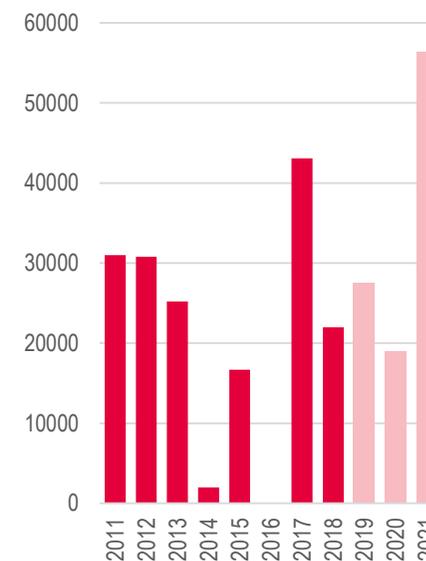
- Avec **près de 520 000 m² principalement situés dans la moitié nord du pays**, les centres de marques ne représentent qu'une petite part du parc des commerces en France.
- Néanmoins, le format est de plus en plus prisé par les enseignes, qui l'utilisent pour écouler leurs produits **dans un contexte de ralentissement des ventes d'habillement et de promotions quasi permanentes**.
- Si un nombre croissant d'enseignes privilégient ce format, c'est aussi parce qu'il colle mieux désormais aux attentes des consommateurs, offrant une architecture plus soignée et **des concepts plus variés et haut de gamme**. L'expansion des grands magasins est particulièrement significative, à l'exemple des nombreuses ouvertures des Galeries Lafayette (Roppenheim, Honfleur, Villefontaine, île Saint-Denis, etc.),
- Le rythme de développement de nouveaux projets s'est accéléré depuis le début des années 2010. **Plus de 170 000 m² ont ainsi ouvert depuis cette période, dont près de 140 000 m² de créations**. La tendance a été particulièrement marquée au cours des deux dernières années, avec **60 000 m² inaugurés en 2017-2018**. L'an passé, l'actualité a été marquée par l'ouverture en mai de « The

Village » à Villefontaine près de Lyon, qui a déjà attiré 2,7 millions de visiteurs.

- La popularité du format, le sous-équipement de certaines régions et la nécessité de moderniser les centres de 1^{ère} génération expliquent l'importance du nombre d'opérations potentielles de création et de rénovation-extension. Parmi les projets certains les plus attendus figurent notamment **les 20 000 m² de « Paddock », qui ouvrira cette année à Romainville**, en région parisienne. Le « Viaduc Village » de Millau est également annoncé pour 2019. Au-delà de cette date, les opérations ne manquent pas, à l'exemple des 20 000 m² à développer par Neinver à Châtillon-en-Michaille, non loin de la frontière suisse (« Alpes The Style Outlets »).
- D'autres **projets sont dans les cartons**, comme le « Village Outlet » de Coutras, près de Bordeaux, ou le village de marques de Sorigny, près de Tours, qui a néanmoins été retoqué en CNAC fin novembre 2018. De fait, sur les 180 000 nouveaux m² potentiellement livrables à partir de 2019, **beaucoup pourraient ne pas ouvrir compte-tenu de l'importance des recours** et d'impératifs de commercialisation des projets.

Évolution des ouvertures en France

En m², volume total par année*



Source : Knight Frank

*Opérations certaines et potentielles

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

Source : Knight Frank

Ouvertures 2011-2018

Année	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
2018	The Village	Villefontaine (38)	Création	25 000

Projets 2019-2021

Année	Centre	Commune	Type	Surface (m ²)
2019	Viaduc Village (Phase 1)	La Cavalerie (12)	Création	7 500
2019	Paddock	Romainville (93)	Création	20 000
2020	Alpes The Style Outlets	Châtillon-en-Michaille (01)	Création	19 000
2021	Village de marques	Coutras (33)	Création	19 200
2021	L'Escale Outlet Shopping Village	Hautmont (59)	Création	10 500
2021	McArthurGlen	Douains (27)	Création	18 000



Le marché de l'investissement

LE MARCHÉ IMMOBILIER DES COMMERCES

Investissement



	2018	2017	TENDANCE
Volumes investis en commerces en France	4,45 Mds €	4,40 Mds €	↑
Part des commerces*	15 %	16 %	↓
Nombre de transactions > 100 M€	11	12	↓
Part des volumes investis en Ile-de-France**	49 %	39 %	↑
Part des investisseurs étrangers**	41 %	26 %	↑
Taux de rendement prime Rues commerçantes	2,90 %	2,75 %	↑
Taux de rendement prime Centres commerciaux	4,25 %	4,00 %	↑
Taux de rendement prime Retail parks	5,00 %	4,75 %	↑

Source : Knight Frank

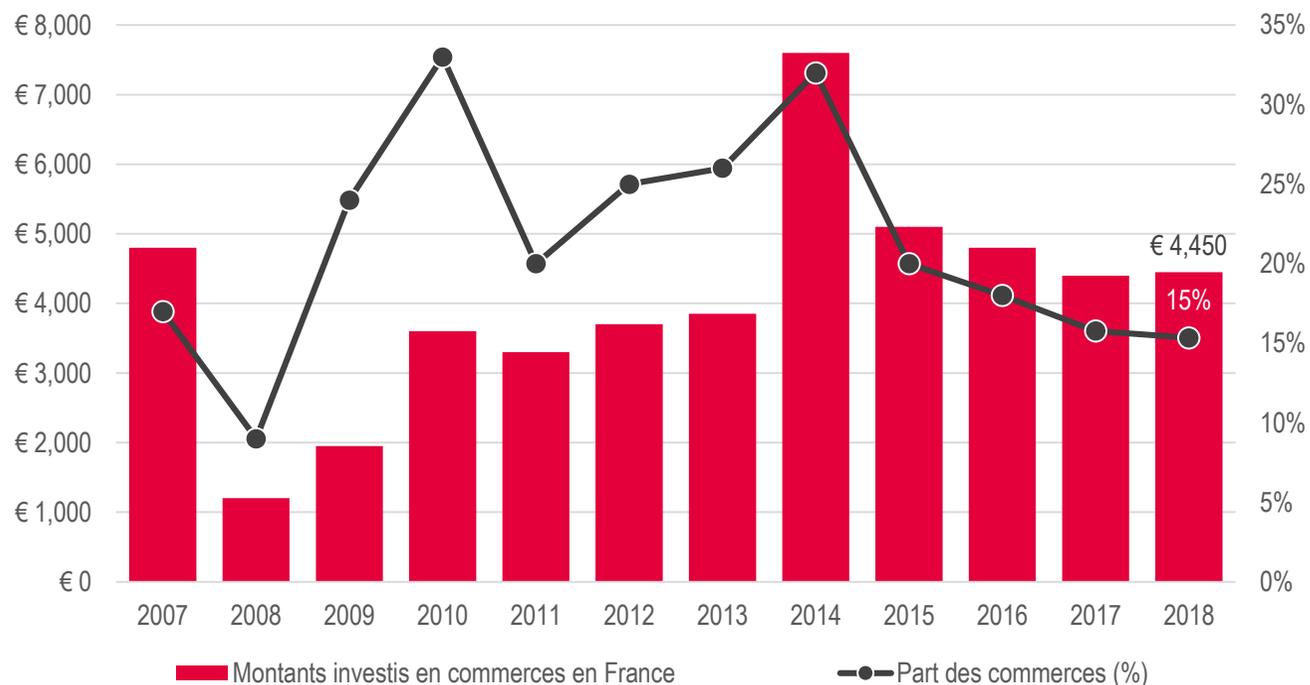
*Part exprimée sur l'ensemble des volumes investis en France, tous types d'actifs confondus. / **Part exprimée sur l'ensemble des volumes investis en France, en commerces.

Stabilité en trompe-l'œil

Évolution des volumes investis en commerces

En France

Source : Knight Frank



+ 1 %

Sur un an

- 14 %

Moyenne 5 ans

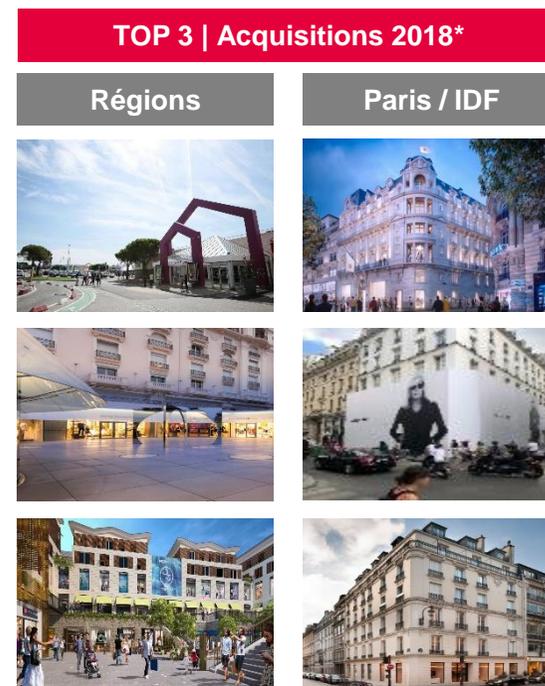
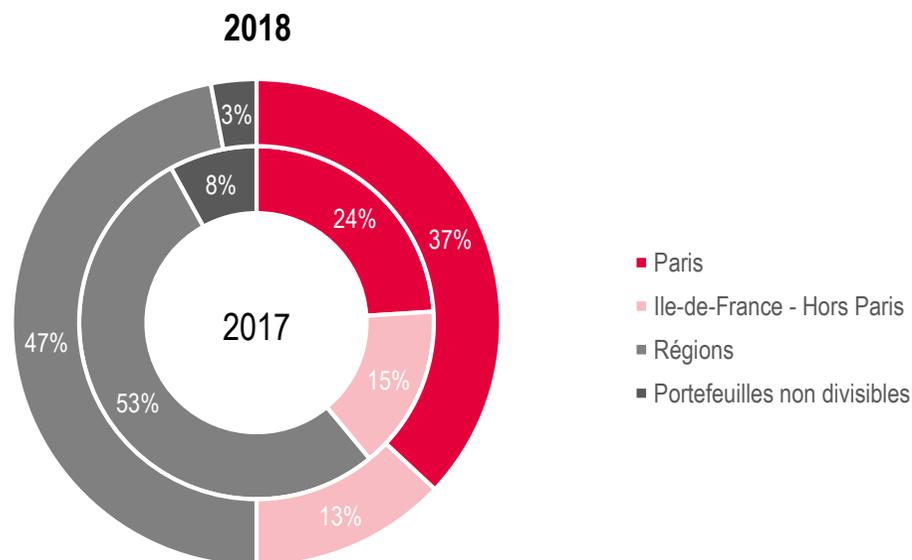
- **Le marché français des commerces a rassemblé 4,45 milliards d'euros en 2018.** En baisse de 14 % par rapport à la moyenne des cinq dernières années, cette somme est légèrement supérieure à celle de 2017 grâce à un très bon 4^e trimestre. **Les volumes ont en effet été gonflés par quelques opérations d'envergure**, dont la cession de deux portefeuilles Monoprix pour plus de 750 millions d'euros.
- Au total, les 11 transactions supérieures à 100 millions d'euros de 2018 comptent à elles seules pour 55 % des volumes investis sur le marché français des commerces.

Équilibre quasi parfait

Répartition géographique des volumes investis en commerces

En France

Source : Knight Frank



Source : Knight Frank
*Hors portefeuilles

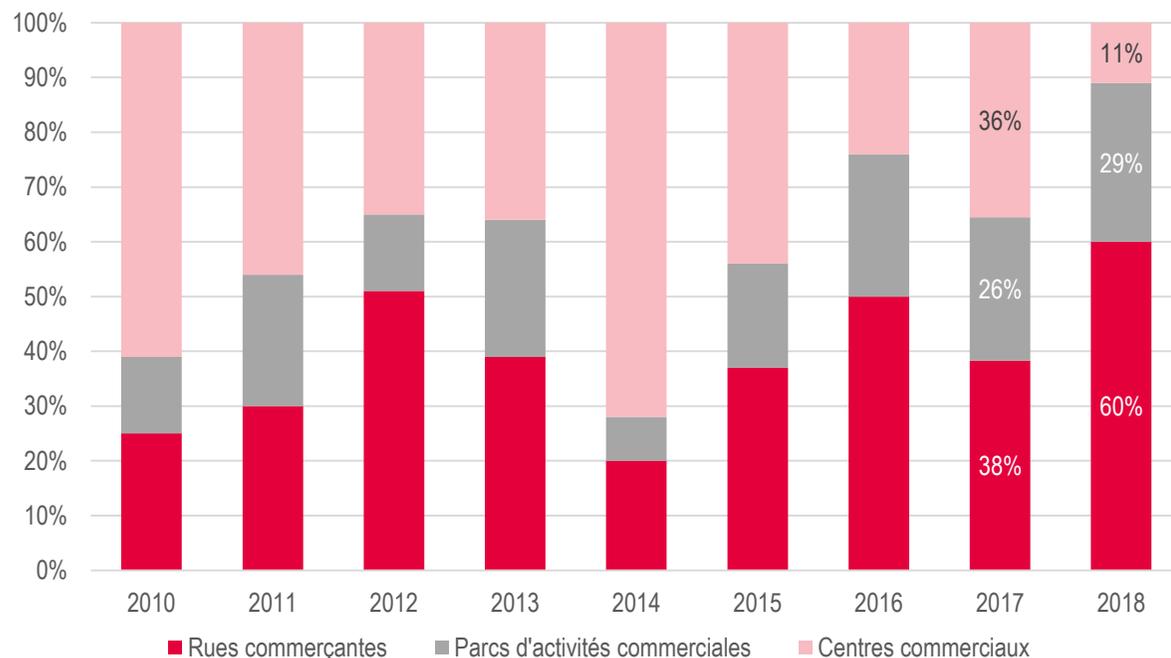
- Après la cession du flagship Apple des Champs-Élysées, c'est la vente des deux portefeuilles Monoprix qui a gonflé la part de l'Ile-de-France en fin d'année. Sur l'ensemble de 2018, **Paris et sa région concentrent 50 % des sommes engagées** en commerces dans l'Hexagone.
- Si les montants investis en province diminuent de 10 % sur un an en raison du manque de vigueur du marché des centres commerciaux, sa part demeure toutefois importante en raison de la **vente de plusieurs portefeuilles d'enseignes** (But/Babou, Jardiland, KFC, etc.) et de la vente à Savills IM de deux centres de marques à Troyes et Roubaix pour près de 300 millions d'euros.

L'appétit très ciblé des investisseurs

Répartition des volumes investis en commerces par typologie

En France

Source : Knight Frank



Champs-Élysées / Rue Saint-Honoré = 34 %
des volumes investis en rues commerçantes en France en 2018

- Les rues commerçantes captent **60 % de l'ensemble des montants engagés sur le marché français des commerces** en 2018 grâce à 7 opérations supérieures à 100 millions d'euros.
- Les parcs d'activités commerciales confirment leur dynamisme avec 1,3 milliard d'euros investis en 2018. Il s'agit d'**un volume record, en hausse de 73 % par rapport à la moyenne décennale et constitué à 65 % de cessions de portefeuilles**. Les volumes investis sur le marché des centres commerciaux ne totalisent que 500 millions d'euros, soit une baisse de 70 % sur un an et le montant le plus bas enregistré depuis 2008.

Exemples de transactions investissement en 2018

Source : Knight Frank

Adresse / Actif	Type	Ville	Vendeur	Acquéreur	Prix
Apple Store 114 Champs-Élysées	PI	Paris 8	EPI	Hines (BVK)	> 200M€
Portefeuille Monoprix	PI	France	Groupe Casino	Generali	100-200M€
McArthurGlen Troyes & Roubaix	CM	Troyes / Roubaix	Ares Management	Savills IM	50-100M€
Portefeuille Monoprix	PI	France	Groupe Casino	AG2R La Mondiale	100-200M€
Grand Vitrolles	CC	Vitrolles	Klépierre / CNP	Carmila	50-100M€
Portefeuille Cube	PAC	France	BNP Paribas Reim	OM France / Mata Capital	100-200M€
Portefeuille (Passage Jouffroy/boutiques)	PI	Paris	Weinberg Capital Partners	Immobilière Dassault	50-100M€
65 boulevard de la Croisette	PI	Cannes	Thor Equities	RFR Holding	100-200M€
Ex Colette 213 rue Saint-Honoré	PI	Paris 1	Privé	Hines	100-200M€
Promenade Sainte-Catherine*	PI	Bordeaux	Redevco	PGGM	100-200M€
Valentino 273 rue Saint-Honoré	PI	Paris 1	Chelsfield	Oxford Properties	100-200M€
Portefeuille (38 commerces)	PAC	Reims	Privé	Voisin	50-100M€
& Other Stories 277 rue St-Honoré	PI	Paris 8	Privé	Privé	100-200M€
Portefeuille (22 Galeries Lafayette)	PI	Province	Galeries Lafayette	Financière Immo. Bordelaise	100-200M€
Portefeuille (10 Jardiland)	PAC	France	Covivio	Valimmo	50-100M€
Mulberry 275 rue Saint-Honoré	PI	Paris 8	Privé	Richemont	100-200M€
Les Allées de Corneilles	PAC	Corneilles-en-Parisis	Eurocommercial	Aberdeen	50-100M€
Retail Park Eden	PAC	Servon	Privé	Real IS	50-100M€
Multiplexe UGC – Rosny 2	CC	Rosny-sous-Bois	AEW	Unibail Rodamco Westfield	100-200M€
Moschino 255 rue St-Honoré	PI	Paris 1	Financière JL	Generali	100-200M€
Portefeuille Lutèce 46 actifs	PI	Paris	Generali	Groupe Madar	100-200M€
Retail Park	PAC	Saint-Priest	-	ImocomPartners	50-100M€
Dior 384 rue Saint-Honoré	PI	Paris 1	Privé	AEW	100-200M€
H&M, Desigual 45-55 rue St-Jean	PI	Nancy	Vastned	UBS	100-200M€
Portefeuille (15 KFC)	PAC	France	KFC France	AmRest Holding	50-100M€
Hypermarché Géant	CC	Pessac	Groupe Casino	Tristan Capital Partners	100-200M€
Retail Park	PAC	Orchies	Compagnie Lebon	ImocomPartners	50-100M€
Grand Hôtel	PI	Toulouse	BNP Paribas REIM	LaSalle IM	100-200M€



Apple store, Paris Champs-Élysées



Portefeuille Cube, France



Valentino, Paris rue Saint-Honoré

*Apport par Redevco de « Promenade Sainte-Catherine » à Bordeaux dans le cadre l'amorçage du fond *Urban Retail Ventures* formé par Redevco et PGGM.

< 50M€

50-100M€

100-200M€

> 200M€

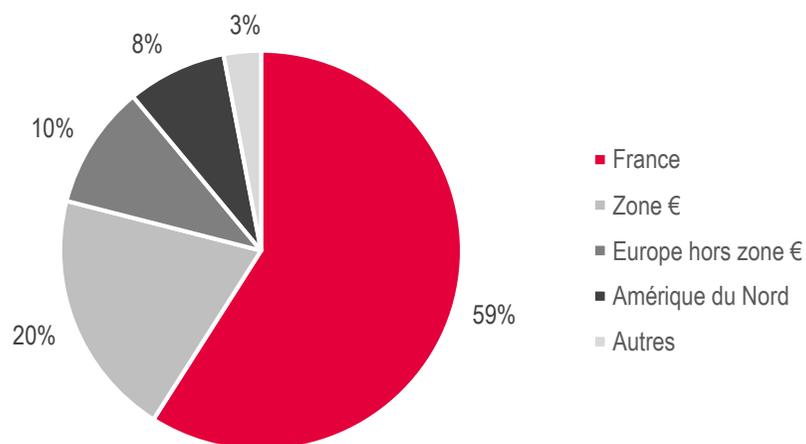
NB: PI pieds d'immeuble, PAC parcs d'activités commerciales, CC centres commerciaux, CM centres de marques

Le come-back des investisseurs nationaux

Volumes investis en commerces par nationalité

En France, en 2018

Source : Knight Frank

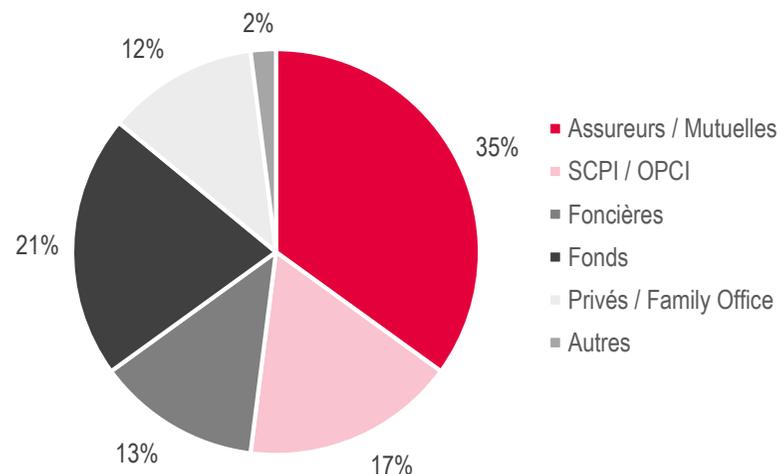


Les assureurs / mutuelles loin devant

Volumes investis en commerces par typologie

En France, en 2018

Source : Knight Frank



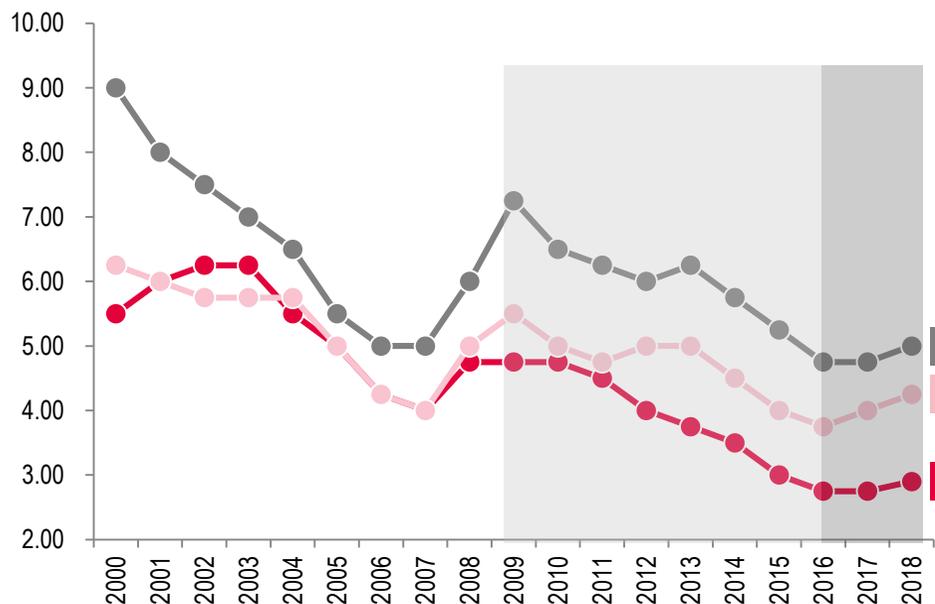
- **Les investisseurs français représentent près de 60 % des volumes investis en commerces en 2018.** Leur part a nettement augmenté au 4^e trimestre, gonflée par la cession de **deux portefeuilles Monoprix à Generali et AG2R La Mondiale.**
- Ces deux transactions ont également gonflé **la part des assureurs et des mutuelles, premiers acteurs du marché des commerces** sur l'ensemble de l'année écoulée (35 %) devant les fonds d'investissement (21 %) et les SCPI/OPCI (17 %)

La correction des taux se poursuit

Taux de rendement prime commerces

En France, en %

Source : Knight Frank



● Rues commerçantes ● Centres commerciaux régionaux ● Retail parks

Évolution 2009-2018



Retail parks

- 31 %



Centres commerciaux

- 23 %



Rues commerçantes

- 39 %



- Les taux de rendement des centres commerciaux (4,25 %) et des retail parks (5,00 %) n'ont pas connu d'évolution significative au cours des trois derniers mois, même s'il convient encore une fois de noter le nombre très limité de cessions d'actifs prime.
- Au plancher depuis 2016, **le taux prime des boutiques parisiennes enregistre à l'inverse une légère pression à la hausse pour s'établir à 2,90 %** en cette fin d'année (hors transactions exceptionnelles ou actifs recelant un potentiel de réversion).



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



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 & Head of Research

+33 (0)1 43 16 55 75

+33 (0)7 84 07 94 96

david.bourla@fr.knightfrank.com

Contacts
