

SEPTEMBRE 2022

RETAIL

LE MARCHÉ IMMOBILIER DES COMMERCES

FRANCE



03.

Synthèse

06.

Économie et consommation :
craintes de récession

12.

Stratégies d'enseignes :
entre rationalisation et
expansion

22.

Phygital : DNVB et
dark stores à la
croisée des chemins



42.

Ensembles
commerciaux : à
l'heure de la sobriété

49.

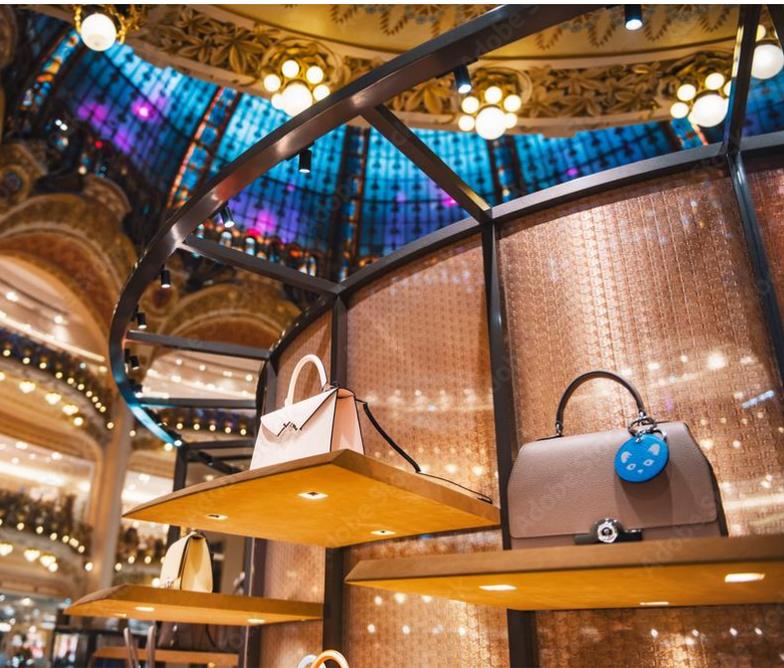
Investissement : volumes
élevés en 2022 mais
craintes de ralentissement

30.

Rues commerçantes : Paris
retrouve de sa superbe

57.

Contacts





Le marché des commerces résiste malgré une conjoncture plus incertaine

Contrairement à l'an passé, où l'activité des commerces avait pleinement profité de l'effet de rattrapage post-Covid, la situation est devenue très incertaine en 2022. Après le mouvement des gilets jaunes, la grande grève des transports de 2019 puis le déclenchement de l'épidémie de Covid-19, l'envolée historique des prix et les craintes de récession sont une nouvelle épreuve pour le marché français des commerces.

Des plans d'expansion dynamiques

Ce dernier a jusqu'à présent bien résisté, bénéficiant de la poursuite des plans d'expansion des enseignes. Les secteurs de l'alimentation et de la restauration sont particulièrement dynamiques, de même que celui du sport et des loisirs. Ses nombreuses déclinaisons (clubs de fitness, laser game, murs d'escalade, etc.) occupent une place croissante au sein des ensembles commerciaux, dont ils contribuent à faire des lieux de vie axés sur l'expérience et non sur la seule vente de produits. D'autres secteurs ont le vent en poupe, comme la santé, les concepts liés à la micro-mobilité ou encore le discount, dont l'expansion galopante peut néanmoins être contrainte par des difficultés à trouver les bons emplacements.

En revanche, la part des enseignes de mode continue de se réduire, et si certaines continuent de se développer, l'inquiétude grandissante des ménages sur leur pouvoir d'achat pourrait les inciter à arbitrer davantage leurs dépenses au profit d'autres produits que l'habillement.

Paris retrouve de sa superbe

La hausse du nombre de nouvelles enseignes étrangères ouvrant leur première boutique en France est une autre preuve de la résistance du marché. Une cinquantaine sont attendues en 2022, niveau jamais atteint en dix ans à l'exception de 2019, dont une part significative à Paris. Capitale incontestée de la mode, destination privilégiée de touristes étrangers revenus en masse, Paris a clairement retrouvé de sa superbe après une période de flottement liée au déclenchement de la crise sanitaire. Sur le segment du luxe, ceci se traduit par une hausse des ouvertures de boutiques (une quarantaine attendues après 34 en 2021).

Le dynamisme de l'activité s'étend à d'autres segments de marché et contribue à faire diminuer la vacance commerciale sur certaines artères. La baisse est nette rue de Rivoli, dont le taux de vacance a été divisé par deux en trois ans. Parmi les quartiers les plus animés, citons également le Marais ou les Champs-Élysées, où les nombreux mouvements récents et négociations en cours témoignent de la vitalité de l'avenue, dans le domaine du sport notamment. Cette bonne tenue de la demande des enseignes et la réduction de la vacance sur certains axes ont pour effet de faire pression sur les valeurs locatives des meilleurs emplacements. Après la correction de 10 à 20 % relevée au plus fort de la crise sanitaire, les transactions les plus récentes et les opérations en cours sur les artères prime font parfois ressortir des niveaux de valeur proches, voire dans certains cas équivalents à ceux pratiqués avant le déclenchement de l'épidémie de Covid-19.



Investissement : volumes élevés en 2022 mais craintes de ralentissement

La situation est devenue plus incertaine sur le marché de l'investissement, en raison notamment de la remontée des taux d'intérêt. Pourtant, cet essoufflement ne se lit pas dans le montant global des transactions actées en France. Ainsi, les sommes investies sur le marché des commerces s'élèvent désormais à près de 3,5 milliards d'euros, soit déjà plus que sur toute l'année 2021. Les grandes transactions sont particulièrement nombreuses (10 supérieures à 100 millions d'euros contre 4 en 2021).

La répartition des volumes investis, très équilibrée à la fin du 2^e trimestre 2022, a évolué cet été avec la nette hausse de la part des rues commerçantes (38 % à fin août), gonflée par la finalisation de la cession par GROUPAMA du 150 avenue des Champs-Élysées à Paris.

Après une très bonne année 2021, les PAC continuent quant à eux de capitaliser sur la résistance de la périphérie à la crise sanitaire. Ils rassemblent 25 % des volumes investis en commerces lors des huit premiers mois de 2022 (contre 18 % en moyenne depuis 10 ans).

Enfin, les centres commerciaux rassemblent un peu plus de 20 % des volumes investis, part qui devrait progresser grâce à la finalisation prochaine d'opérations significatives dont la vente par URW de « V2 » à Villeneuve d'Ascq.

D'autres grandes transactions sont attendues d'ici la fin de l'année, qui feront de 2022 un très bon cru pour le marché des commerces avec sans doute près de 5 milliards d'euros investis. Pour 2023, les perspectives sont évidemment plus floues en raison des menaces pesant sur la consommation et de la forte hausse des taux d'intérêt. Malgré cela, le marché devrait rester animé, offrant des rendements attractifs et un nombre assez conséquent d'opportunités issues de l'accélération des stratégies d'arbitrage de certains investisseurs.

Les actifs moins exposés aux fluctuations de la consommation resteront particulièrement prisés, comme la proximité et l'alimentaire. Le succès des parcs d'activités commerciales devrait également perdurer. À l'heure où l'inflation pèse sur la rentabilité des entreprises et sur le budget des Français, ils font en effet valoir des coûts d'occupation plus modérés pour les enseignes et un positionnement prix plus attractif pour les consommateurs.

Les ensembles commerciaux à l'heure de la sobriété foncière

Le ralentissement des nouveaux développements peut être un autre atout pour les investisseurs. Limitant la concurrence exercée par de nouveaux projets et le risque de pression baissière sur les valeurs locatives, il offre une prime incontestable à l'existant et une stabilité appréciable en ces temps très incertains. Après le rebond de 2021, lié aux livraisons de projets initialement attendues en 2020 mais reportées en raison de la crise sanitaire, les inaugurations de nouveaux retail parks ont été particulièrement rares en France depuis le début de 2022, ne totalisant que 120 000 m² contre un peu plus de 300 000 m² en 2021 et 440 000 m² en moyenne lors des cinq années précédant la crise sanitaire. Cette baisse s'explique par la nette diminution du nombre de créations ex nihilo, due à un cadre réglementaire bien plus contraignant depuis l'adoption des lois « ELAN » et « Climat et Résilience ». Après des années de développement soutenu ayant permis de mailler progressivement le territoire hexagonal, la tendance est désormais à la hausse de la part des extensions et des restructurations, parfois significatives comme le programme de réaménagement de l'« Atoll » près d'Angers.

La réduction des projets de créations pures et le renouvellement du parc existant caractérisent aussi, mais depuis plus longtemps et de façon encore plus marquée, le marché des centres commerciaux. Depuis cinq ans, 65 % des ouvertures de nouveaux mètres carrés de centres commerciaux ont ainsi concerné des extensions ou des restructurations. Cette part a même atteint 83 % en 2021 et s'élève à 76 % depuis le début de 2022. Au total, près de 90 000 m² de centres commerciaux ont pour l'instant été livrés dans l'Hexagone et quelques réouvertures majeures sont encore attendues (Ateliers Gaité à Paris, etc.).

La crise climatique, « game changer » du marché immobilier des commerces

Liée à un durcissement du cadre réglementaire destiné à limiter l'artificialisation des sols, la réduction drastique du nombre de nouveaux développements est l'une des conséquences les plus évidentes de la crise écologique sur le marché immobilier des commerces. Celle-ci se manifeste de bien d'autres façons, entre renchérissement des matières premières restreignant le pouvoir d'achat des ménages et rognant la rentabilité des enseignes, restrictions croissantes de circulation et de stationnement dans le centre des grandes villes, nécessité d'améliorer la performance énergétique des ensembles commerciaux dans le cadre des obligations du décret tertiaire ou encore succès de concepts plus « durables » comme la seconde-main et les micro-mobilités. Après un été calamiteux, la prise de conscience de l'urgence climatique n'a jamais été aussi élevée parmi la population et au sein de l'industrie immobilière. Celle-ci sera un facteur de transformation de plus en plus décisif pour le marché des commerces, qu'il s'agisse de changements subis ou volontaires, décidés par les ménages pour adapter leurs façons de consommer et par les enseignes et les bailleurs pour adopter un business model plus vertueux.

Dressant un panorama complet du marché des commerces, Knight Frank espère contribuer à rendre intelligible ce monde toujours plus complexe, et à vous aider à mieux saisir les tendances influant sur les besoins immobiliers des enseignes, les attentes des investisseurs et la programmation des ensembles commerciaux.

Bonne lecture



Antoine Grignon
Co-Head of Capital Markets & Head of Retail



Antoine Salmon
Head of Retail Leasing



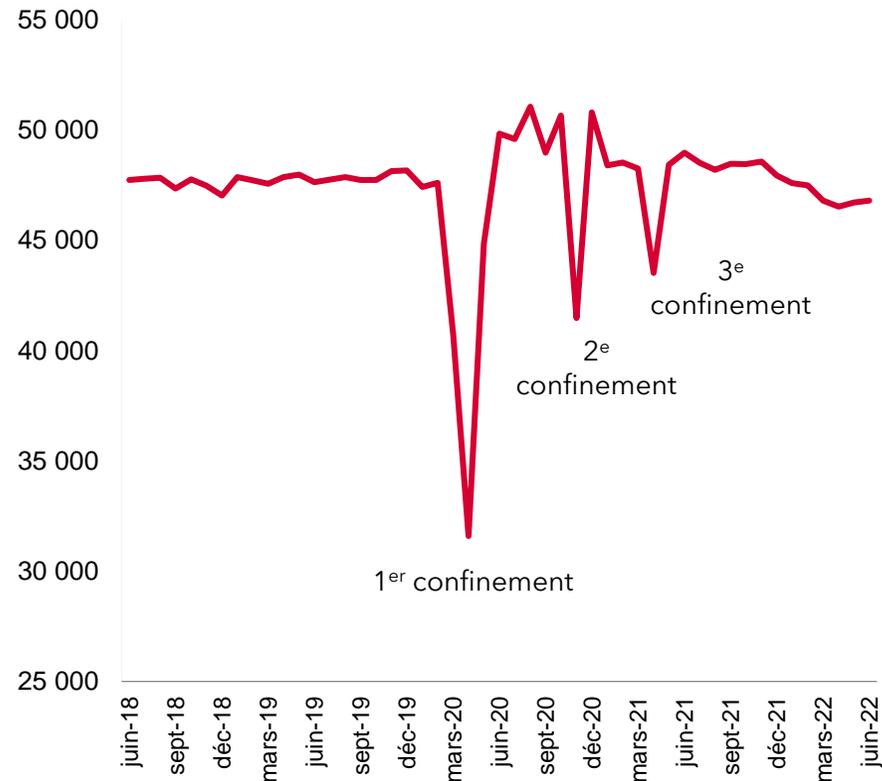
**ÉCONOMIE ET CONSOMMATION :
CRAINTES DE RÉCESSION**

LA CONSOMMATION S'ESOUFFLE

Après la forte chute de 6,8 % sur un an enregistrée en 2020, la consommation des ménages s'était nettement redressée de 5,2 % en 2021.

En 2022, l'évolution restera positive sur l'ensemble de l'année (+ 2,6 % selon la Banque de France). Toutefois, les dégradations ponctuelles de la situation sanitaire, les inquiétudes liées à la situation internationale et la hausse de l'inflation pèsent sur les dépenses des ménages. Au 1T 2022, celles-ci ont diminué de 1,5 % sur un trimestre avant de chuter à nouveau de 1,3 % au 2T. La consommation alimentaire a été particulièrement affectée avec une baisse de 2,3 % sur la période s'expliquant toutefois par un boom de ce secteur au plus fort de la crise sanitaire.

CONSOMMATION TOTALE DE BIENS EN FRANCE
PAR MOIS EN MILLIONS D'EUROS



Source : INSEE

**ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION
DES MÉNAGES EN FRANCE EN 2022**
PRÉVISION

+ 2,6%

Avant + 0,5% en 2023

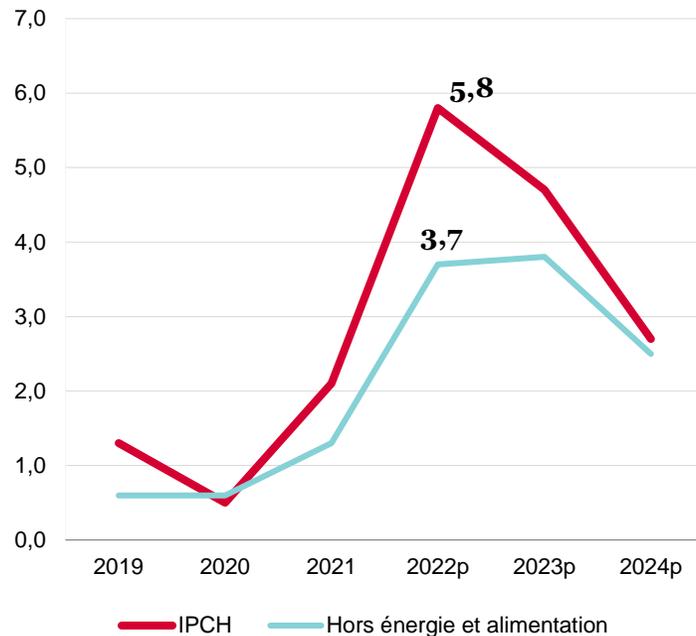


Source : Banque de France, *Projections macroéconomiques*.

EXPLOSION DE L'INFLATION

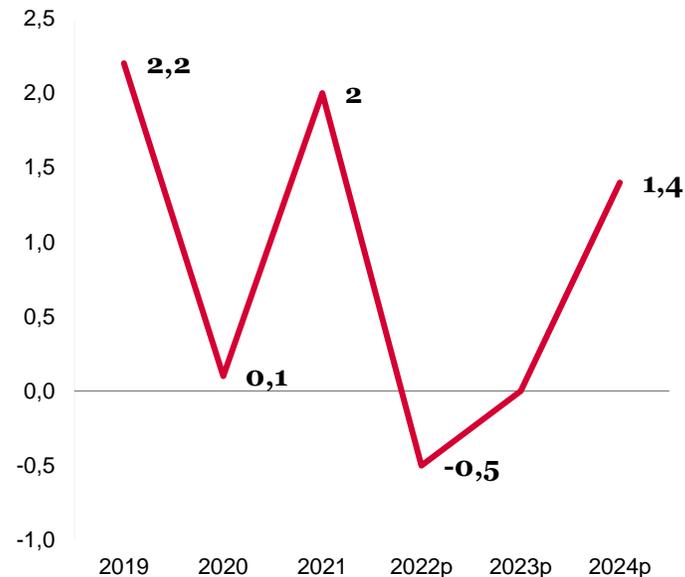
Soutenue par la fin progressive des mesures de restriction et le retour de la confiance des ménages, la consommation avait joué un rôle clé dans la reprise de l'économie en 2021. Depuis le début de cette année, la forte inflation rogne le pouvoir d'achat des ménages et pèse sur la consommation, celle des Français les moins aisés en particulier, davantage pénalisés par la hausse des prix de l'énergie et des produits alimentaires. Dans ce contexte, députés et sénateurs ont récemment adopté différentes mesures de soutien au pouvoir d'achat proposées par l'Exécutif.

PRIX À LA CONSOMMATION
HAUSSE ANNUELLE
EN FRANCE EN %



Source : Banque de France, *Projections macroéconomiques*.

POUVOIR D'ACHAT
PAR HABITANT EN FRANCE
ÉVOLUTION ANNUELLE EN %



Source : Banque de France, *Projections macroéconomiques*.

PAQUET POUVOIR D'ACHAT EXEMPLES DE MESURES

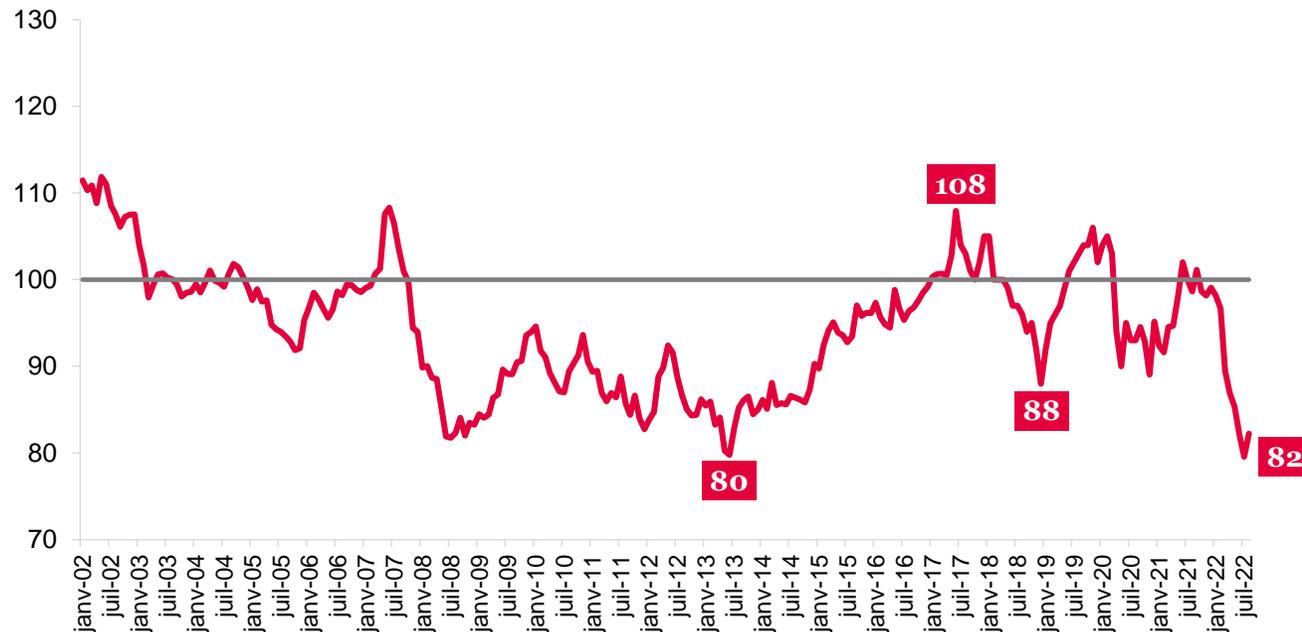
- Remise carburant et bouclier tarifaire sur les prix de l'énergie prolongés jusqu'au 30 décembre 2022 ;
- Revalorisation des retraites, prestations sociales et prime de rentrée ;
- Revalorisation du point d'indice des agents publics ;
- Suppression de la redevance audiovisuelle ;
- Limitation de la hausse des loyers et des loyers commerciaux ;
- Mise en place de la « prime de partage de la valeur » en remplacement de la « prime Macron » ;
- Rachat de RTT et réduction des cotisations patronales sur les heures supplémentaires ;
- Déblocage exceptionnel de l'épargne salariale.

LE MORAL DES MÉNAGES S'EFFONDRE

Après avoir bien résisté à la crise sanitaire grâce aux mesures d'urgence mises en place par l'État et au succès de la campagne de vaccination, le moral des Français s'était nettement redressé en 2021. Avec le déclenchement de la guerre en Ukraine et la forte hausse de l'inflation, celui-ci s'est effondré depuis le début de 2022, atteignant en juillet son point le plus bas des dix dernières années. Après sept mois consécutifs de baisse, la confiance a toutefois regagné deux points en août.

OPPORTUNITÉ DE FAIRE DES ACHATS IMPORTANTS
EN FRANCE, DEPUIS LE DÉBUT DE LA CRISE SANITAIRE

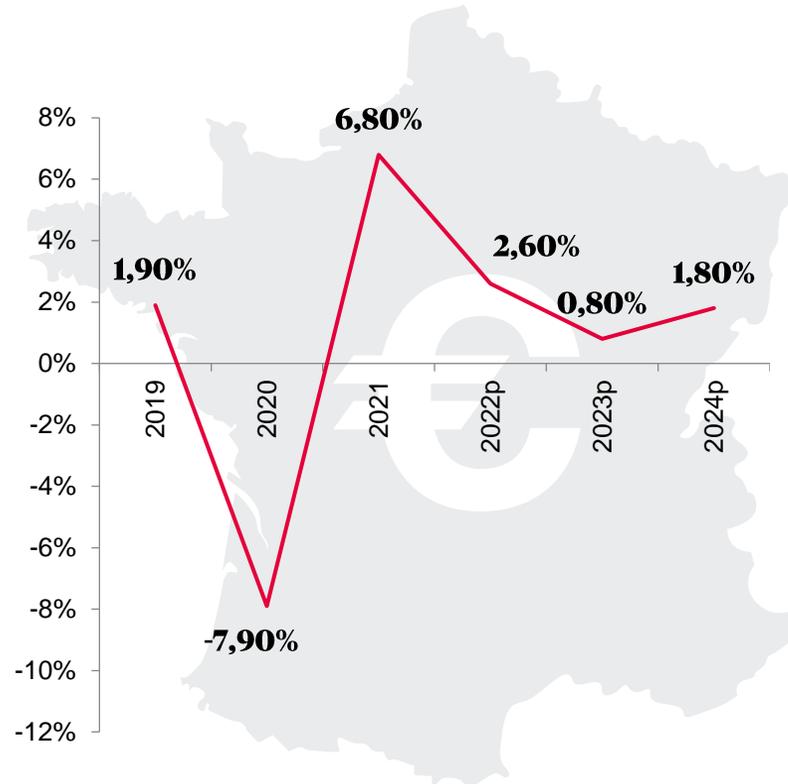
OPINION DES MÉNAGES
EN FRANCE, INDICATEUR SYNTHÉTIQUE



Si la croissance s'essouffle, l'activité économique a fait preuve de résistance au 2T 2022 avec une hausse de 0,5 % du PIB liée à la contribution positive du commerce extérieur et à la baisse contenue de la consommation. Sur l'ensemble de 2022 la progression atteindra 2,6 %, avant de nettement ralentir en 2023 (entre + 0,8 et - 0,5 %).

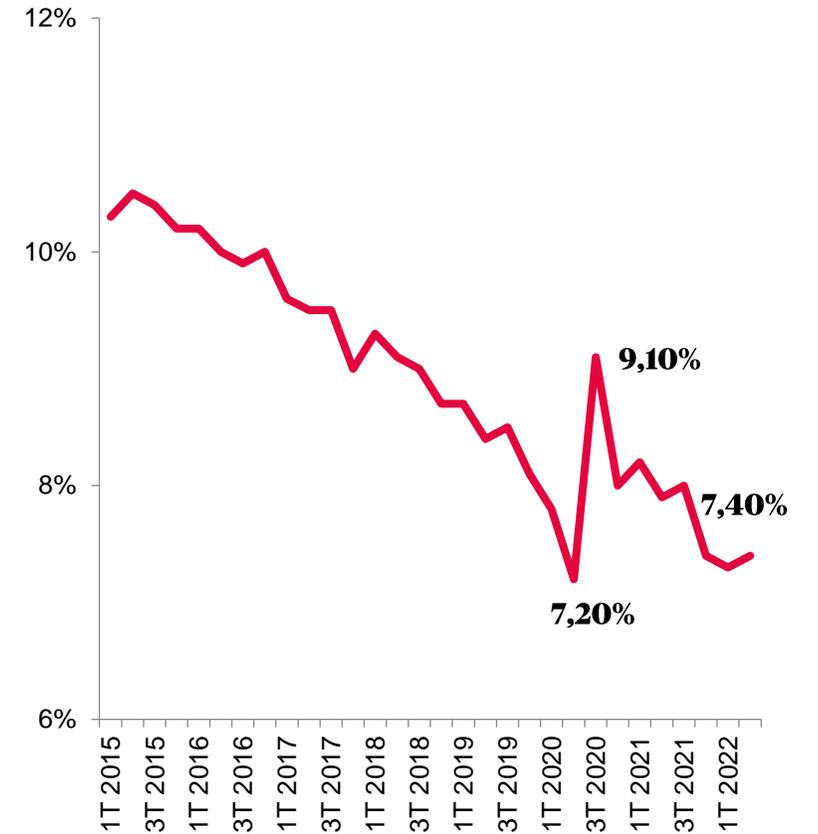
Pour l'instant, le marché de l'emploi a bien résisté également. Après les gains importants de 2021, l'INSEE estime que 260 000 emplois supplémentaires seront créés en 2022, ce qui permettra de stabiliser le taux de chômage à un niveau relativement bas. Atteignant 7,4 % à la fin du 2T, celui-ci reste inférieur de 0,8 point à son niveau d'avant la crise sanitaire, mais devrait progressivement augmenter pour atteindre 8 % en 2024.

ÉVOLUTION DU PIB
EN FRANCE, ANNUEL EN %



Source : Banque de France, *Projections macroéconomiques*.
NB : le scénario dégradé prévoit une baisse de 0,5 % pour 2023.

ÉVOLUTION DU TAUX DE CHÔMAGE
EN FRANCE MÉTROPOLITAINE, EN %

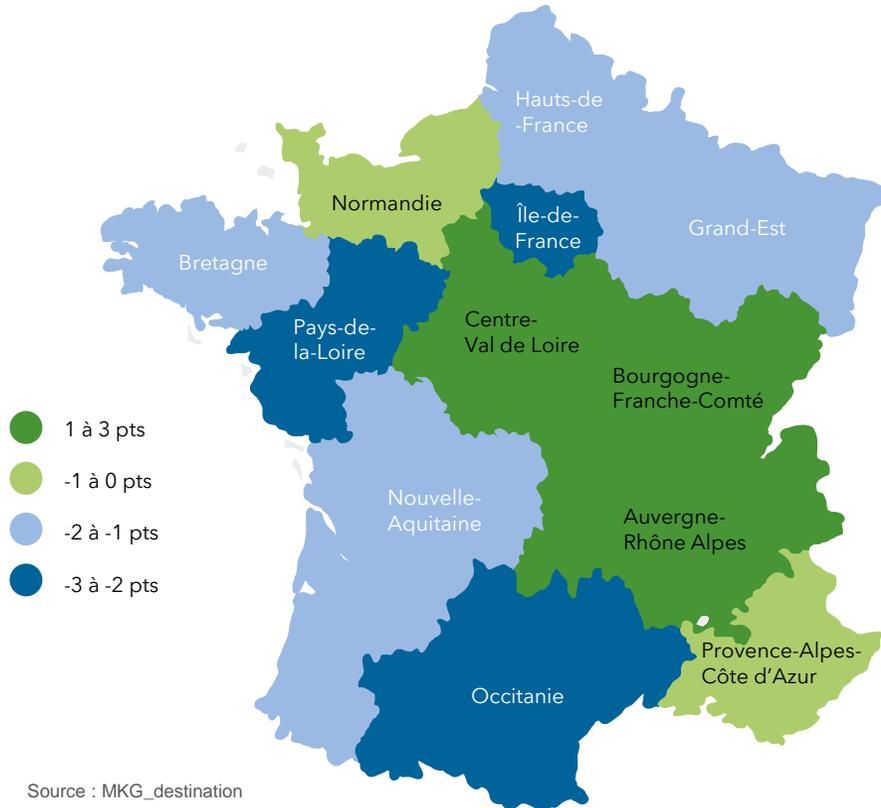


Source : INSEE

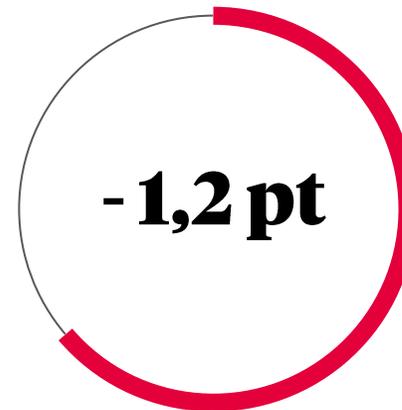
LE TOURISME RETROUVE SON NIVEAU D'AVANT CRISE

Malgré l'explosion de l'inflation et les températures élevées, l'été 2022 a confirmé le redressement du marché du tourisme. Ainsi, la fréquentation est quasiment revenue en juillet-août à son niveau de 2019 (- 1,2 point) et le RevPAR a même crû de plus de 20 % par rapport à la période d'avant crise grâce à la hausse du prix moyen. Soutenu par le dynamisme de la clientèle française et les bonnes performances des régions, le regain de l'activité hôtelière s'explique également par le rebond de la fréquentation à Paris et le retour en force des touristes étrangers.

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES HÔTELIER ÉTÉ 2021 VS ÉTÉ 2019, EN FRANCE



TAUX D'OCCUPATION DES HÔTELS EN FRANCE ÉTÉ 2022 VS ÉTÉ 2019



Source : MKG_destination

REVPAR DES HÔTELS EN FRANCE ÉTÉ 2022 VS ÉTÉ 2019



Source : MKG_destination

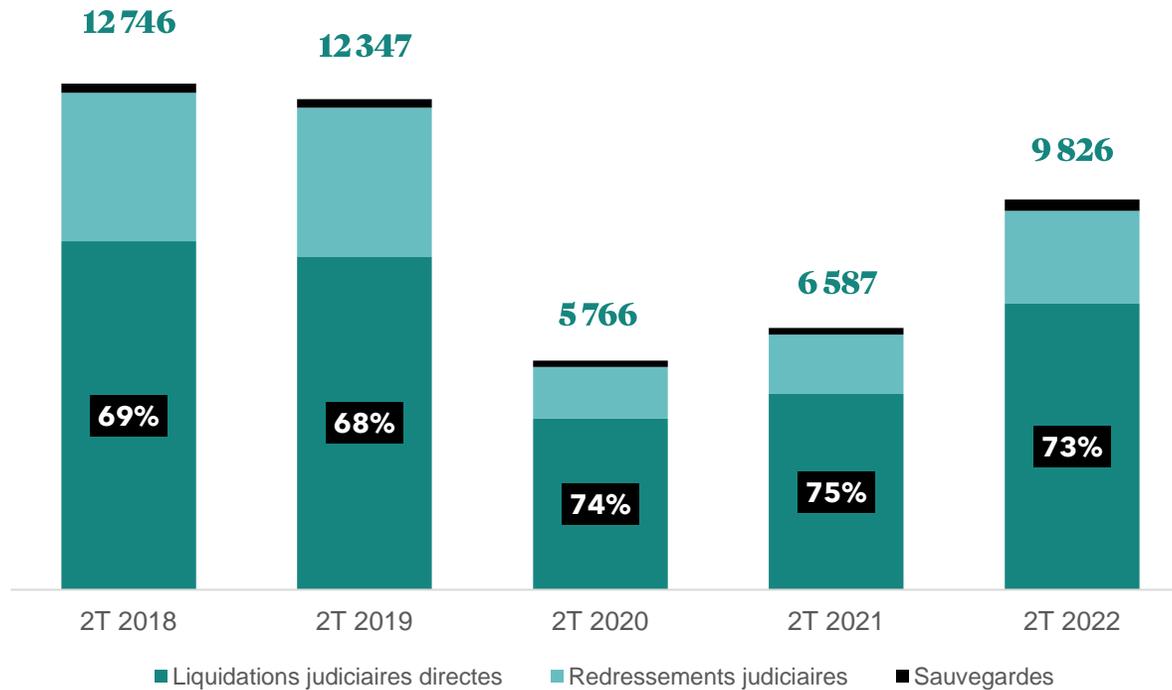


**STRATÉGIES D'ENSEIGNES :
ENTRE RATIONALISATION ET
EXPANSION**

REBOND DES DÉFAILLANCES

Après le point bas de 2020 puis l'amorce de hausse en 2021, les défaillances d'entreprises ont plus nettement augmenté depuis le début de 2022 (+ 49 % au 2T 2022 par rapport à la même période l'an passé), dans le secteur du commerce de détail notamment. Alors que les entreprises font face à leurs premières échéances de remboursement des prêts garantis par l'État et même si ce dernier offre la possibilité d'un étalement de la dette, la tendance devrait s'accroître au 2nd semestre en raison de la détérioration du contexte économique et de difficultés croissantes de trésorerie.

ÉVOLUTION DES DÉFAILLANCES EN FRANCE
EN NOMBRE ET PAR TYPE DE PROCÉDURE EN %



CHIFFRES CLÉS AU 2T 2022



+ 49%

de défaillances tous secteurs confondus par rapport au 2T 2021



18%

de ces défaillances concernent le **commerce de détail***



+ 73%

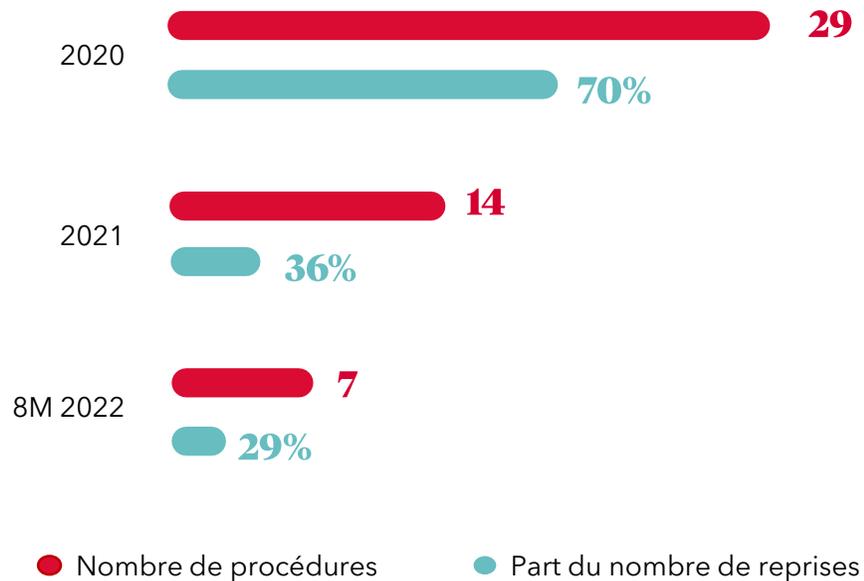
de défaillances dans le **commerce de détail** par rapport au 2T 2021

Sources : Altares, Banque de France / *Inclut également les ventes hors magasins (vente à distance, vente sur les marchés, etc)

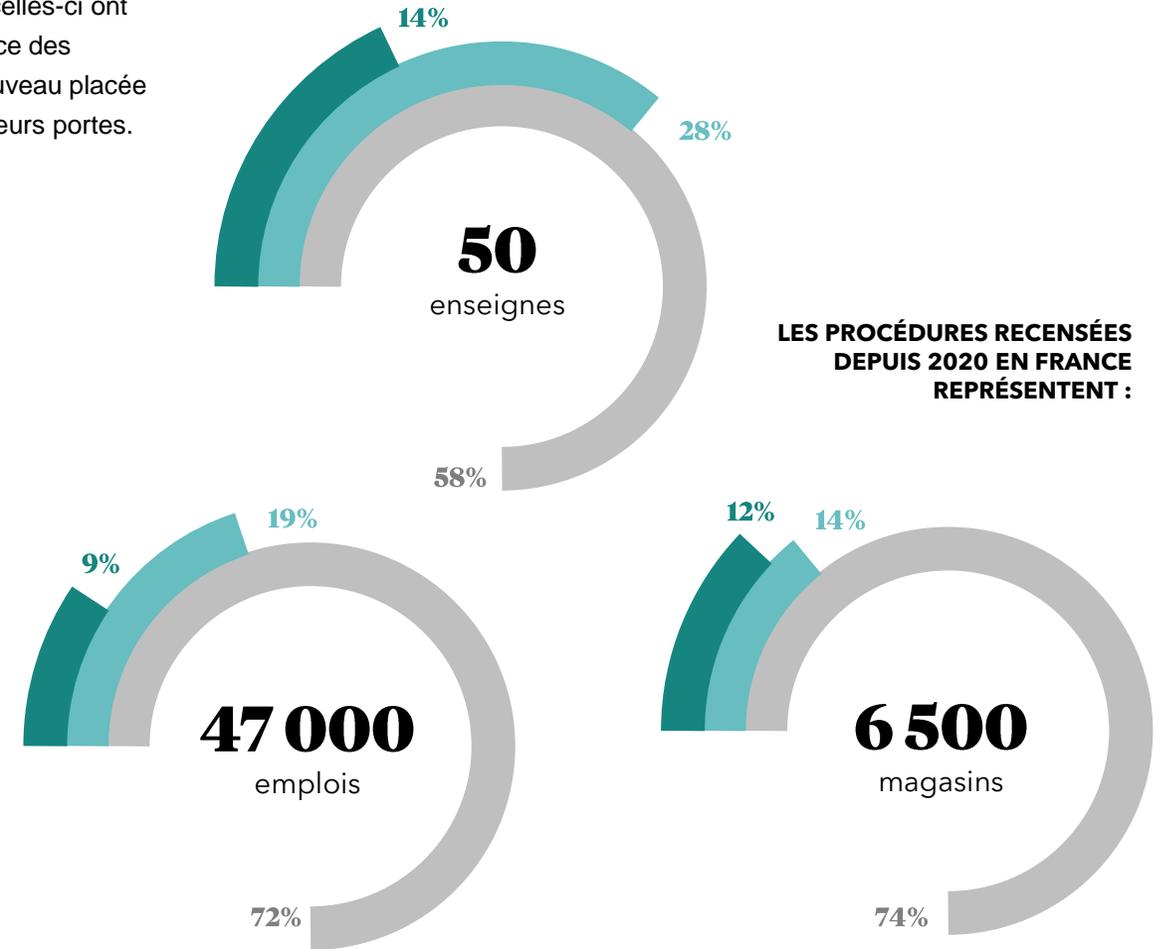
POINT SUR LES PROCÉDURES DEPUIS 2020

Une cinquantaine de procédures ont été initiées depuis le début de la crise sanitaire. Si le déclenchement de l'épidémie de Covid-19 avait fait bondir leur nombre (29 enseignes concernées en 2020), celles-ci ont progressivement diminué, passant à 14 en 2021 puis à 7 depuis le début de 2022. L'importance des enseignes concernées tend également à se réduire, à l'exception notable de Camaïeu, de nouveau placée en redressement judiciaire en août et dont 208 des 509 magasins français pourraient fermer leurs portes.

NOMBRE DE PROCÉDURES ET PART DES REPRISES D'ENSEIGNES EN FRANCE DEPUIS 2020



Source : Knight Frank



■ Procédures initiées en 2020 Part sur le nombre total en % ■ Procédures initiées en 2021 Part sur le nombre total en % ■ Procédures initiées en 2022 Part sur le nombre total en %

UN MARCHÉ TOUJOURS PLUS CONCENTRÉ

Les opérations de rachats d'enseignes, qu'elles soient ou non en difficulté, continuent de rythmer le monde de la distribution. Très nombreuses en 2020 et 2021, plusieurs ont encore été recensées depuis le début de 2022, dans des secteurs comme la restauration, le jouet, la mode ou le sport. Les acquéreurs ont pour objectif de gagner des parts de marché et de cibler de nouvelles clientèles, d'atteindre une taille critique, de mutualiser les investissements et de créer des synergies entre enseignes. Cette concentration accrue a nécessairement des effets sur le marché immobilier, accélérant en particulier la rationalisation des réseaux de points de vente mais contribuant aussi à l'éclosion de nouveaux concepts.

OPÉRATIONS SIGNIFICATIVES DE RACHAT EN FRANCE

EN 2020 ET 2021

ACQUÉREUR	ENSEIGNE	NOMBRE DE MAGASINS
ALDI	LEADER PRICE	554
FIB	CAMAIEU*	511
KIDIKIDS	IDKIDS	430
GROUPE BEAUMANOIR	LA HALLE	366
NEWORCH	ORCHESTRA	257
TDR CAPITAL (BUFFALO GRILL)	COURTEPAILLE	237
SY CORPORATE FRANCE	NAF NAF	200
FIB	GO SPORT	165
MOBILUX (BUT)	CONFORAMA	162
CHAUSSEA	LA HALLE	128

EN 2022

ACQUÉREUR	ENSEIGNE	NOMBRE DE MAGASINS
S. COLLAERT (SAN MARINA)	MINELLI	210
GROUPE BERTRAND	PITAYA	150
TERACT (INVIVO RETAIL)	BOULANGERIES LOUISE	129
FAMILLE ZOUARI	STOKOMANI	127
FRANCE LITERIE	LA COMPAGNIE DU LIT	93
SMYTHS TOYS	PICWICTOYS	45
KEEP COOL	NEONESS	29

Source : Knight Frank / * Camaïeu a été reprise en 2020 puis replacée en redressement judiciaire en 2022.

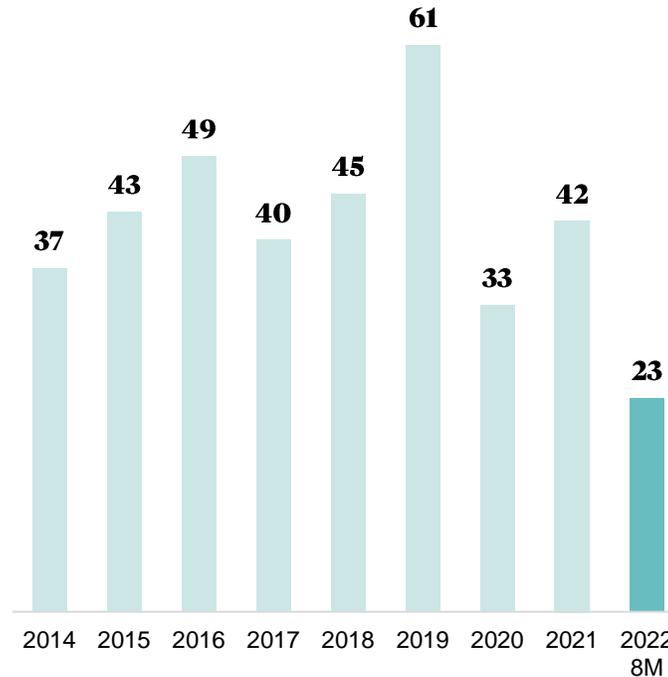
ET AUSSI : BIO C'BON, MAXI TOYS, KIDILIZ, BURTON, GAP, FRANCE LOISIRS, ETC.

NOUVEAUX ENTRANTS : LA REPRISE SE CONFIRME

Après la forte baisse de 2020, les arrivées de nouveaux entrants se sont nettement redressées en 2021. Cette dynamique se confirme en 2022 avec 23 arrivées enregistrées en France lors des huit premiers mois de l'année. Ce chiffre est d'autant plus significatif qu'il ne comprend aucun nouveau « quick commerçant » (contre 6 en 2021 dont Gorillas ou Getir).

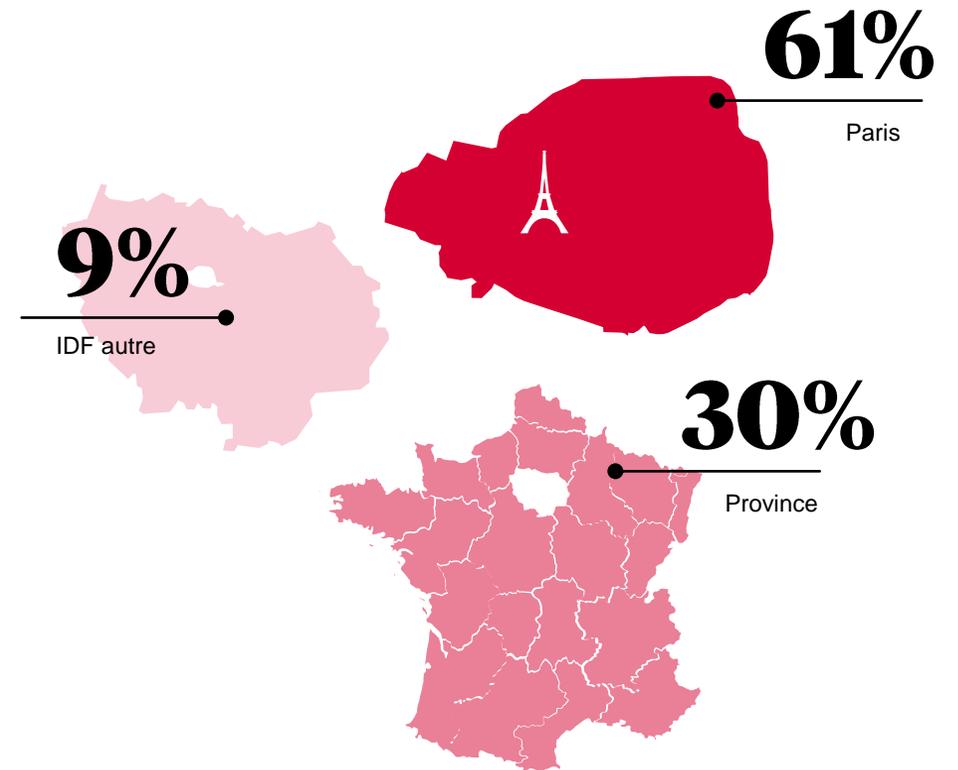
Paris concentre une part significative de ces arrivées de 2022 (74 % contre 61 % en moyenne depuis 2014), dont un nombre important d'enseignes luxe et haut de gamme (Aquazzura, David Yurman, P448, etc.).

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE NOUVEAUX ENTRANTS ÉTRANGERS EN FRANCE, DEPUIS 2014



Sources : Knight Frank / Enseignes et presse

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PREMIÈRES OUVERTURES RÉALISÉES PAR DE NOUVELLES ENSEIGNES ÉTRANGÈRES EN FRANCE ENTRE 2014 ET 2022*



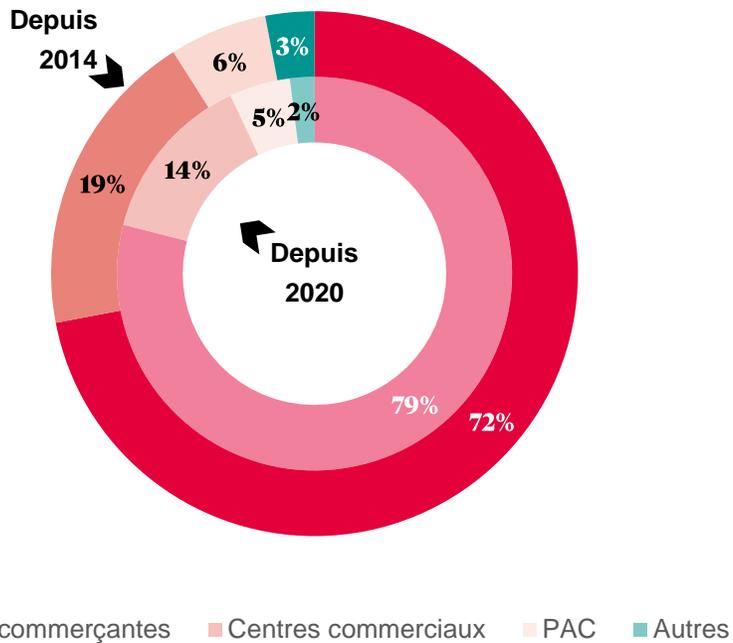
Sources : Knight Frank / Enseignes et presse / *Ouvertures effectives au 1^{er} septembre.

NOUVEAUX ENTRANTS : LA REPRISE SE CONFIRME

La hausse des arrivées à Paris va de pair avec l'augmentation de la part des nouveaux entrants privilégiant une première implantation en pied d'immeuble (près de 80 % depuis 2020). Par ailleurs, l'analyse par catégorie de produits confirme le déclin de la mode sur le long terme, même si les huit premiers mois de 2022 ont vu quelques arrivées significatives (Brownie, Ganni) et confirmé le dynamisme du sportswear et du streetwear (Stussy, P448, Airness). Trois catégories sont en progression : la maison, le secteur culture-loisirs et surtout l'alimentation-restauration.

RÉPARTITION PAR FORMAT

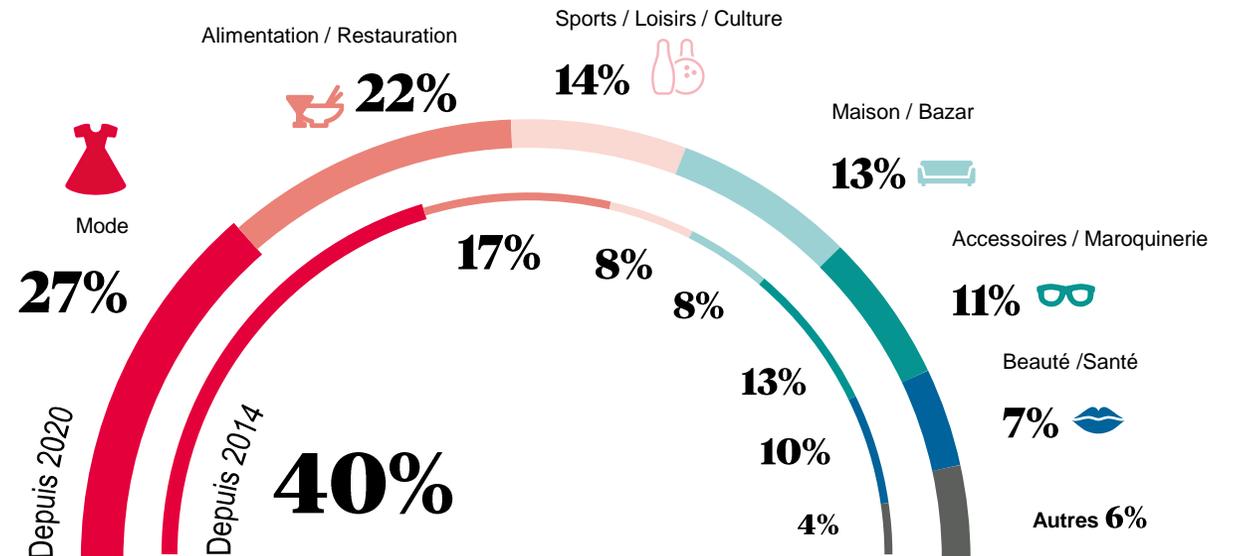
OUVERTURES EN FRANCE MÉTROPOLITAINE, SUR LE NOMBRE TOTAL EN %



Source : Knight Frank

RÉPARTITION PAR ACTIVITÉ

OUVERTURES EN FRANCE MÉTROPOLITAINE



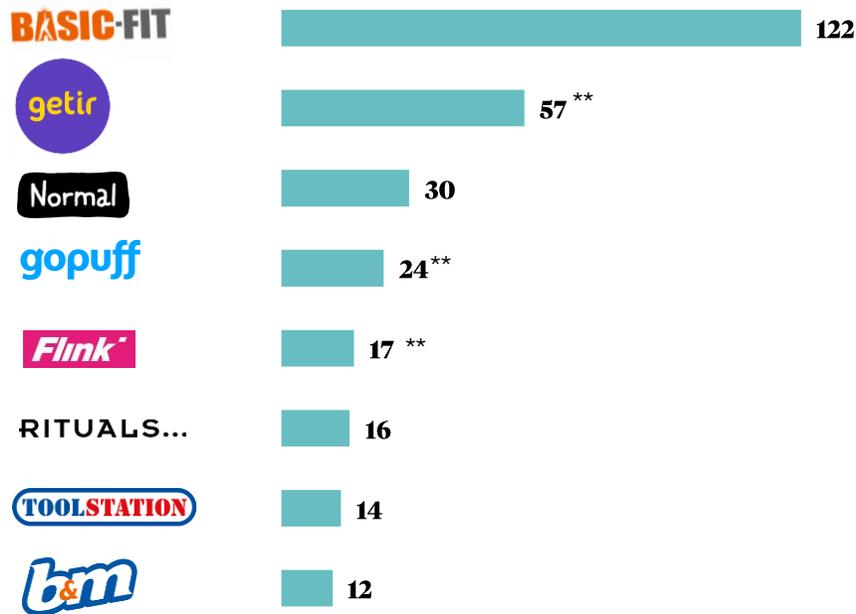
Source : Knight Frank

NOUVEAUX ENTRANTS : LA REPRISE SE CONFIRME

Parmi les enseignes étrangères arrivées depuis 2014 en France, Basic Fit reste celle dont le développement est le plus rapide avec plus de 120 clubs ouverts en un an. Son réseau en compte au total un peu plus de 600, juste derrière celui d'Action, autre enseigne néerlandaise arrivée dans l'Hexagone en 2012. Plusieurs autres enseignes discount ont continué de se développer (Normal, B&M), tandis que l'année écoulée a vu le développement rapide des emplacements de quick commerçants (Getir notamment), même si leur essor tend désormais à s'essouffler.

PLUS DE 600 CLUBS AU TOTAL POUR BASIC FIT !

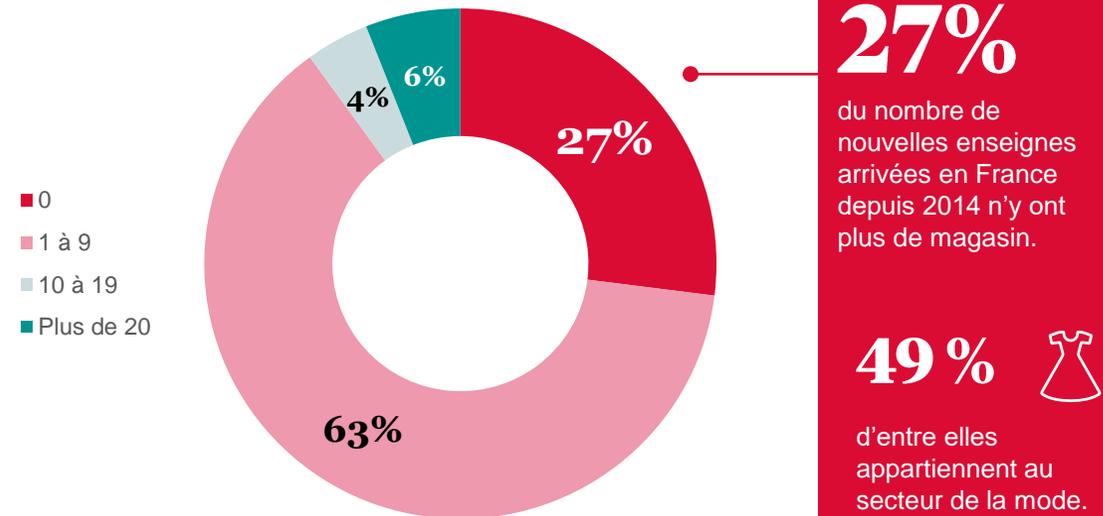
NOUVEAUX ENTRANTS AYANT OUVERT LE PLUS GRAND NOMBRE DE POINTS DE VENTE EN FRANCE ENTRE SEPTEMBRE 2021 ET SEPTEMBRE 2022*



Sources : Knight Frank et enseignes / *Nouvelles enseignes arrivées en France depuis 2014 / **Estimation

SEULS 10% DE NOUVEAUX ENTRANTS COMPTENT PLUS DE 10 MAGASINS

NOMBRE DE MAGASINS OUVERTS PAR LES ENSEIGNES ÉTRANGÈRES ARRIVÉES EN FRANCE DEPUIS 2014



Sources : Knight Frank et enseignes

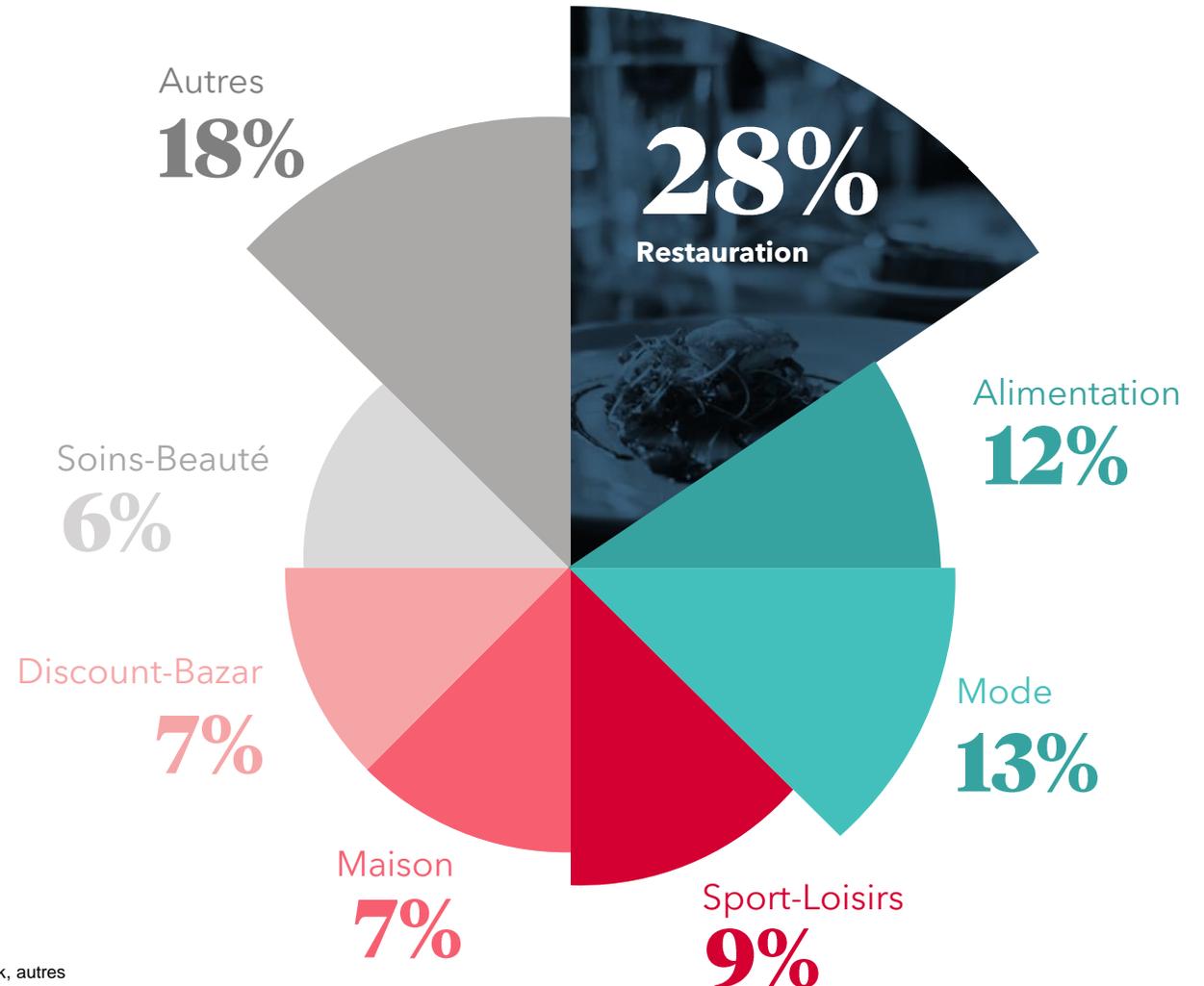
LA RESTAURATION POURSUIT SON EXPANSION

Les enseignes alimentaires et de la restauration poursuivent leur expansion et constituent toujours l'un des principaux moteurs du marché immobilier des commerces : celles-ci représentent 40 % du nombre d'enseignes françaises ou étrangères ayant communiqué sur des projets de développement depuis le début de la crise sanitaire. La restauration rapide est particulièrement dynamique.

En revanche, la part des enseignes de mode s'est nettement réduite depuis 2020 (13 % des projets recensés contre 20 % sur la période 2015-2019). Parmi les projets de développement récemment annoncés, certains sont tout de même significatifs parmi lesquels ceux de Kiabi ou Mango dont les concepts se multiplient (petits formats urbains, flagships de grandes agglomérations, villes moyennes, seconde-main, etc.).

Ceci tranche avec les politiques de rationalisation d'autres grandes enseignes d'habillement. À l'échelle mondiale, H&M compte ainsi fermer 272 magasins en 2022 et en ouvrir 94, soit une réduction nette de 178 points de vente.

RÉPARTITION DES PLANS D'EXPANSION PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ
SUR LE NOMBRE TOTAL D'ENSEIGNES AYANT COMMUNIQUÉ SUR DES PROJETS D'EXPANSION EN FRANCE DEPUIS LE DÉBUT DE LA CRISE SANITAIRE, TOUS FORMATS CONFONDUS



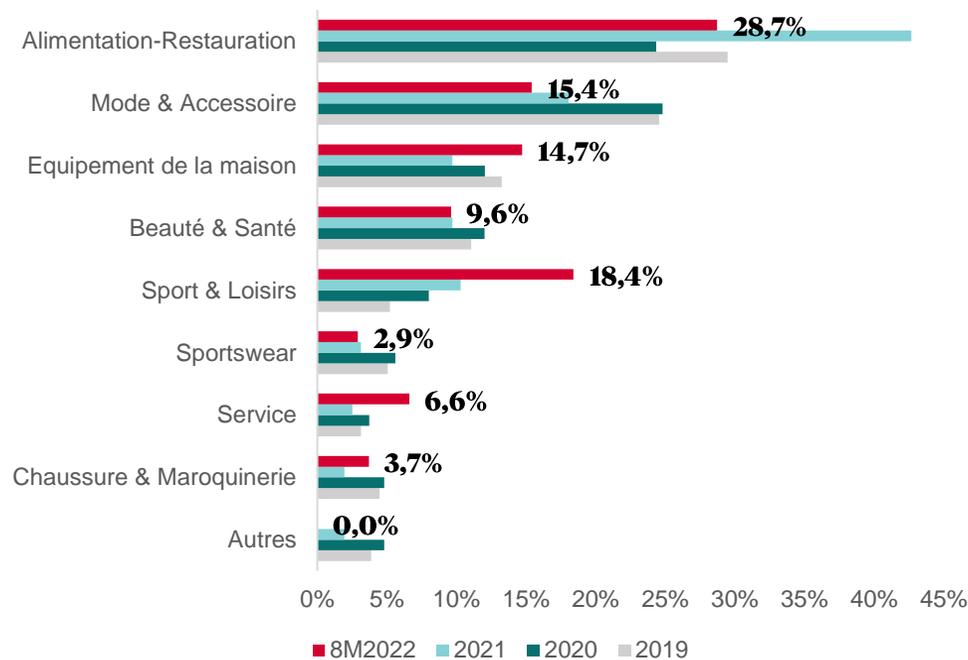
Sources : Knight Frank, autres

RÔLE DE PLUS EN PLUS DÉTERMINANT DU SPORT ET DES LOISIRS

Si sa part a diminué par rapport à l'an passé, le secteur de l'alimentation-restauration reste dominant dans le tenant mix des nouveaux projets d'ensembles commerciaux. L'autre changement significatif concerne la forte hausse de la part du secteur sport-loisirs, liée à la poursuite de l'essor du fitness, mais aussi de concepts plus ou moins récents et innovants (laser game, karting, concepts immersifs, etc.). Les nouveaux développements leur laissent une place de plus en plus importante dans le but d'en faire des lieux de vie prolongeant les durées de visite et davantage axés sur l'expérience client plutôt que sur la seule vente de produits.

ANALYSE DU TENANT MIX DES PROJETS OUVERTS DEPUIS 2019 EN FRANCE*

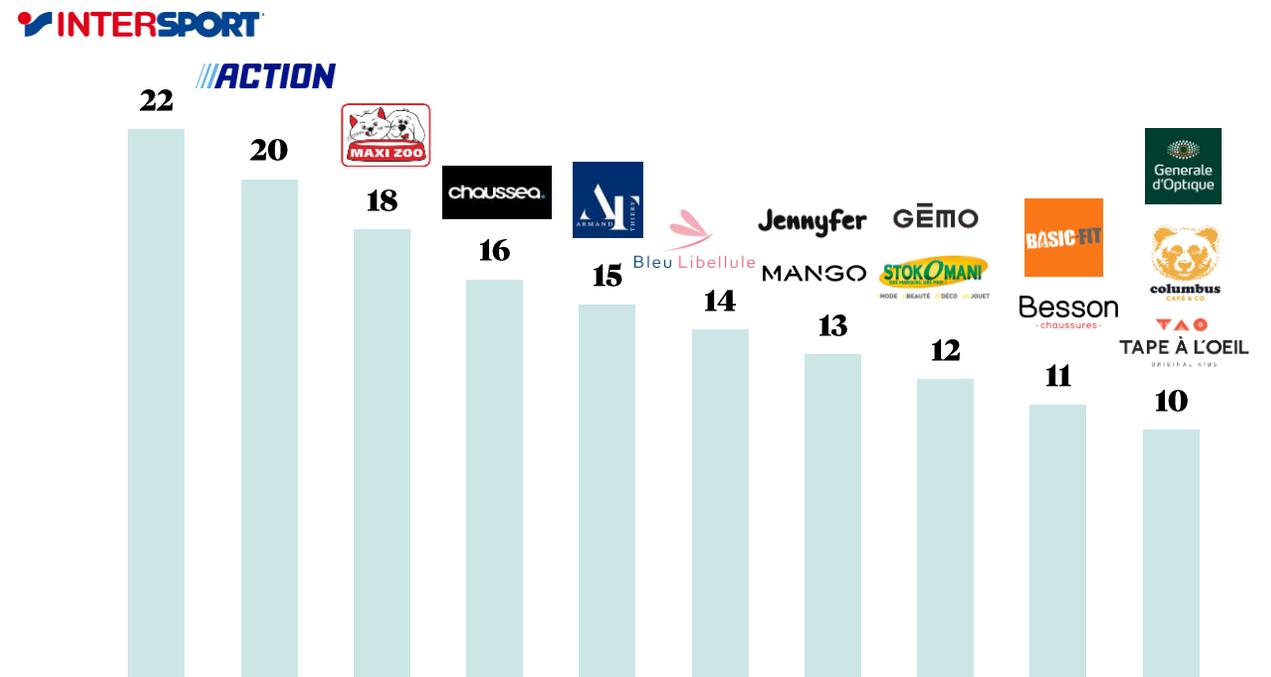
PART DE CHAQUE SECTEUR D'ACTIVITÉ SUR LE NOMBRE TOTAL DE MAGASINS, TOUS FORMATS CONFONDUS



Source : Knight Frank / *Centres commerciaux, retail parks et polarités de pieds d'immeubles.

ENSEIGNES LES PLUS PRÉSENTES AU SEIN DES ENSEMBLES COMMERCIAUX OUVERTS DEPUIS 2019 EN FRANCE

NOMBRE DE MAGASINS OUVERTS AU SEIN DE CES ENSEMBLES*



Source : Knight Frank / *Centres commerciaux, retail parks et polarités de pieds d'immeubles.

DE NOMBREUX PROJETS DE DÉVELOPPEMENT

Après la pause marquée en 2020, nombre d'enseignes ont repris ou accéléré leur développement dès 2021 dans un grand nombre de secteurs d'activité et sur des créneaux variés, du discount au positionnement le plus haut de gamme.

Dans un contexte de forte inflation, l'expansion des enseignes à petits prix reste particulièrement soutenue en 2022, en périphérie mais aussi en centre-ville où plusieurs enseignes de « bazars » (Normal), de mode (Kiabi) ou alimentaires (LIDL, Aldi) se développent.

Les secteurs de la restauration rapide et de l'alimentation restent également très dynamiques, tandis que de nombreux projets d'enseignes sont également recensés dans le domaine du fitness, du sportswear ou de la santé.

EXEMPLES D'ENSEIGNES AYANT DES PROJETS DE DÉVELOPPEMENT EN FRANCE





**PHYGITAL : DNVB ET DARK
STORES À LA CROISÉE DES
CHEMINS**

E-COMMERCE : UN COUP DE FREIN À RELATIVISER

Après avoir explosé lors des confinements de 2020 et avoir conservé un rythme élevé en 2021, le CA des ventes en ligne a chuté de 15 % sur un an au 1^{er} trimestre 2022 puis retrouvé une tendance haussière au 2^e trimestre (+ 10 %). Sur l'ensemble de 2022, le volume des ventes en ligne devrait dépasser les 140 milliards d'euros, et aura ainsi doublé par rapport à 2016.

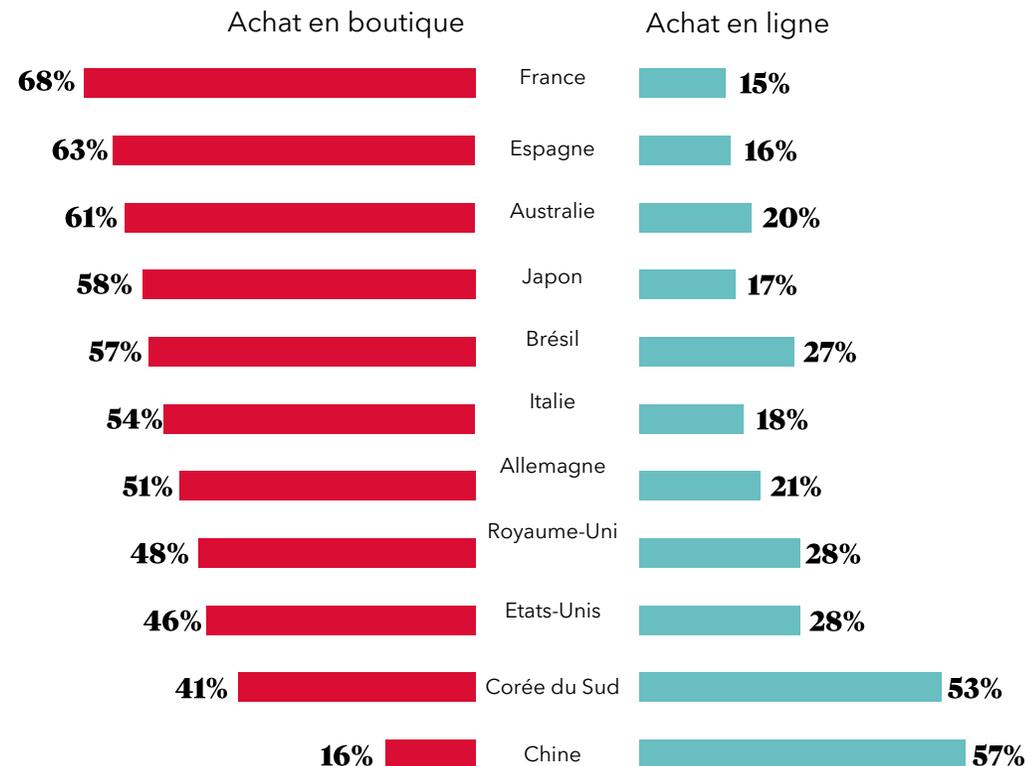
Toutefois, la tendance actuelle semble bien être à la normalisation de la consommation en ligne, liée notamment à la reprise des déplacements et à la baisse du télétravail. D'autres secteurs, d'autres facteurs pourraient peser en 2022 sur les performances du e-commerce, comme la hausse de l'inflation, des problèmes d'approvisionnement mais aussi de la fin du retour gratuit des produits par certaines marques.

PROGRESSION ET PART DES VENTES EN LIGNE SUR L'ENSEMBLE DU COMMERCE DE DÉTAIL EN FRANCE



Sources : FEVAD / INSEE

EN LIGNE OU EN MAGASIN : MODE D'ACHAT PRIVILÉGIÉ SELON LA NATIONALITÉ



Source : Morning Consult, « The State of Retail & E-commerce », 2022

DNVB : UN MODÈLE FRAGILISÉ ?

CHIFFRES CLÉS À FIN AOÛT 2022

115

Nombre de DNVB
en France

40

Nombre de boutiques
ouvertes en France en 2022

453

Nombre total de
boutiques en France

52

Fermetures recensées
en France depuis 2017

3 ans ½

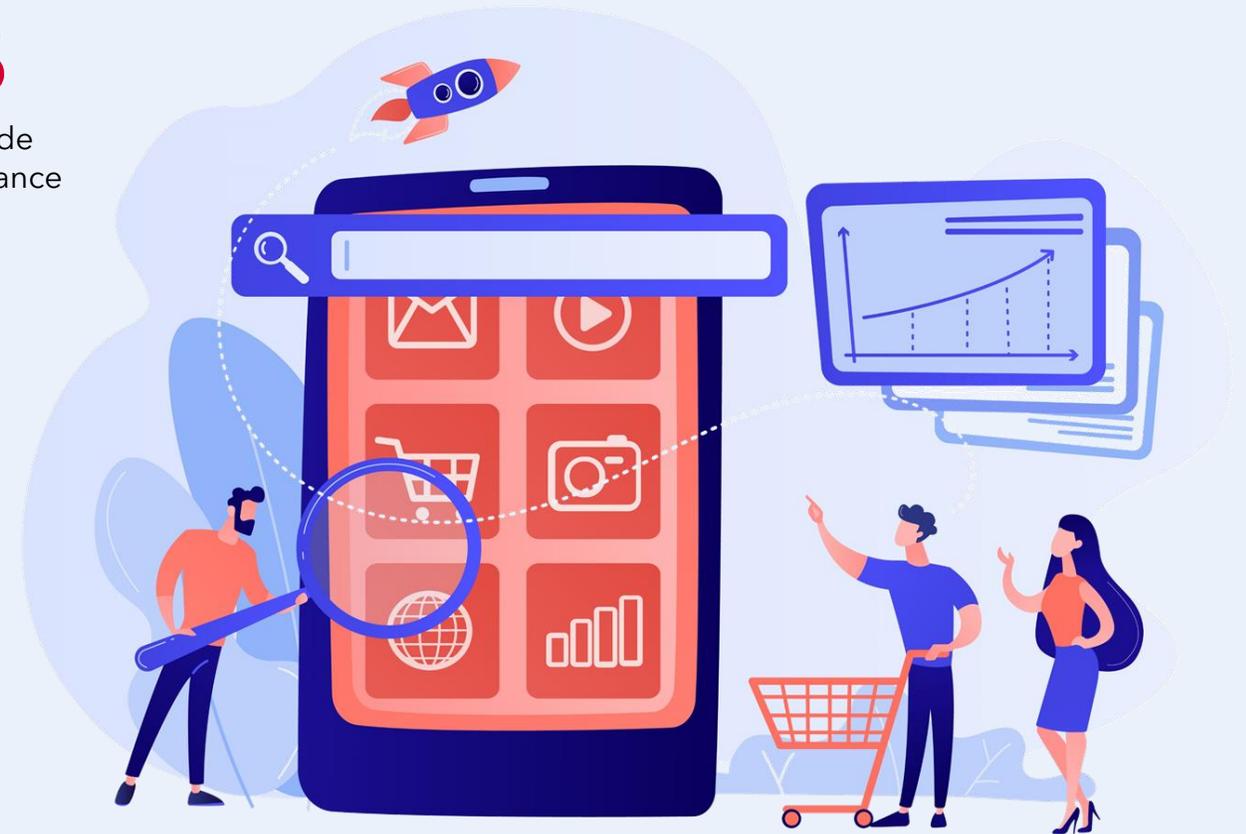
Durée moyenne entre la création d'une
DNVB et l'ouverture de sa première
boutique en propre

47%

des boutiques de
DNVB vendent des
articles de mode

48%

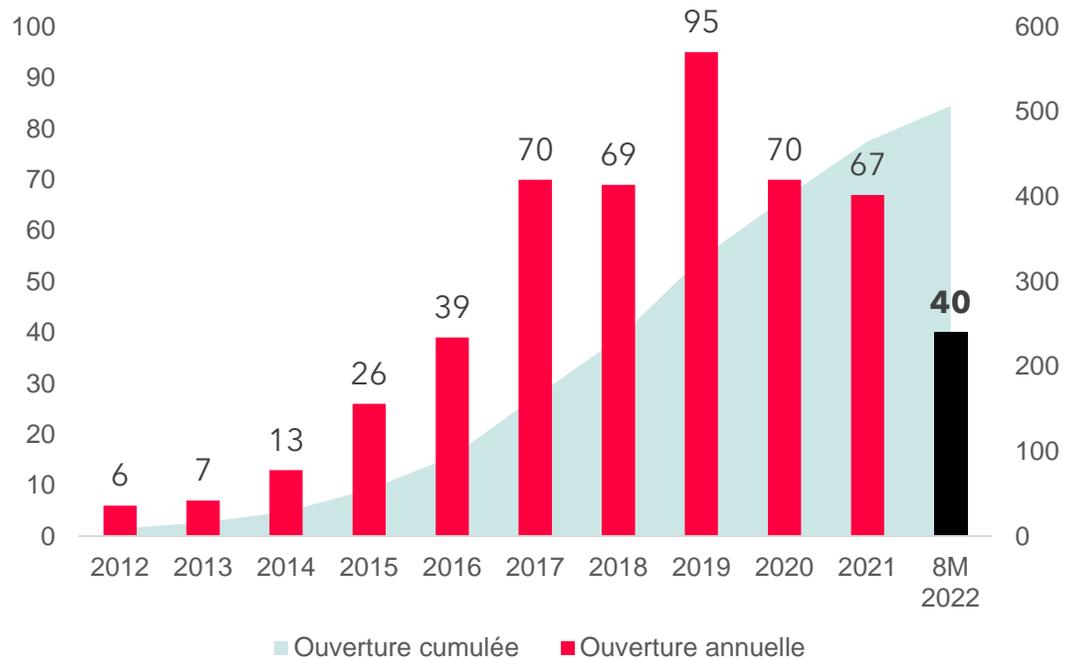
des boutiques de DNVB
sont situées à Paris



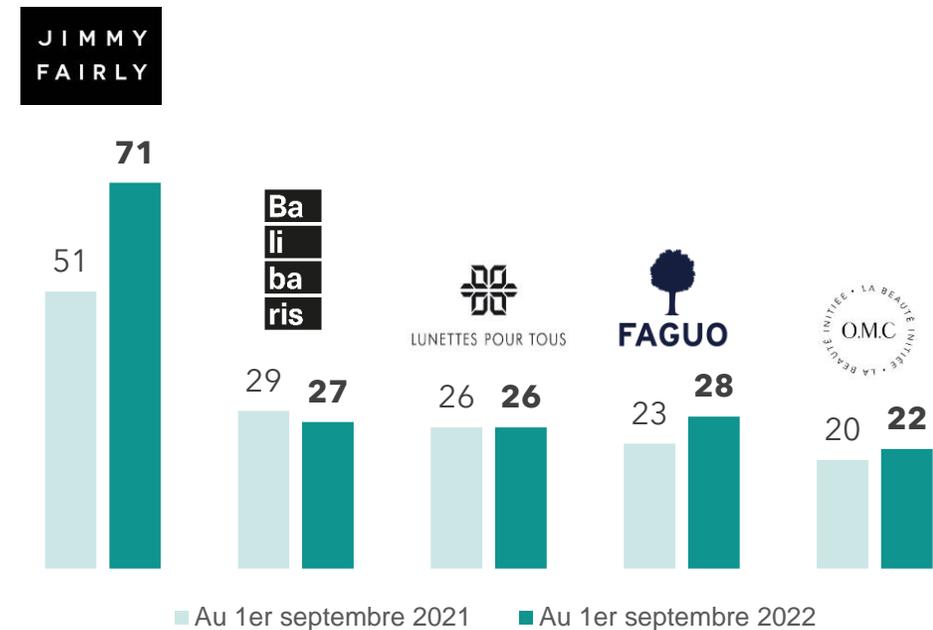
DNVB : UN MODÈLE FRAGILISÉ ?

Après avoir atteint un pic en 2019 puis nettement décliné en 2020, les ouvertures de DNVB françaises ont légèrement diminué en 2021. La tendance est assez similaire en 2022 avec une quarantaine de nouvelles boutiques recensées depuis janvier. Contrairement aux années précédentes, rares sont toutefois les DNVB développant leur réseau physique de manière significative. Jimmy Fairly se distingue avec une vingtaine d'ouvertures qui en font la première DNVB française en nombre de boutiques, loin devant Faguo, Balibaris et Lunettes pour Tous.

OUVERTURES DE DNVB
NOMBRE PAR AN ET CUMULÉ EN FRANCE



TOP 5 DES DNVB
EN NOMBRE DE BOUTIQUES EN PROPRE EN FRANCE



Sources : Knight Frank, sites des DNVB / *DNVB ayant une boutique en propre, au 1er septembre 2022.

DNVB : UN MODÈLE FRAGILISÉ ?

Si Paris et l'Île-de-France restent privilégiées par les DNVB pour leur première implantation, la répartition de leurs ouvertures est de plus en plus équilibrée. Après avoir maillé la capitale, celles-ci étendent en effet leur réseau en province afin de toucher davantage de consommateurs. Depuis le début de 2022, les ouvertures recensées en France ont d'ailleurs été bien plus nombreuses en région (54 %). L'expansion des DNVB est également internationale, celles franchissant le pas d'une ouverture à l'étranger en ciblant principalement le Royaume-Uni.

LIEUX D'IMPLANTATION

SUR LE NOMBRE TOTAL DE BOUTIQUES DE DNVB*

Ensemble des
boutiques existantes

Ouvertures
en 2022

53%

23%

39%

54%

8%

23%

Paris / IDF



Province



International



EXEMPLES D'OUVERTURES ET DE PROJETS

RECENSÉS EN FRANCE DEPUIS LE DÉBUT DE 2022

DNVB	ADRESSE	VILLE
BOBBIES	75 RUE DE LA PORTE DE DIJEAUX	BORDEAUX
BOBBIES	102 MARYLEBONE HIGH STREET	LONDRES
BONNE GUEULE	6 RUE LAFAYETTE	RENNES
CABAIA	60 RUE DU FAUBOURG SAINT-ANTOINE	PARIS 11 ^e
FAGUO	54 RUE ROYALE	ORLEANS
PAYOTE	58 RUE DES TOURNEURS	TOULOUSE
HORACE	15 RUE LEPELLETIER	LILLE
JIMMY FAIRLY	10 AVENUE DU GENERAL LECLERC	PARIS 14 ^e
JIMMY FAIRLY	CENTRE COMMERCIAL MUSE	METZ
JIMMY FAIRLY	8a CHURCH ST, KINGSTON UPON THAMES	LONDRES
LA MAISON BY CHARLOT	4 RUE DES ABBESSES	PARIS 18 ^e
LES GEORGETTES	GARE MONTPARNASSE	PARIS 15 ^e
MAISON STANDARDS	10 PLACE DU LION D'OR	LILLE
TEDIBER	54 RUE DU PRESIDENT EDOUARD HERRIOT	LYON
TIPTOE	14 RUE DU TEMPLE	PARIS 4 ^e
VEJA	ALTE SCHÖNHAUSER STR. 42	BERLIN

Source : Knight Frank

Source : Knight Frank

Ouvertures à Paris

DNVB : UN MODÈLE FRAGILISÉ ?

Après la forte croissance des premières années, l'heure est désormais, pour certaines DNVB, à la rationalisation de leur réseau face à l'augmentation du coût des matières premières, à la hausse des coûts d'acquisition digitaux, au ralentissement des levées de fonds ou à la concurrence des enseignes traditionnelles. Notamment illustrées par le placement en redressement de My Jolie Candle, récemment reprise par le groupe Emosia, ces difficultés expliquent la nette hausse du nombre de fermetures, même si certaines ont fermé pour rouvrir des boutiques plus grandes ou mieux placées.

SITUATION AVANT 2020

NOMBRE DE FERMETURES RECENSÉES



SECTEURS LES PLUS TOUCHÉS*



Mode
36% des fermetures



Beauté
27% des fermetures

EXEMPLES D'ENSEIGNES AYANT FERMÉ DES BOUTIQUES



DNVB AYANT FERMÉ LEUR UNIQUE MAGASIN

SITUATION DEPUIS 2020



Mode
37% des fermetures



Décoration
20% des fermetures



Blanc Cerise

by charlot

BERGAMOTTE

HOPAAL

WAEKURA

ROMBAUT

D.W.Y.T.
DO WASTE YOUR TIME

LÉON FLAM
PARIS

REZIN
WOODEN EYEWEAR

Sources : Knight Frank, sites des DNVB

COUP DE FROID SUR LE QUICK COMMERCE

Liées à la disparition de certains acteurs, à des problématiques de rentabilité et à la volonté des municipalités d'en réguler le développement, le ralentissement des ouvertures de nouveaux dark stores est clairement perceptible. Si 216 sites ont été recensés à la fin du 1^{er} semestre 2022 contre 92 il y a un an, une dizaine seulement ont ouvert depuis le début du printemps

LES DARK STORES EN FRANCE NOMBRE ET RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE

À FIN 1S 2021

92

dark stores en France

À FIN 1S 2022

216

dark stores en France

PARIS

64%



ILE-DE-FRANCE
(HORS PARIS)

10%



PROVINCE

30%



35%

33%

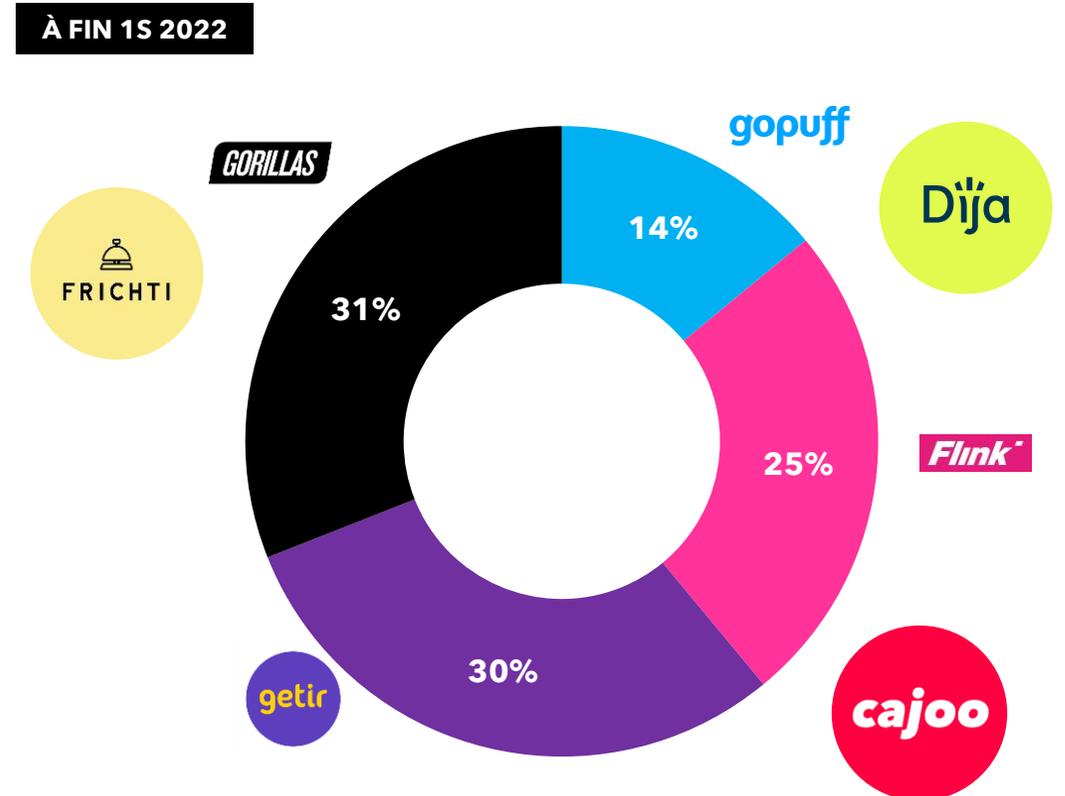
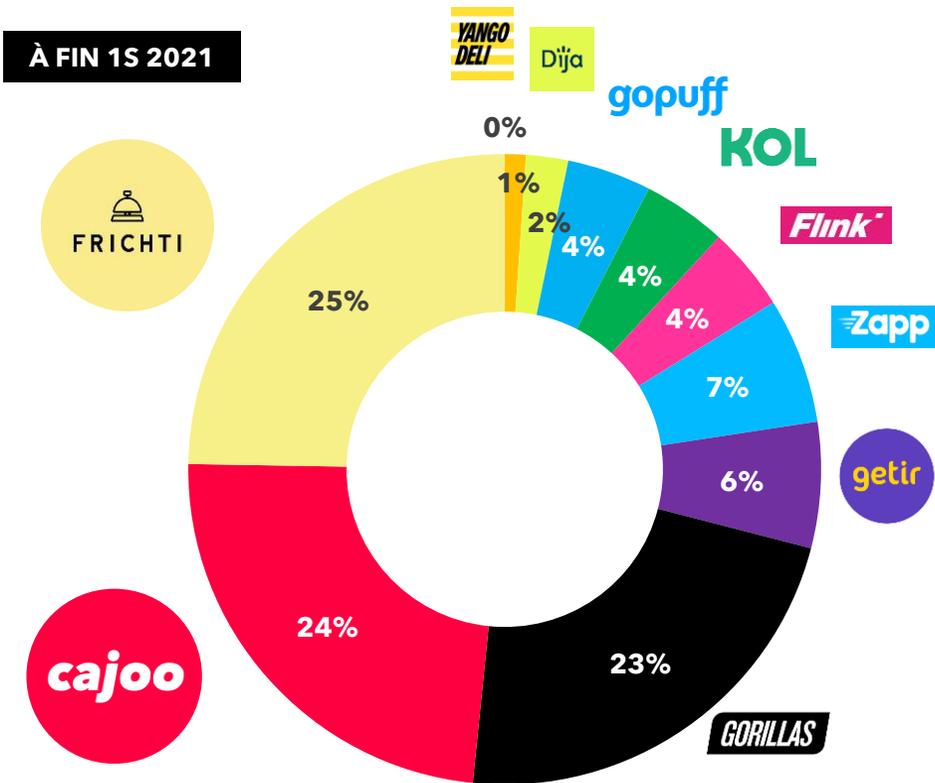
32%



COUP DE FROID SUR LE QUICK COMMERCE

Après l'expansion galopante de 2021 et l'apparition de plusieurs nouveaux acteurs, le marché du quick commerce s'est depuis consolidé au fil des rachats (DIJA par GOPUFF et CAJOO par FLINK, FRICHTI par GORILLAS), dépôts de bilan (KOL) et départs de l'Hexagone (YANGO DELI, ZAPP). Si le rythme des ouvertures de dark stores a diminué, le modèle de la livraison express conserve pourtant un certain potentiel, illustré par les partenariats noués entre pure-players du quick commerce et enseignes de la grande distribution (CASINO/GORILLAS, CARREFOUR/FLINK) dont certaines testent aussi leur propre concept (AUCHAN MINUTE).

RÉPARTITION DU NOMBRE DE DARK STORES EN FRANCE
PAR ACTEUR, EN %



Source : Knight Frank

RUES COMMERCANTES : PARIS RETROUVE DE SA SUPERBE

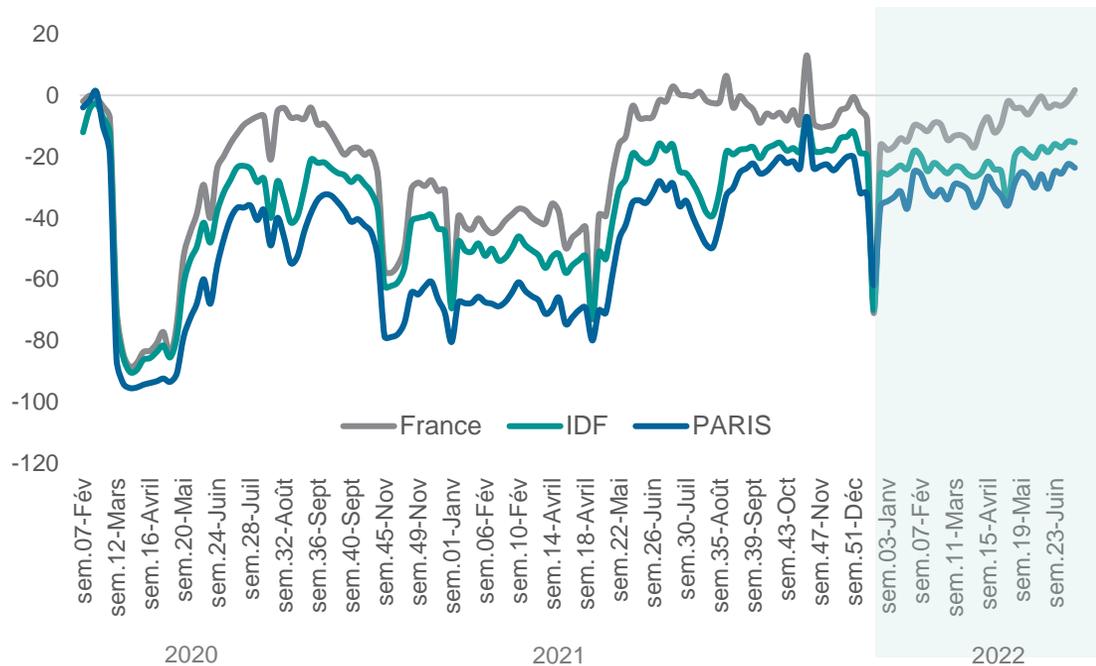


LA FRÉQUENTATION SE REDRESSE

Si les déplacements pour motifs professionnels et ceux liés aux loisirs et aux achats sont encore inférieurs à leur niveau d'avant crise, ils s'en rapprochent à l'échelle nationale. Si la fréquentation s'y est nettement redressée depuis le printemps 2021, c'est moins le cas de l'Île-de-France et de Paris. Plus d'un an et demi après la fin du 3^e confinement, les déplacements vers les lieux de travail y restent ainsi en moyenne inférieurs de 20 % environ au tout début de 2022. Malgré la normalisation de la situation sanitaire, le télétravail semble donc bien s'être ancré dans les pratiques des Franciliens, ce qui continue de peser sur la fréquentation de certains quartiers de bureaux.

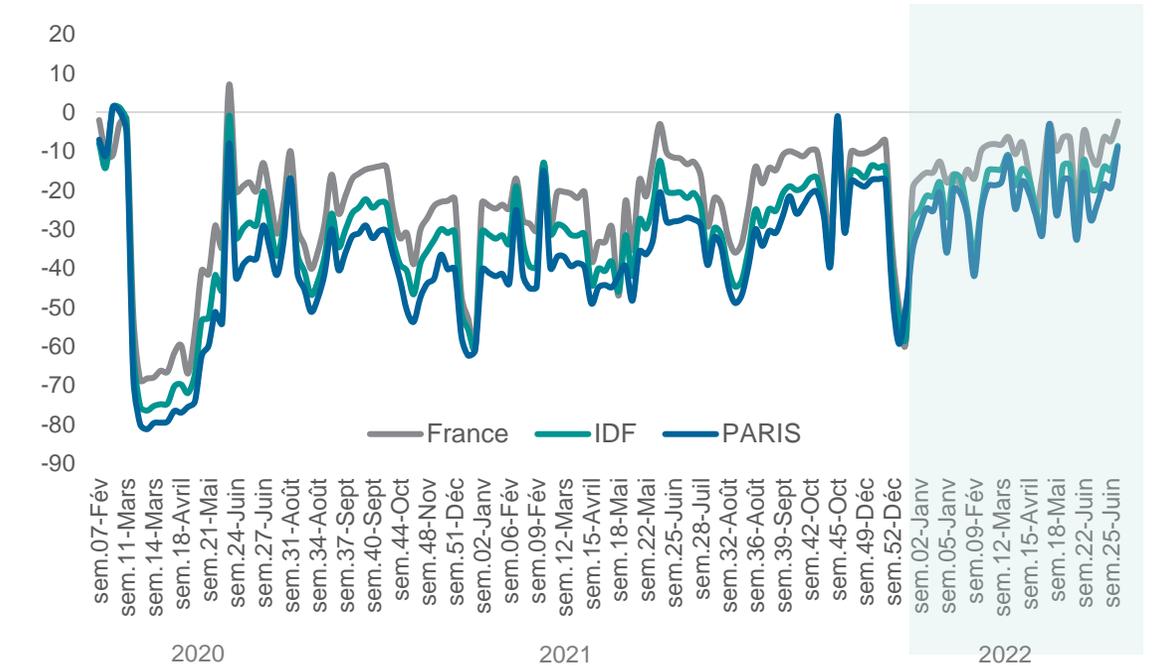
ÉVOLUTION DES DÉPLACEMENTS VERS LES LIEUX CULTURELS, DE LOISIRS ET DE SHOPPING

3 JANVIER AU 6 FÉVRIER 2020 = BASE 0



ÉVOLUTION DES DÉPLACEMENTS VERS LES LIEUX DE TRAVAIL

3 JANVIER AU 6 FÉVRIER 2020 = BASE 0



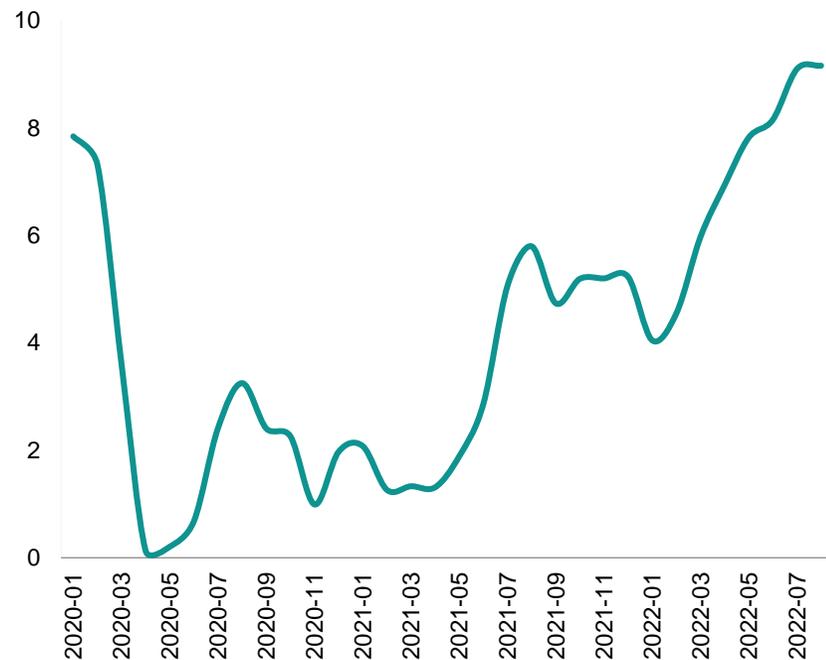
Source : Google Mobility

RETOUR EN FORCE DES TOURISTES ÉTRANGERS

Amorcé en 2021, le rebond de la fréquentation touristique à Paris s'est accentué depuis le début de 2022. 55,7 millions de passagers ont été comptabilisés entre janvier et août dans les aéroports de Paris soit un bond de 158 % sur un an et 76 % du trafic de la même période en 2019. Les touristes ont été particulièrement présents entre juin et août 2022. Avec 12,6 millions de visiteurs, leur nombre reste toutefois inférieur de 6 % à la même période en 2019.

TRAFIC AUX AÉROPORTS DE PARIS

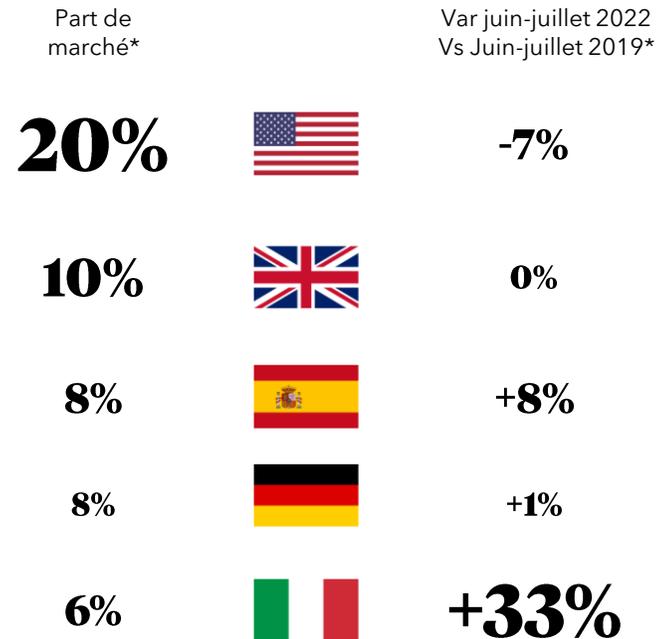
NOMBRE DE PASSAGERS À ORLY ET ROISSY-CDG, EN MILLIONS PAR MOIS



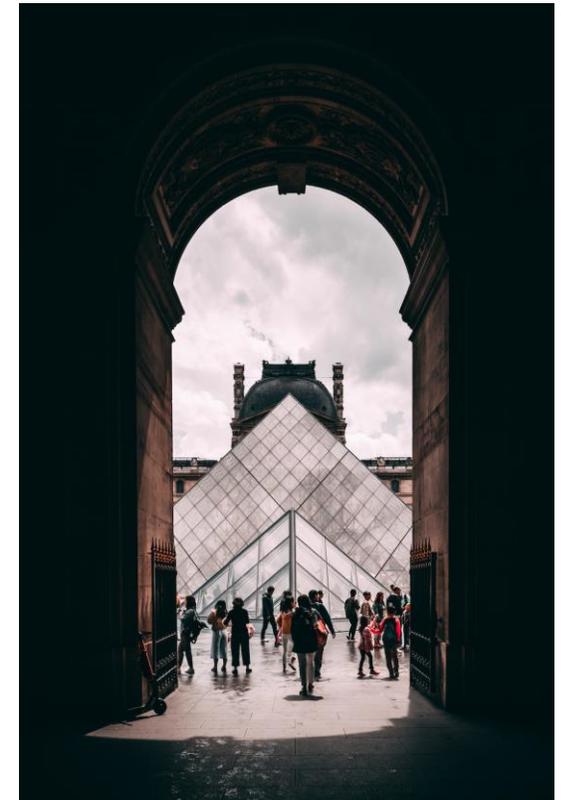
Source : ADP

PRINCIPALES NATIONALITÉS

FRÉQUENTATION ESTIVALE À PARIS EN 2022



Source : Comité régional du tourisme d'Île-de-France /*Calculs réalisés à partir des arrivées hôtelières



EXEMPLES D'OUVERTURES ET DE TRANSACTIONS RÉCENTES



ENSEIGNE	ADRESSE	VILLE / ARRONDISSEMENT	SURFACE M ²
ZARA	74 AVENUE DES CHAMPS-ÉLYSÉES	PARIS 8	3 260
KERING / GUCCI	235 RUE SAINT-HONORÉ	PARIS 1	2 320
FABRIQUE DE STYLES	18 BOULEVARD DES CAPUCINES	PARIS 9	1 650
ZARA	88 RUE DE RIVOLI	PARIS 4	1 480
SAINT LAURENT	175 BOULEVARD SAINT-GERMAIN	PARIS 6	880
HAUSER & WIRTH	26 BIS RUE FRANÇOIS 1 ^{ER}	PARIS 8	800
LULULEMON	38-40 AVENUE DES CHAMPS-ÉLYSÉES	PARIS 8	780
FOOT LOCKER	36 AVENUE DES CHAMPS-ÉLYSÉES	PARIS 8	740
VAN MOOF	157 AVENUE DE FRANCE	PARIS 13	500
MORGAN	106-108 RUE DE RIVOLI	PARIS 1	460
JACQUEMUS	58 AVENUE MONTAIGNE	PARIS 8	450
NBA	20 BOULEVARD SAINT-MICHEL	PARIS 5	390
COURIR	38 RUE SAINTE-CROIX-DE-LA-BRETONNERIE	PARIS 4	330
ARIJE	32 AVENUE GEORGE V	PARIS 8	310
TUDOR	78 AVENUE DES CHAMPS-ÉLYSÉES	PARIS 8	270
MACKAGE	418 RUE SAINT-HONORÉ	PARIS 8	260
JIMMY CHOO	41 AVENUE MONTAIGNE	PARIS 8	110

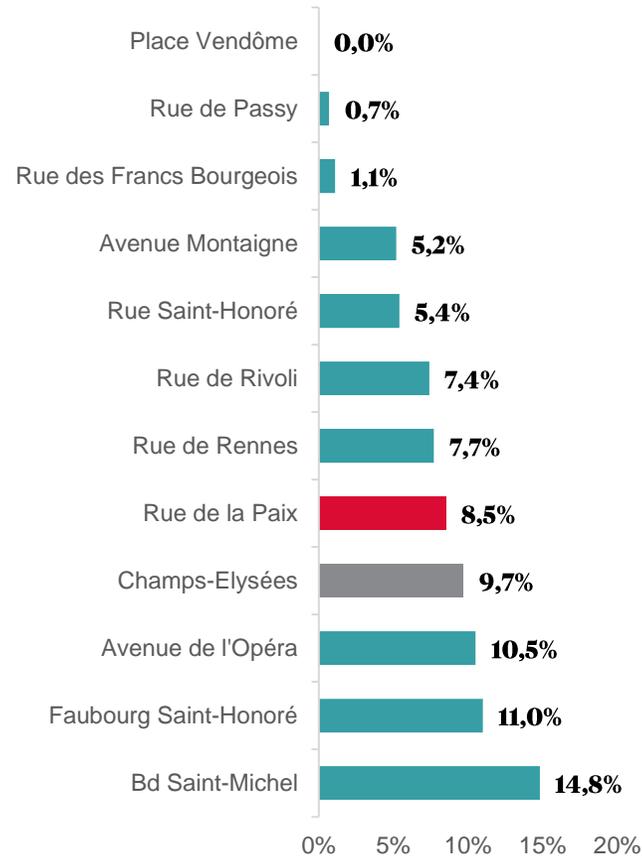


BAISSE QUASI GÉNÉRALE DES TAUX DE VACANCE

En un an, le taux de vacance s'est réduit sur plusieurs artères de luxe comme la rue Saint-Honoré ou la rue du Faubourg Saint-Honoré. Ailleurs, la vacance est inexistante (place Vendôme) ou très limitée (avenue Montaigne).

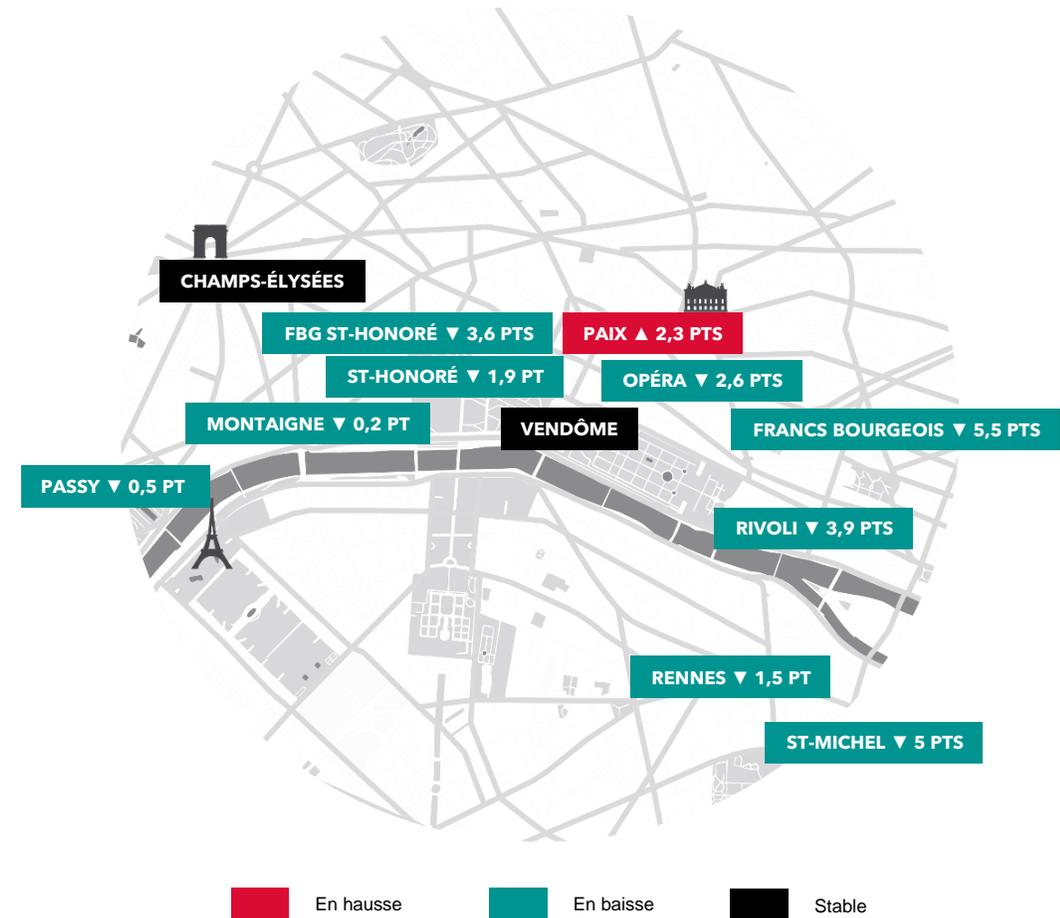
La situation reste également très contrastée hors du luxe. La reprise de la demande des enseignes est en effet inégale. Celles-ci privilégient les meilleurs emplacements, ce qui a pour conséquence de maintenir les taux de vacance à des niveaux parfois élevés, comme sur le boulevard Saint-Michel malgré une baisse significative de 5 points.

Ailleurs, la tendance est également à la diminution ou à la stabilisation de la part des locaux disponibles, comme sur les rues de Rennes et de Rivoli. Enfin, le taux de vacance est quasi nul rue de Passy, de même que rue des Francs Bourgeois où celui-ci est passé de 6,6 % à 1,1 % (contre une moyenne de 5,3 % dans les principales rues du Marais).



Source : Knight Frank

TAUX DE VACANCE COMMERCIALE SUR QUELQUES ARTÈRES PARISIENNES
À FIN 1S 2022 ET ÉVOLUTION PAR RAPPORT À FIN 1S 2021



■ En hausse ■ En baisse ■ Stable

DES VALEURS LOCATIVES STABILISÉES

Au plus fort de la crise sanitaire, les valeurs locatives de plusieurs axes prime parisiens ont subi une pression à la baisse plus ou moins importante. Depuis quelques mois et à l'exception de quelques artères, la reprise de la demande des enseignes et la diminution progressive de la vacance permettent de stabiliser les valeurs. Dans certaines rues, les transactions les plus récentes et les négociations en cours font même ressortir des niveaux de valeur proches voire, dans certains cas, équivalents à ceux pratiqués avant le déclenchement de l'épidémie de Covid-19.

VALEURS LOCATIVES PRIME À PARIS EN €/M²/AN ZONE A

RUE / QUARTIER	ARRONDISSEMENT	CLIENTÈLES CIBLES	VALEUR LOCATIVE PRIME 1S 2019	VALEUR LOCATIVE PRIME 1S 2022	NIVEAU DE LA DEMANDE 2022	RISQUE DE CORRECTION 2022-2023
Av. des Champs-Élysées	Paris 8	Touristes / Employés	16 000 – 20 000	13 000 – 15 000		
Av. Montaigne	Paris 8	Touristes	12 000 – 15 000	11 000 – 13 000		
Rue Saint-Honoré	Paris 1	Touristes / Employés	12 000 – 15 000	11 000 – 13 000		
Faubourg Saint-Honoré	Paris 8	Touristes / Employés	12 000 – 15 000	10 000 – 12 000		
Boulevard Haussmann	Paris 8 / 9	Touristes / Employés / Locaux	5 000 – 6 000	4 000 – 5 000		
Francs Bourgeois / Vieille-du-Temple	Paris 3 / 4	Touristes / Locaux	4 000 – 5 000	4 000 – 5 000		
Sèvres / Saint-Germain	Paris 6 / 7	Touristes / Locaux	3 000 – 4 000	2 500 – 3 500		
Bd Madeleine / Capucines	Paris 1 / 2 / 8 / 9	Touristes / Employés / Locaux	3 000 – 4 000	2 500 – 3 500		
Rue de Rivoli	Paris 1 / 4	Touristes / Employés / Locaux	2 000 – 3 000	2 000 – 3 000		
Rue de Rennes	Paris 6	Touristes / Locaux	2 000 – 3 000	2 000 – 3 000		
Rue de Passy	Paris 16	Locaux	2 000 – 3 000	2 000 – 3 000		
Avenue de l'Opéra*	Paris 1 / 2	Touristes / Employés / Locaux	3 000 – 3 500	2 000 – 2 500		

Faible Élevé

Faible Élevé

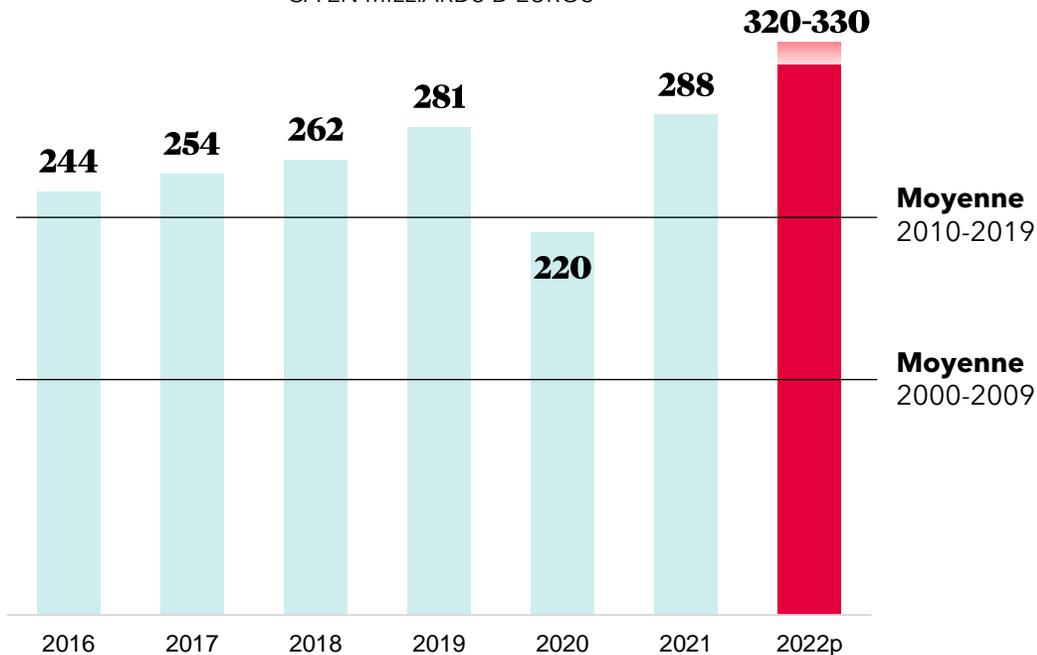
A large, faceted green diamond is the central focus of the image. It is cut in a complex, multi-faceted style, creating numerous facets that reflect light in various shades of green and blue. The diamond is set against a blurred background of similar green and blue tones.

**ZOOM SUR...
LE MARCHÉ DU LUXE**

NOUVELLE ANNÉE RECORD POUR LE MARCHÉ DU LUXE

Après le choc de 2020, la forte baisse liée au déclenchement de la crise sanitaire a été effacée dès 2021. Malgré un contexte économique et géopolitique incertain, et en dépit des mesures de restriction sanitaire appliquées en Chine, **les ventes d'articles de luxe devraient atteindre un nouveau record en 2022**. La demande locale est particulièrement robuste aux États-Unis, tandis que l'Europe profite de la nette reprise du tourisme. Ainsi, lors des cinq premiers mois de l'année, **le Vieux continent a accueilli plus de quatre fois plus d'arrivées internationales qu'au cours de la même période en 2021**.

VENTES D'ARTICLES DE LUXE DANS LE MONDE
CA EN MILLIARDS D'EUROS



Source : Bain & Company

ÉVOLUTION DES VENTES DE LUXE PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE
1S 2022 VERSUS 1S 2021 EN %

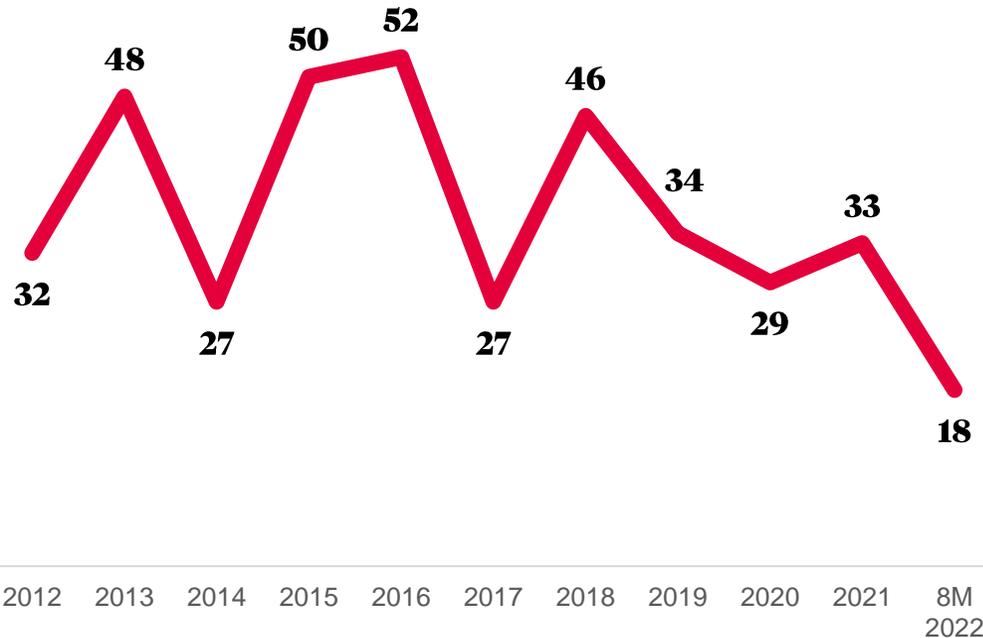
	Monde	Europe*	Amérique	Asie**
LVMH <small>MOÛT HENNESSY • LOUIS VUITTON</small>	+ 21%	+ 47%	+ 24%	+ 1%
 KERING	+ 23%	+ 53%	+ 37%	- 1%
 HERMÈS PARIS	+ 29%	+ 36%	+ 47%	+ 24%

Source : communication financière des groupes / *Europe de l'Ouest pour Kering / **Asie, hors Japon

DES OUVERTURES UN PEU PLUS NOMBREUSES EN 2022

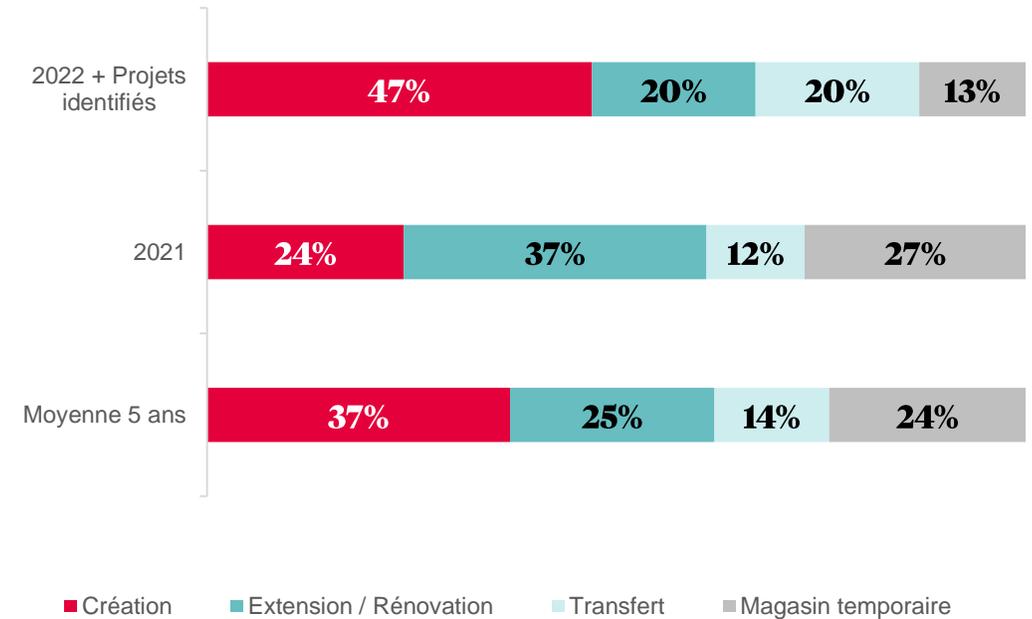
La crise des gilets jaunes et le déclenchement de la crise sanitaire avaient réduit le nombre d'ouvertures de boutiques de luxe à Paris en 2019 et 2020. Après le rebond de 2021, **celles-ci pourraient être un peu plus nombreuses encore en 2022**. Les ouvertures des prochains mois se distingueront surtout de celles de 2021 par **la part bien plus élevée des opérations de création** : celles-ci représentent ainsi près de la moitié des ouvertures récentes ou attendues contre moins d'un quart l'an passé.

OUVERTURES DE BOUTIQUES DE LUXE À PARIS
EN NOMBRE PAR AN*



Source : Knight Frank / *Créations, rénovations-extensions, transferts et magasins temporaires.

RÉPARTITION PAR TYPE
SUR L'ENSEMBLE DES OUVERTURES DE BOUTIQUES DE LUXE À PARIS*



Source : Knight Frank

DE NOMBREUX PROJETS D'ENVERGURE

Si l'on recense encore d'importants projets d'extension-rénovation destinés à sublimer la qualité de l'expérience client, les créations ex nihilo sont également nombreuses et significatives (Saint Laurent, Gucci). L'autre tendance est l'importance donnée aux pop-up stores. Nombreux avenue Montaigne (Tiffany & Co, Fendace, Jacquemus), ils contribuent à redonner un nouveau souffle à l'une des artères les plus exclusives de la capitale, sur un positionnement résolument tendance révélant les efforts menés par les groupes de luxe pour créer l'évènement et s'adapter aux nouveaux profils de consommateurs.

EXEMPLES D'OUVERTURES RÉCENTES ET DE PROJETS À VENIR BOUTIQUES DE LUXE, À PARIS

#	ENSEIGNE	ADRESSE	ARROND.
1	ALEXANDER MCQUEEN	372 rue Saint-Honoré	75001
2	CARTIER	11 rue de la Paix	75002
3	CHANEL	23 rue du Faubourg Saint-Honoré	75008
4	DAVID YURMAN	245 rue Saint-Honoré	75001
5	DIOR	30 avenue Montaigne	75008
6	GUCCI	235 rue Saint-Honoré	75001
7	JACQUEMUS	58 avenue Montaigne	75008
8	JIMMY CHOO	41 avenue Montaigne	75008
9	LOUIS VUITTON	100 avenue des Champs-Élysées	75008
10	SAINT LAURENT	175 boulevard Saint-Germain	75008
11	SAINT LAURENT	123 avenue des Champs-Élysées	75008
12	TIFFANY & CO	34 avenue Montaigne	75008



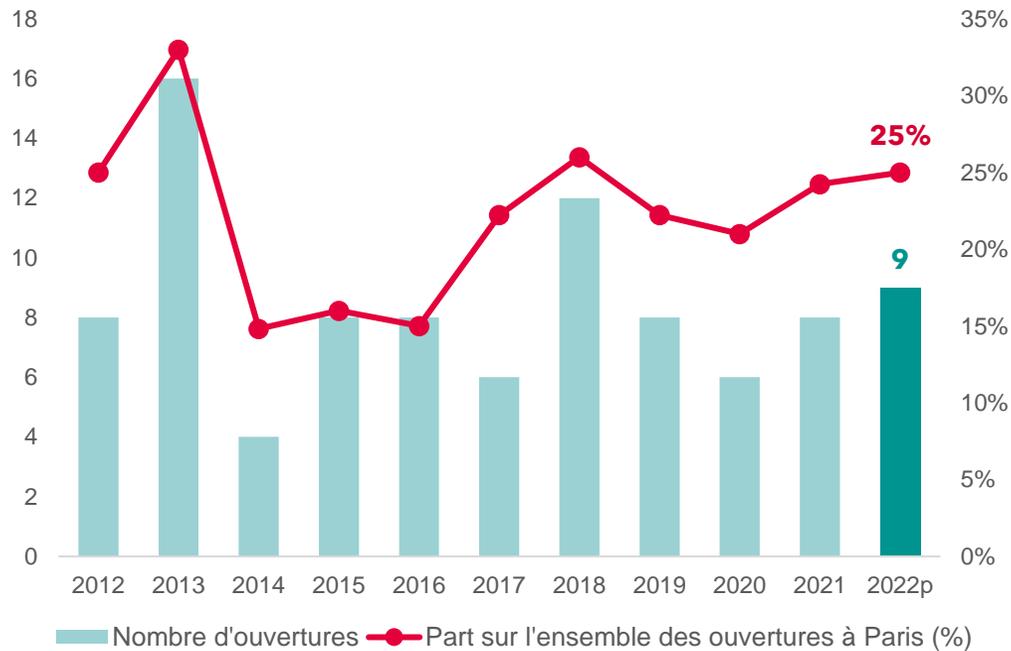
Source : Knight Frank

Extension-rénovation ou transfert

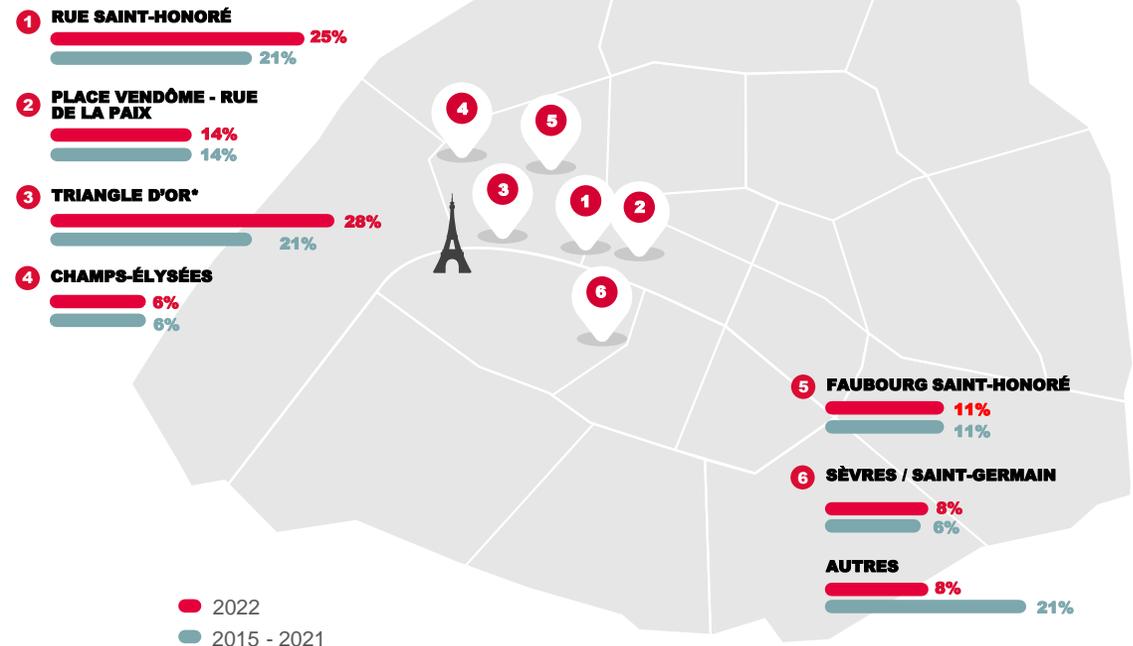
REGAIN D'ACTIVITÉ DANS LE TRIANGLE D'OR

La rue Saint-Honoré et le Triangle d'Or* dominent le marché du luxe parisien avec 42 % du nombre total d'ouvertures de boutiques de luxe recensées entre 2015 et 2021 à Paris. Leur part va s'accroître en 2022, passant à 53 % grâce au maintien de l'attractivité de la rue Saint-Honoré et au regain d'activité observé dans le Triangle d'Or. Neuf ouvertures y ont été recensées ou sont attendues cette année, majoritairement situées avenue Montaigne. Le rythme ne faiblira pas en 2023 avec sept projets déjà recensés pour l'année à venir, cette fois principalement localisés avenue George V et rue François 1^{er}.

ÉVOLUTION DU NOMBRE D'OUVERTURES DE BOUTIQUES DE LUXE DANS LE TRIANGLE D'OR*



RÉPARTITION PAR GROUPE / ENSEIGNE
OUVERTURES ET PROJETS À PARIS

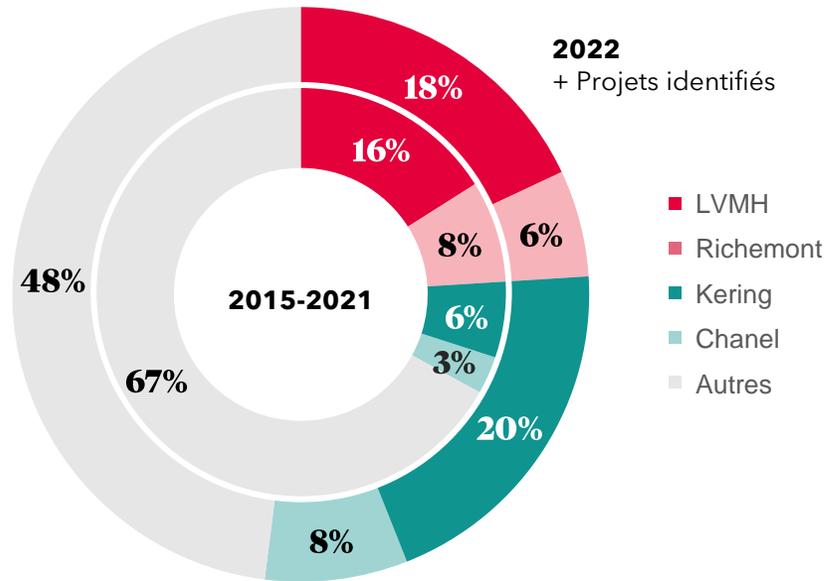


Source : Knight Frank / *Hors Champs-Élysées.

KERING : DE GRANDES AMBITIONS À PARIS

Largement devancé par LVMH ces dernières années s'agissant du nombre d'ouvertures de boutiques de luxe à Paris, le groupe Kering a désormais plus de projets en cours avec une dizaine d'ouvertures attendues sur la période 2022-2024, parmi lesquelles plusieurs opérations emblématiques comme Saint-Laurent avenue des Champs-Élysées. Kering renforce également son ancrage rue Saint-Honoré (extension d'Alexander McQueen, arrivée de Gucci) et sur la Rive gauche (Gucci, Saint-Laurent).

RÉPARTITION PAR GROUPE / ENSEIGNE
SUR LE TOTAL DES OUVERTURES DE BOUTIQUES DE LUXE À PARIS*



Source : Knight Frank / *Créations, rénovations-extentions, transferts et magasins temporaires.

KERING

26

OUVERTURES RÉALISÉES
OU PROJÉTÉES À PARIS
DEPUIS 2015 DONT

10

ATTENDUES ENTRE
2022 ET 2024

42%

DES 26 OUVERTURES
RÉALISÉES OU PROJÉTÉES À
PARIS SONT DES CRÉATIONS

ARTÈRES PRIVILÉGIÉES
RUE SAINT-HONORÉ
(8 OUVERTURES)
FAUBOURG SAINT-HONORÉ *(4)*

PROJETS RÉCENTS ET À VENIR À PARIS*

ALEXANDER
MQUEEN

BOTTEGA
VENETA

BALENCIAGA

GUCCI

SAINT LAURENT

GINORI
1735

Source : Knight Frank / *Projets de création, de pop-up ou d'extension entre 2021 et 2024.



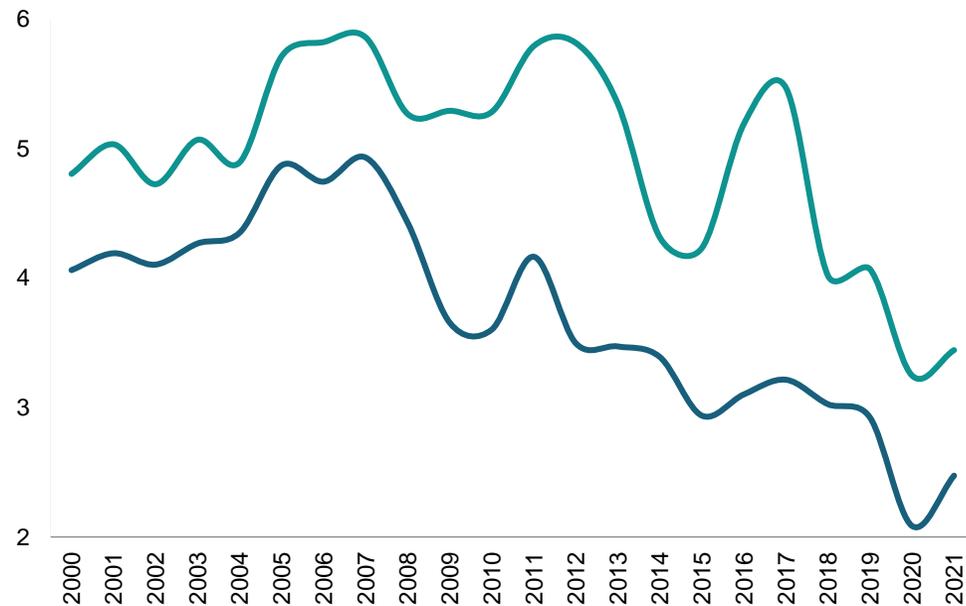
ENSEMBLES COMMERCIAUX : À L'HEURE DE LA SOBRIÉTÉ



BAISSE CONSTANTE DES CRÉATIONS, AU BÉNÉFICE DE L'EXISTANT

Le déclin de la création de nouvelles surfaces commerciales est une tendance structurelle du marché français, liée à l'arrivée à maturité de son parc immobilier, du poids croissant des recours et du durcissement de la réglementation encadrant les nouveaux développements. Leur baisse est illustrée par la chute des m² autorisés et commencés, ainsi que par le nombre de plus en plus restreint de grands projets autorisés en CNAC. Cette situation conforte les ensembles existants, dont un nombre de plus en plus élevé, qu'il s'agisse de centres commerciaux ou de retail parks, sont en cours de transformation afin de mieux répondre aux nouvelles attentes des consommateurs.

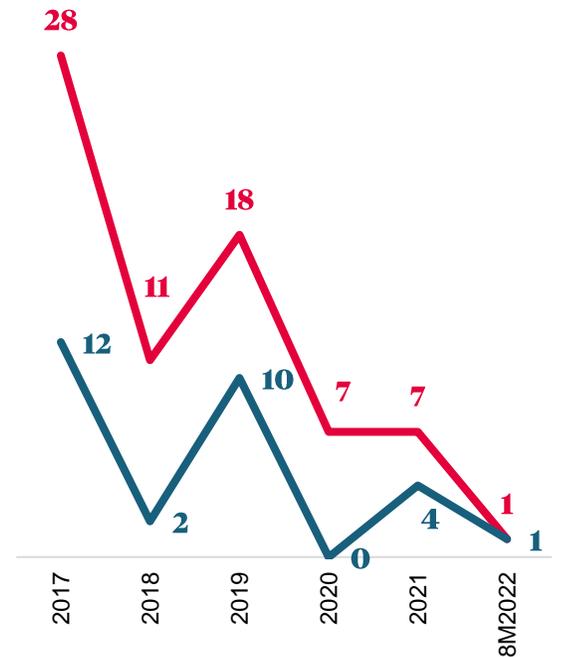
SURFACES DE LOCAUX COMMERCIAUX AUTORISÉES ET COMMENCÉES
EN FRANCE MÉTROPOLITAINE, EN MILLIONS DE M²



Source : Sitadel

— Surfaces autorisées — Surfaces commencées

NOMBRE DE PROJETS > 5 000 M² ET > 10 000 M² AUTORISÉS EN CNAC
EN FRANCE



— Projets > 5 000 m² — Projets > 10 000 m²

Source : CNAC

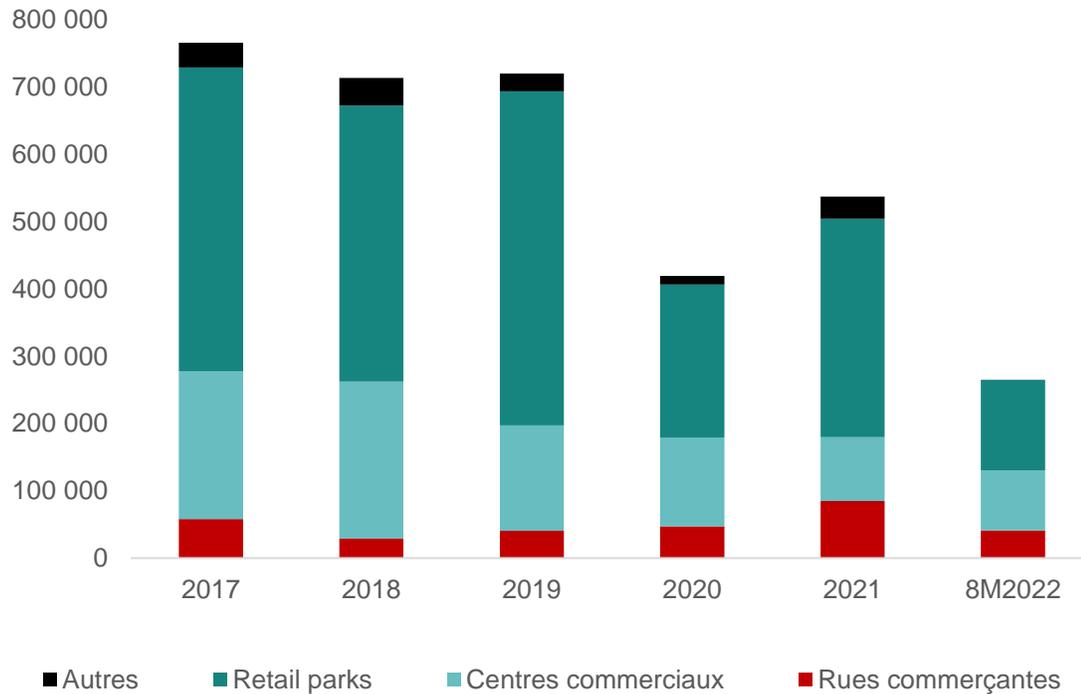
2 056 m²

Surface moyenne des projets examinés en CNAC en 2022
- 52 % par rapport à la période 2016 - 2019

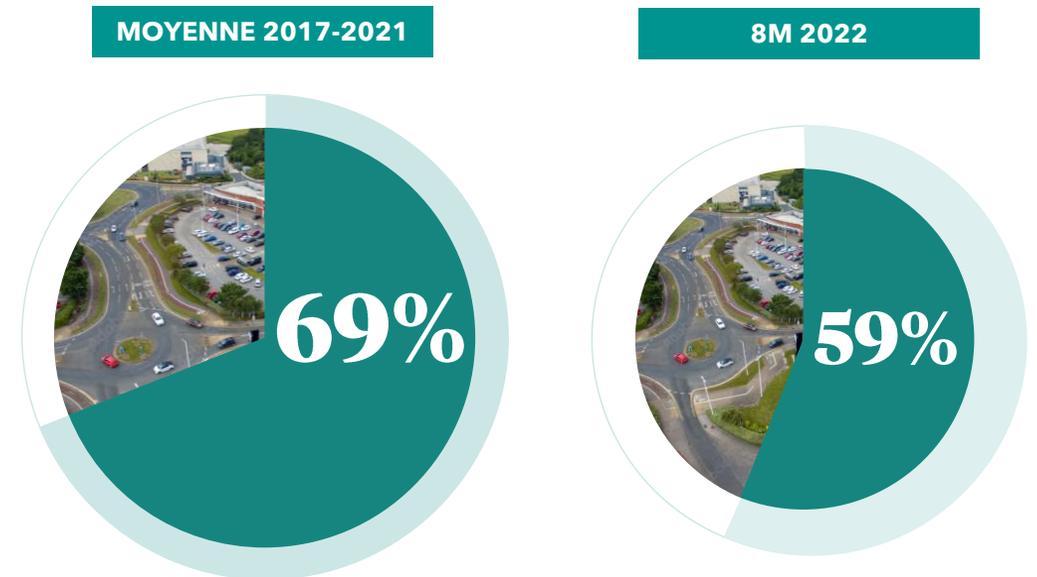
PEU D'OUVERTURES DEPUIS LE DÉBUT DE 2022

Après avoir fortement diminué en 2020, les ouvertures de nouveaux m² commerciaux étaient reparties à la hausse en 2021, gonflées par les inaugurations de projets retardées par le déclenchement de la crise sanitaire. En 2022, la tendance est de nouveau baissière : un peu plus de 250 000 m² ont ainsi ouvert depuis le début de 2022. Les inaugurations de nouveaux retail parks ont été particulièrement faibles, confirmant le net ralentissement des nouveaux développements après plusieurs années d'expansion. Quant aux centres commerciaux, les développements se sont redressés en 2022 mais après une année 2021 atone et avec un nombre toujours très réduit de créations ex nihilo.

ÉVOLUTION DES OUVERTURES PAR TYPE DE FORMAT
EN FRANCE, EN MILLIERS DE M²



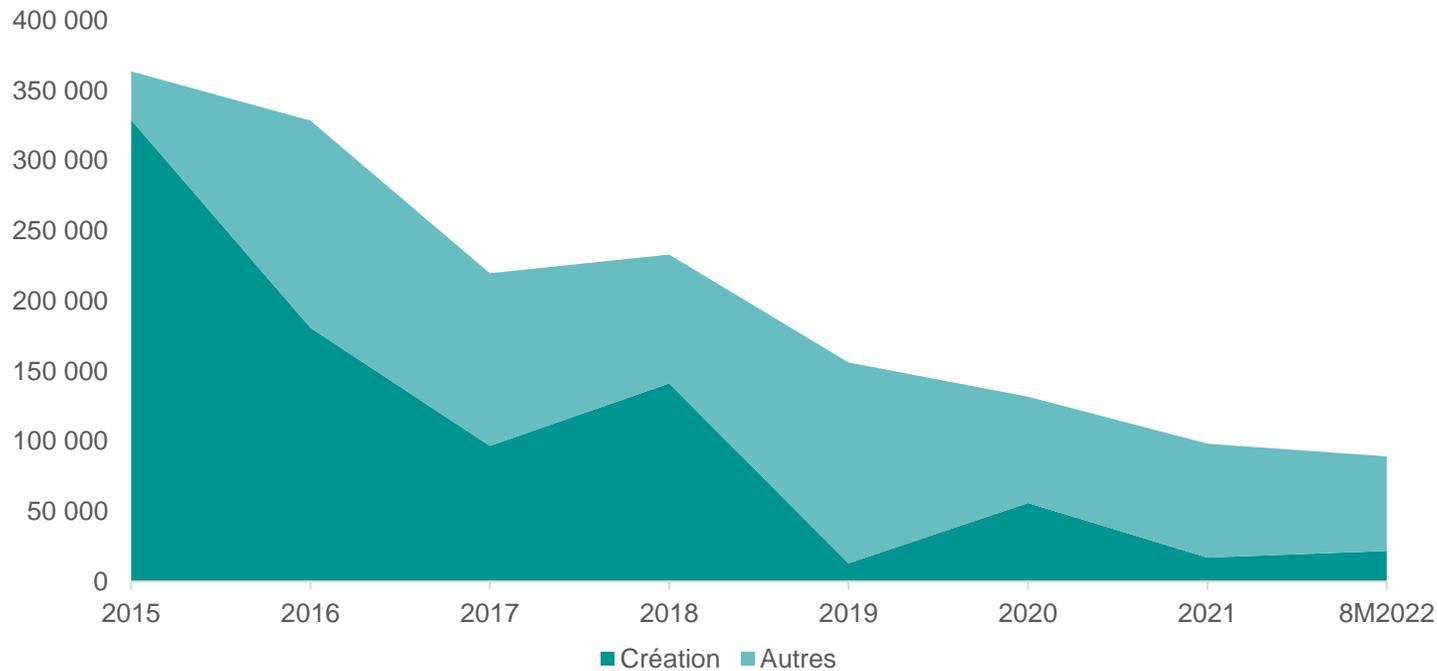
PART DES CRÉATIONS EX NIHILLO
TOUS FORMATS, EN % DU VOLUME TOTAL



PLUS D'OUVERTURES DE CENTRES COMMERCIAUX

En 2021, les ouvertures de nouveaux m² de centres commerciaux avaient atteint un plancher avec un peu moins de 100 000 m² inaugurés. En 2022, celles-ci seront plus nombreuses, leur volume approchant d'ores et déjà 90 000 m² et plusieurs livraisons significatives étant attendues d'ici la fin de l'année (« Ateliers Gaité » à Paris, etc.). Les ouvertures demeurent toutefois quasi exclusivement composées d'opérations de restructuration ou d'extension. Parmi les rares créations enregistrées, citons la galerie LECLERC de « Rocadest », récemment inaugurée à Carcassonne*.

OUVERTURES DE CENTRES COMMERCIAUX EN FRANCE
EN M², EN FRANCE MÉTROPOLITAINE



Source : Knight Frank /*Le projet comprend également un retail park



PLUS D'OUVERTURES DE CENTRES COMMERCIAUX



EXEMPLES D'OUVERTURES DE CENTRES COMMERCIAUX

ATTENDUES EN FRANCE EN 2022-2023

CENTRE	VILLE	TYPE	SURFACE (M²)
LES ATELIERS GAITÉ	PARIS (75)	EXTENSION / REDEVELOPPEMENT	30 700
CENTRE LECLERC	ARES (33)	TRANSFERT / EXTENSION	30 600
LES TROIS FONTAINES (L'AVENUE)	CERGY (95)	EXTENSION / REDEVELOPPEMENT	22 500*
GRAND PLACE	ÉCHIROLLES (38)	EXTENSION	16 500
ROCADEST	CARCASSONNE (11)	CREATION	14 800**
LES PASSAGES MERIADECK	BORDEAUX (33)	REDEVELOPPEMENT / TRANSFORMATION	7 500
CNIT	PUTEAUX (92)	EXTENSION / REDEVELOPPEMENT	7 000
GALERIE DORIAN (« VILLAGE SANTÉ »)	SAINT-ÉTIENNE (42)	REDEVELOPPEMENT / TRANSFORMATION	5 200
BEAULIEU	NANTES (44)	EXTENSION	4 300***

■ Ouvert à fin aout 2022

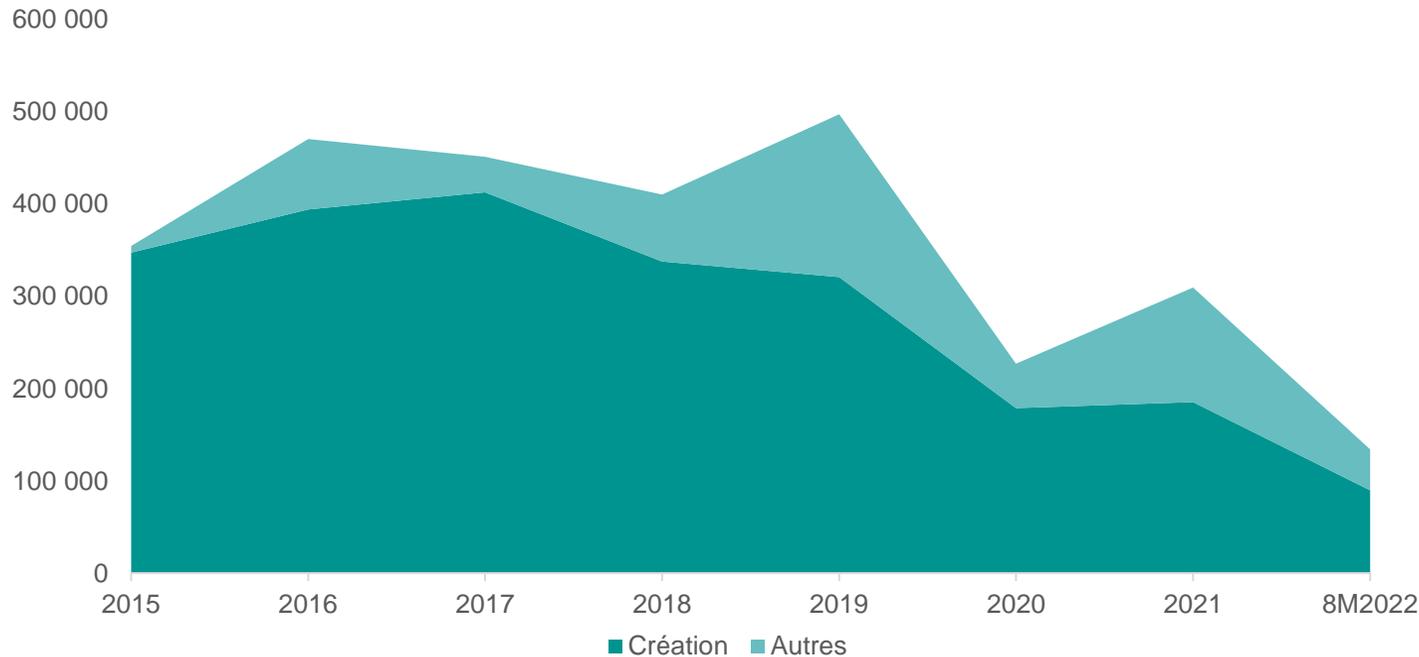
Source : Knight Frank / *En plus de l'ouverture d'un pôle restauration en 2020 et de 7 000 m² de loisirs en 2023 / ** Le projet comprend également un retail park de 13 000 m² / ***Surface destinée à accueillir un magasin Primark.



MOINS D'OUVERTURES DE RETAIL PARKS

Après avoir nettement rebondi en 2021, les ouvertures de retail parks seront probablement moins nombreuses en 2022. Depuis le début de l'année, celles-ci ont été rares (« Rocardest » à Carcassonne), mais plusieurs sont attendues d'ici décembre (« Parenthèses » à Persan dans le Val d'Oise). Si les créations restent majoritaires, leur part baissera de façon significative en raison d'un nombre croissant d'opérations de restructuration d'ensembles importants comme « L'Atoll » près d'Angers. Notons également l'importance croissante de la restauration et des loisirs, à l'image des travaux de redéveloppement de la « Promenade de Flandre » ou de la création de pôles dédiés (« Otium » à Dreux).

OUVERTURES DE RETAIL PARKS EN FRANCE
EN M², EN FRANCE MÉTROPOLITAINE



Source : Knight Frank



MOINS D'OUVERTURES DE RETAIL PARKS

EXEMPLES D'OUVERTURES DE RETAIL PARKS

ATTENDUES EN FRANCE EN 2022-2023

CENTRE	VILLE	TYPE	SURFACE (M ²)
ATOLL	BEAUCOUZE (49)	REDEVELOPPEMENT / TRANSFORMATION	32 000
PARENTHESSES	PERSAN (95)	CREATION	25 700
OTIUM	DREUX (28)	CREATION	21 500*
MAJUSCULE	MARMOUTIER (67)	CREATION	14 900
ROCADEST	CARCASSONNE (11)	CREATION	13 000
CAP KOAD	BAIN-DE-BRETAGNE (35)	CREATION	13 000
PROMENADE DE FLANDRE	RONCQ (59)	REDEVELOPPEMENT / TRANSFORMATION	12 200
RETAIL PARK (ex LECLERC)	LE-PIAN-MEDOC (33)	REDEVELOPPEMENT / TRANSFORMATION	10 000
PROMENADE MOLEON	LANGON (33)	REDEVELOPPEMENT / TRANSFORMATION	10 000
LES ATLANTES	SAINT-PIERRE-DES-CORPS (37)	REDEVELOPPEMENT	8 000

 Ouvert à fin aout 2022

Source : Knight Frank / * En plus de l'ouverture d'un pôle de restauration ouvert en 2021

LE MARCHÉ IMMOBILIER DES COMMERCES EN FRANCE | SEPTEMBRE 2022



**INVESTISSEMENT : VOLUMES
ÉLEVÉS, MAIS CRAINTES DE
RALENTISSEMENT**

CHIFFRES CLÉS



	8M 2022	2021	Évolution
Volumes investis en commerces en France	3,5 Mds €	3,2 Md €	↑
Part des commerces*	25 %	13 %	↑
Nombre de transactions > 100 M€	10	4	↑
Part des volumes investis en Ile-de-France**	58 %	42 %	↑
Part des investisseurs étrangers**	30 %	39 %	↓
Taux de rendement prime Rues commerçantes	3,00 %	3,00 %	→
Taux de rendement prime Centres commerciaux	4,25 %	4,25 %	→
Taux de rendement prime Retail parks	5,00 %	5,25 %	↓

*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.

Source : Knight Frank

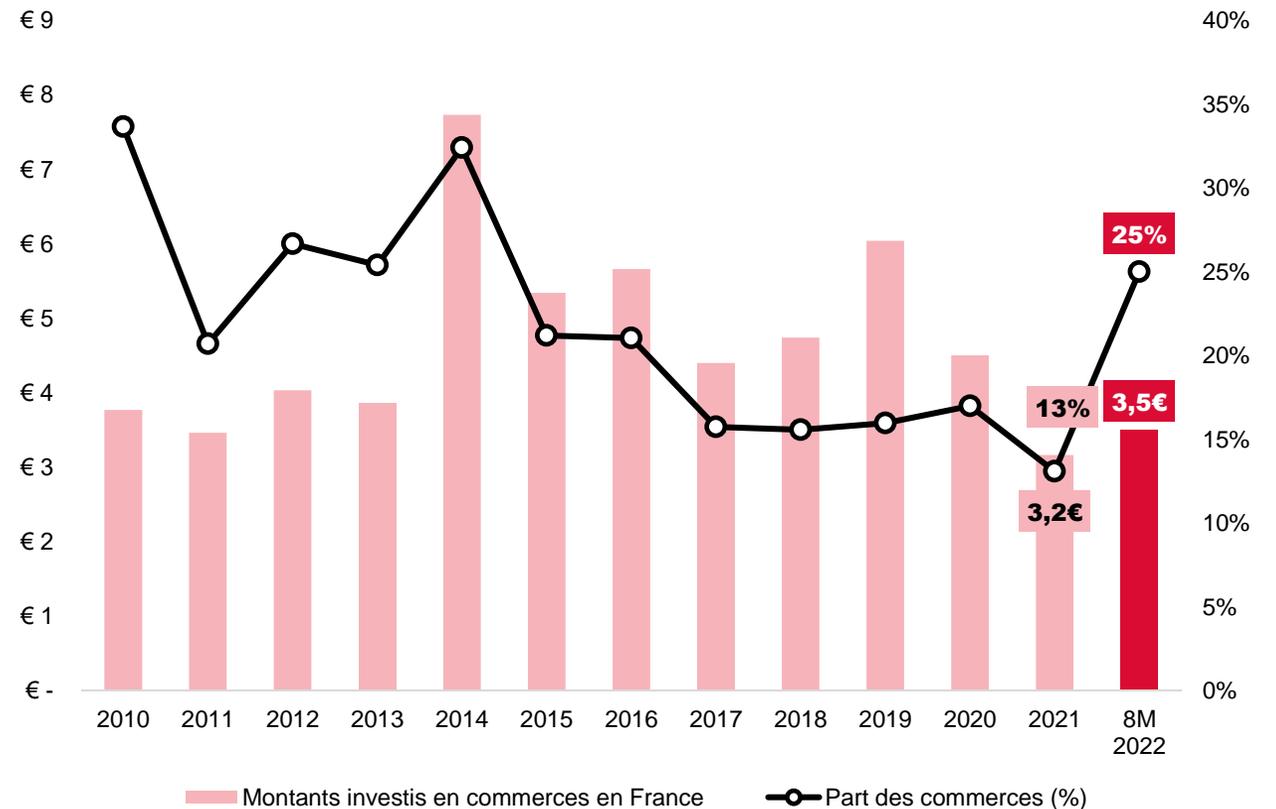
UN TRÈS BON CRU

Le 2^e trimestre 2022 avait confirmé le retour des commerces sur le devant de la scène. La bonne dynamique s'est prolongée depuis le début du 3^e trimestre puisque les sommes engagées sur le marché français des commerces à fin août totalisent près de 3,5 milliards d'euros soit plus qu'en 2021 sur l'année entière.

Cette belle performance tient notamment au nombre important de transactions > 100 millions d'euros (10 à fin août 2022 contre 4 en 2021) signées depuis janvier. D'autres seront finalisées d'ici la fin de l'année, si bien que les volumes investis pourraient atteindre – voire dépasser – 5 milliards d'euros sur l'ensemble de 2022.



DÉJÀ MIEUX QU'EN 2021
ÉVOLUTION DES VOLUMES INVESTIS EN COMMERCES
En France, en milliards d'euros



Source : Knight Frank

PARIS ET SA RÉGION REPRENENT DU POIL DE LA BÊTE

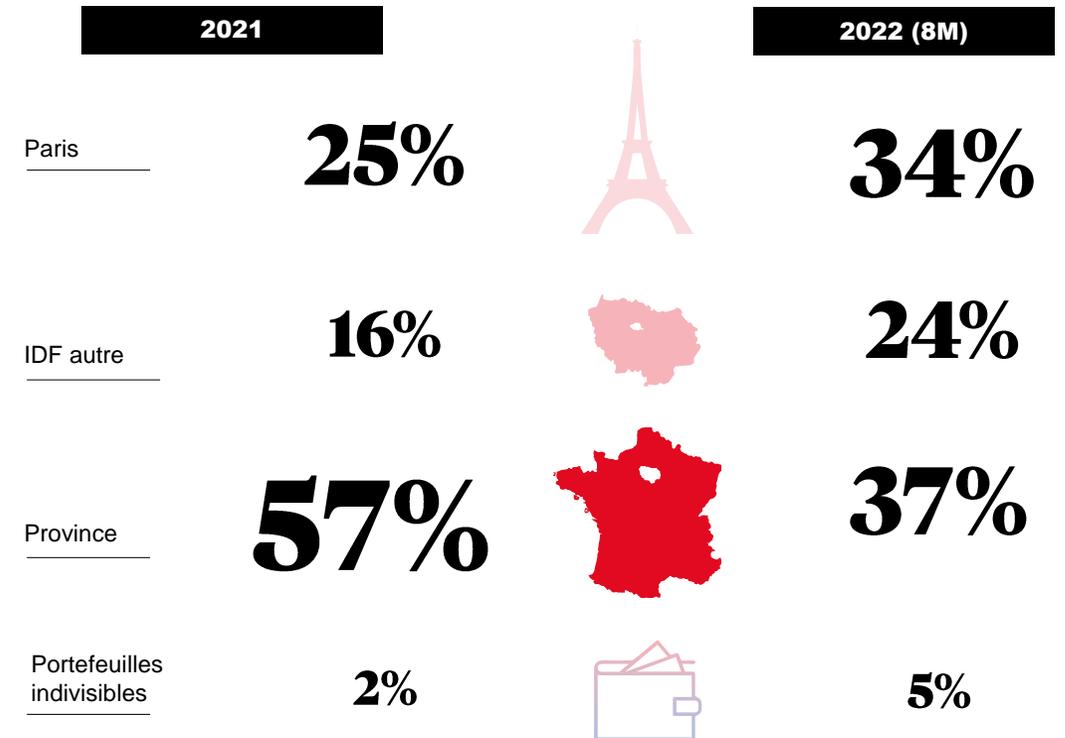
La répartition géographique est plus équilibrée que l'an passé grâce aux grandes opérations recensées depuis le début de 2022 à Paris (150 Champs-Élysées cédé par GROUPAMA) et en Île-de-France (vente par URW de 45 % du centre commercial « Carré Sénart » et du « Shopping Parc »). En province, les volumes ont été gonflés par plusieurs cessions de grands portefeuilles (portefeuille « Olympe » cédé à BNP PARIBAS REIM, portefeuille CARMILA cédé à BATIPART et ATLAND, etc.).



UN MARCHÉ PLUS ÉQUILIBRÉ

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES VOLUMES INVESTIS EN COMMERCES

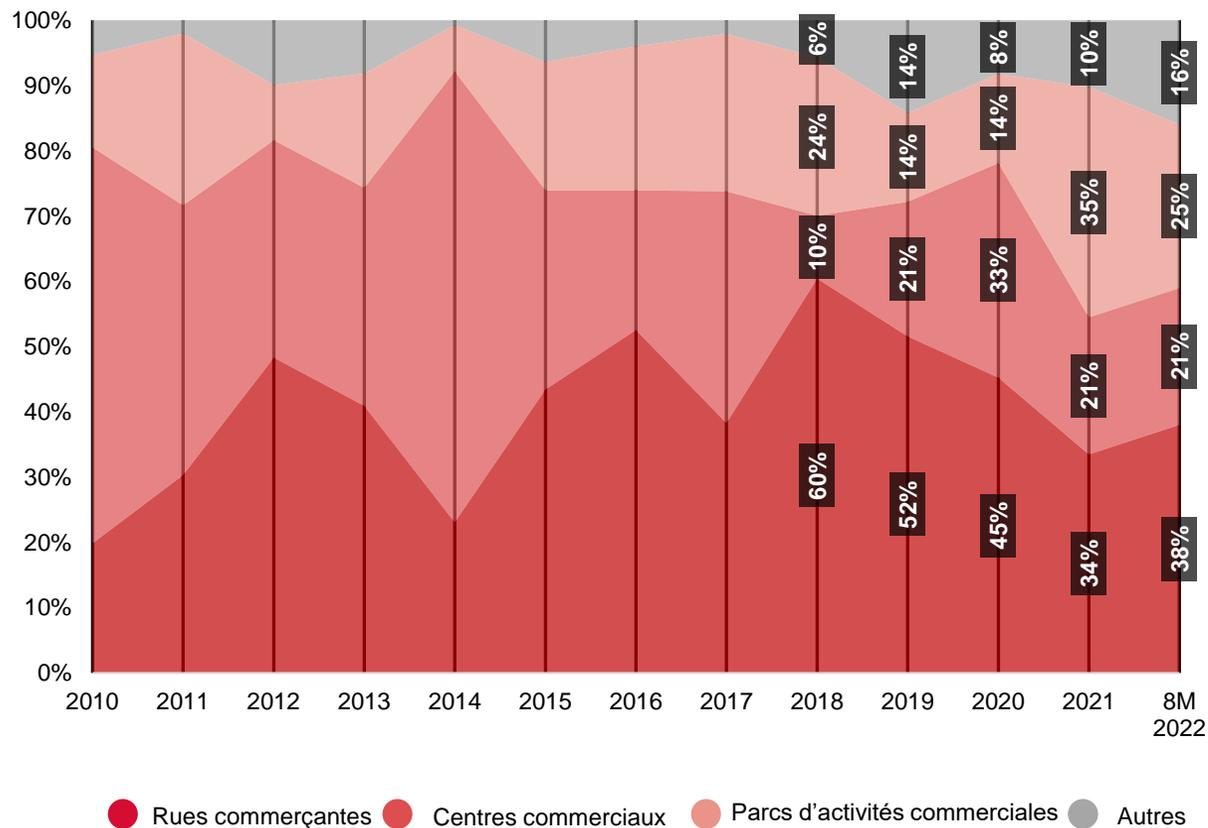
En France, part sur le volume total en %



Source : Knight Frank

LES PIEDS D'IMMEUBLE RETROUVENT LEUR PREMIÈRE PLACE

TOUTES LES TYPOLOGIES D'ACTIFS ANIMENT LE MARCHÉ
 RÉPARTITION DES VOLUMES INVESTIS EN COMMERCES PAR TYPOLOGIE
 En France



La répartition des volumes investis était très équilibrée avant l'été. Celle-ci a depuis évolué avec la nette hausse de la part des rues commerçantes (38 % à fin août), gonflée par la finalisation de la cession par GROUPAMA du 150 avenue des Champs-Élysées à Paris.

Après une très bonne année 2021, les PAC continuent de capitaliser sur la résistance de la périphérie à la crise sanitaire. Ils rassemblent 25 % des volumes investis en commerces lors des huit premiers mois de 2022 (contre 18 % en moyenne depuis 10 ans) grâce à quelques grandes cessions de portefeuilles d'enseignes et de plusieurs retail parks.

Malgré quelques opérations significatives (45 % de « Carré Sénart », les « Flâneries » à La Roche-sur-Yon, partie du portefeuille CARMILA), les centres commerciaux rassemblent moins d'un quart des volumes investis en raison d'un nombre réduit de transactions.



La part des rues commerçantes sur les volumes investis en commerces en France à fin août 2022

Contre 30 % à la fin du 1S 2022

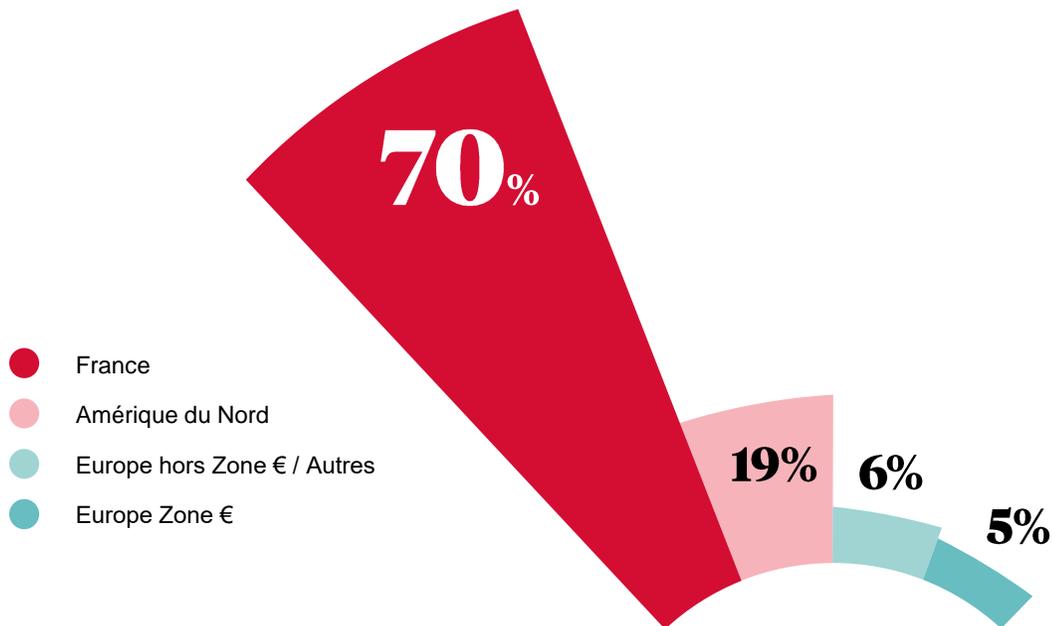
Source : Knight Frank

DIVERSITÉ DES ACTEURS, MAIS TRÈS MAJORITAIREMENT FRANÇAIS

À l'origine de plusieurs grandes transactions cet été (« Shopping Parc » de Carré Sénart), les Français restent de loin les principaux acteurs du marché hexagonal. Ils concentrent 70 % des volumes investis en commerces dans l'Hexagone depuis le début de 2022 et 8 des 10 transactions > 100 millions d'euros. Les SCPI/OPCI sont particulièrement actifs et présents sur tous les segments de marché (pieds d'immeuble, boîtes et retail parks, alimentaire).

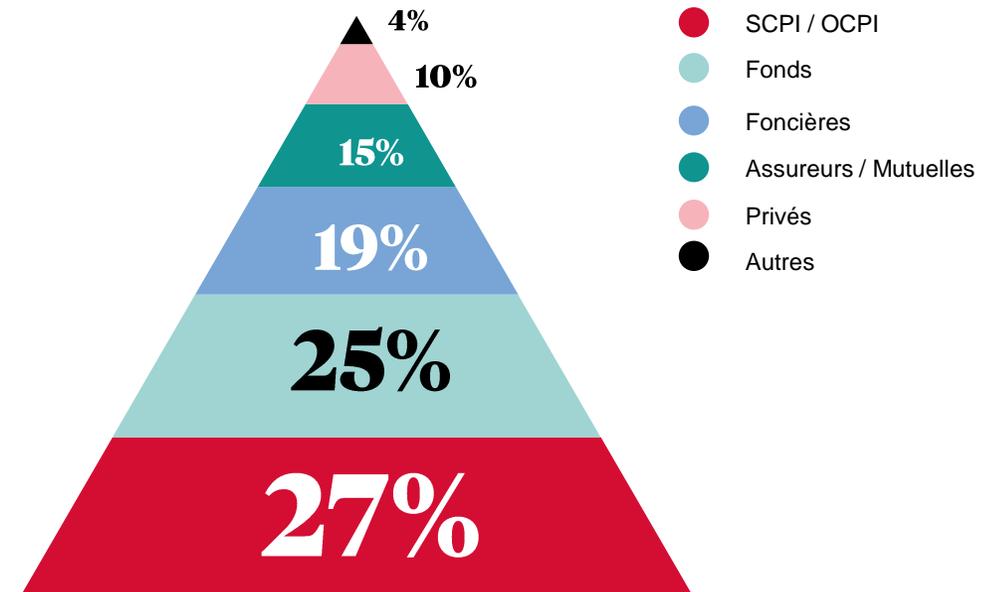
La part des investisseurs étrangers reste relativement modeste même si elle a récemment été gonflée par la cession du 150 avenue des Champs-Élysées. Parmi leurs opérations significatives figurent d'autres acquisitions de magasins de pied d'immeuble (flagship Louboutin, « Pershing Hall », 10 avenue de la Grande Armée), un portefeuille Burger King (ARES MANAGEMENT) et plusieurs actifs alimentaires (M&G, TRISTAN CAPITAL PARTNERS, GREENMAN ARTH).

LES FRANÇAIS DOMINENT LARGEMENT
VOLUMES INVESTIS EN COMMERCES PAR NATIONALITÉ
En France, en 2022 à fin août



Source : Knight Frank

SCPI/OPCI ET FONDS SE DÉTACHENT
VOLUMES INVESTIS EN COMMERCES PAR TYPOLOGIE
En France, en 2022 à fin août



Source : Knight Frank

UNE ANNÉE DE GRANDES TRANSACTIONS

EXEMPLES DE TRANSACTIONS COMMERCES EN FRANCE EN 2022

Source : Knight Frank

Adresse / Actif	Type	Ville	Vendeur	Acquéreur	Prix
150 avenue des Champs-Élysées*	PI	Paris 8 ^e	Groupama Immobilier	Cheval Paris	> 200M€
Carré Sénart (45 %)	CC	Lieusaint (77)	Unibail-Rodamco-Westfield	Société Générale Ass. / BNP Paribas	100-200M€
Commerces Gare Montparnasse (49 %)	AUT	Paris 15 ^e	Altarea Cogedim	Crédit Agricole Assurances (Predica)	100-200M€
Portefeuille « Olympe » (Décathlon)	PAC	France	AEW	BNP Paribas Reim	100-200M€
Portefeuille « Fast » (Burger King / Quick)	PAC	France	Association Familiale Mulliez	ARES Management	100-200M€
Portefeuille Carmila	CC / PAC	France	Carmila	Batipart / Atland	100-200M€
Shopping Parc de Carré Sénart	PAC	Lieusaint (77)	Unibail-Rodamco-Westfield	Amundi	100-200M€
Les Flâneries	CC	La Roche-sur-Yon (85)	Privé	Atom Group, Ciméa Patrimoine, Foncière Magellan	100-200M€
Portefeuille Galeries Lafayette	PI	Province	Galeries Lafayette	Société des Grands Magasins	100-200M€
Portefeuille Buffalo Grill	PC	France	Klépierre	Atland	100-200M€
Enox	PAC	Gennevilliers (92)	Nuveen	BNP Paribas Reim	50-100M€
Portefeuille de boutiques « Unity »	PI	Paris	-	Selectirente	50-100M€
Portefeuille Casino (6 actifs)	AUT	Région	Fortress / Casino Immobilier	Tristan Capital Partners	50-100M€
Portefeuille Casino (2 actifs)	AUT	Région	Mercialys	Intergestion	50-100M€
Pershing Hall*	PI	Paris 8 ^e	Mark	Allianz	50-100M€
Flagship Louboutin	PI	Paris 1 ^{er}	Privé	BMO Real Estate Partners	50-100M€
G La Galerie, 1 avenue Gustave Eiffel	CC	Pessac (33)	Union Investment / Mercialys	Privé	< 50M€
Portefeuille Cicofoma	PI	France	Paref	Herrmann Frères & Fils / Groupe Terrot	< 50M€
10 avenue de la Grande Armée	PI	Paris 17 ^e	Deka	Freo	< 50M€
Hypermarché Casino, 1 avenue Gustave Eiffel	AUT	Pessac (33)	Tristan Capital Partners	Amundi	< 50M€
Hypermarché Casino, Odysseum	AUT	Montpellier (34)	Swiss Life AM	DTZ Investors / Anacap Financial Partners	< 50M€
Supermarché Casino	AUT	Marseille (13)	Keys Reim	Perial	< 50M€
Galerie Les Grands Hommes*	CC	Bordeaux (33)	Eurocommercial Properties	Selectirente	< 50M€

Source : Knight Frank / *Actif mixte

■ < 50M€
 ■ 50-100M€
 ■ 100-200M€
 ■ > 200M€

NB: PI pieds d'immeuble, PAC parcs d'activités commerciales, CC centres commerciaux, HYP hypermarchés, AUT autres



150 avenue des Champs-Élysées, Paris



Shopping Parc Carré Sénart, Lieusaint



Portefeuille Unity, Paris

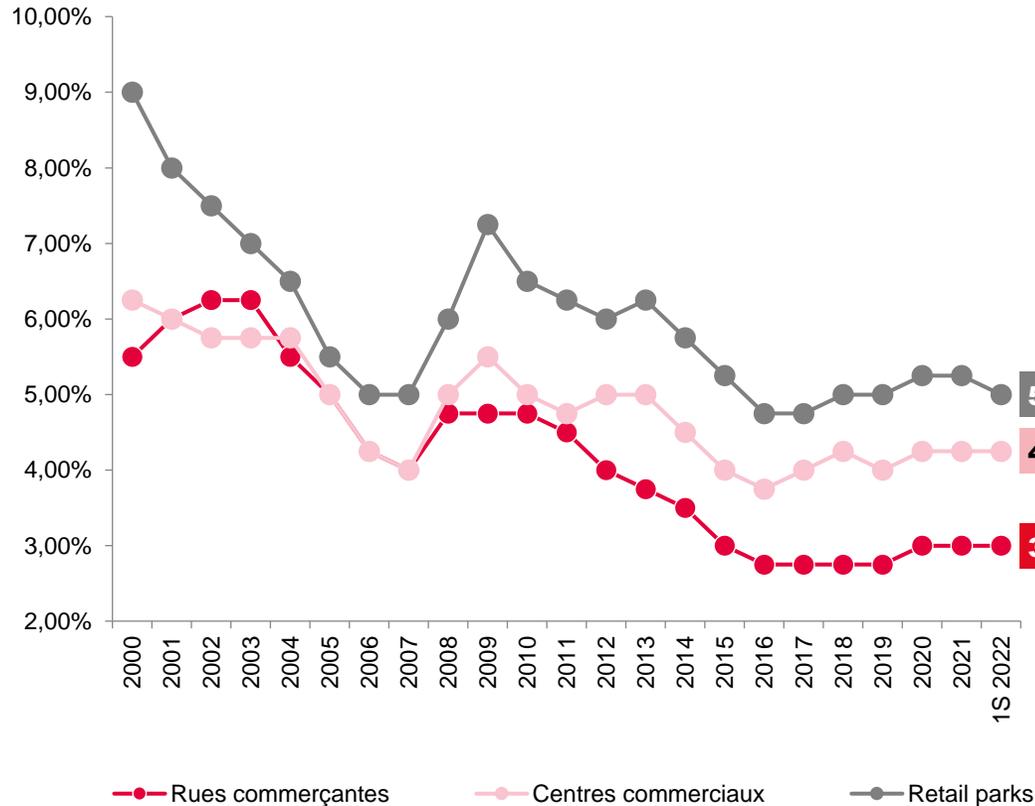
DES TAUX STABLES, POUR L'INSTANT...

Les taux de rendement sont restés stables sur tous les segments de marché depuis un an, à l'exception de la légère compression observée fin 2021 sur le segment des retail parks.

Compte tenu du retournement de tendance lié à la hausse des taux d'intérêt et à l'explosion de l'inflation, un début de décompression devrait être enregistré ces prochains mois.

TAUX DE RENDEMENT PRIME COMMERCES

En France, en %

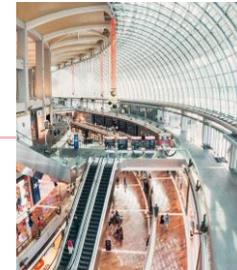


ÉVOLUTION

2009 – 1S 2022



RETAIL PARKS
- 31%



CENTRES COMMERCIAUX
- 23%



RUES COMMERCANTES
- 37%



Source : Knight Frank

CONTACTS



Antoine Grignon
Co-Head of Capital
Markets & Head of Retail

+33 (0)1 43 16 88 70
+33 (0)6 73 86 11 02

antoine.grignon@fr.knightfrank.com



Antoine Salmon
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
Deputy Head of Retail Leasing

+33 (0)1 43 16 56 04
+33 (0)6 75 26 03 96

vianney.dersu@fr.knightfrank.com



David Bourla
Head of Research

+33 (0)1 43 16 55 75
+33 (0)7 84 07 94 96

david.bourla@fr.knightfrank.com

© Knight Frank SNC 2022

Le département Études et Recherche de Knight Frank propose des services d'analyse de marché et de conseil stratégique en immobilier pour de nombreux clients internationaux, qu'ils soient privés, institutionnels ou utilisateurs.

Les études de Knight Frank sont disponibles sur le site KnightFrank.fr
Les données utilisées pour la production de cette étude proviennent de sources reconnues pour leur fiabilité ainsi que des outils Knight Frank de suivi des marchés immobiliers.

Malgré la grande attention prêtée à la préparation de cette publication, Knight Frank ne peut en aucun cas être tenu pour responsable d'éventuelles erreurs. En outre, en tant qu'étude de marché générale, ce document ne saurait refléter l'avis de Knight Frank sur des projets ou des immeubles spécifiques. La reproduction de tout ou partie de la présente publication est tolérée, sous réserve expresse d'en indiquer la source.

Crédits images :
Couverture : Polygone Riviera ©URW



PUBLICATIONS RÉCENTES



Le marché français de
l'investissement
Juillet 2022



Le marché des bureaux
d'Ile-de-France
Juillet 2022



L'essentiel du marché
des commerces
Juin 2022