

M²

LA LETTRE

LE DOSSIER M²

L'immobilier commercial 2018 Spécial MAPIC

LÉGISLATION

Loi Élan appliquée au commerce

INNOVATIONS

Zoom sur Nxt Live Retail JLL

LES CAHIERS M²

Schneider International

LES ENTRETIENS M²

- Crescendo
- White Stone

10 TRANSACTIONS CLÉS

CASINO : 55 MONOPRIX
565 M€ - Commerces

UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD
465 M€ - La Défense - Bureaux

HENDERSON PARK 550 M€
Paris - Hôtel

ICADE 425 M€
Région parisienne - Bureaux

ACCORHOTELS 363 M€
Issy-les-Moulineaux - Bureaux

TRISTAN CAPITAL PARTNERS
122 M€ - Oslo - Bureaux

GEICINA 41 M€ - Ivry-sur-Seine
Résidence étudiante

GROUPE PANHARD - 28 300 m²
Louvres - Logistique

VINCI 35 000 m² pour Constructa
Marseille - Bureaux

CITINEA 980 appartements
Vaulx-en-Velin - Logements

& 200 autres à l'intérieur →



GESTION D'IMMOBILIER TERTIAIRE

Un accompagnement global
et quotidien pour la gestion
de vos actifs

www.artenasas.fr

NOS MÉTIERS

- ◆ Gestion locative
- ◆ Gestion des charges
- ◆ Gestion technique
- ◆ AMO
- ◆ Syndic de copropriété et ASL
- ◆ Audit d'acquisition
- ◆ Audit technique

NOS ATOUTS

- ◆ Présence de proximité
- ◆ Interlocuteur unique
- ◆ Réactivité
- ◆ Gestion prospective
- ◆ Bureau d'étude technique
- ◆ Indépendance capitalistique
- ◆ Acteur national

PARIS

6, Rue des Frères Caudron
78140 Vélizy Villacoublay
Tél. (33) 01 30 67 67 63

CONTACT

Caroline de DIETRICH
caroline.dedietrich@artenasas.fr



GRENOBLE

56, Boulevard Gambetta
38000 Grenoble
Tél. (33) 04 76 46 71 39

CONTACT

Françoise DI FOGGIA
francoise.difoggia@artenads.fr



LYON

45, Quai Charles de Gaulle
69006 Lyon
Tél. (33) 04 37 48 43 70

CONTACT

Nicolas SIBILLE
nicolas.sibille@artenasas.fr



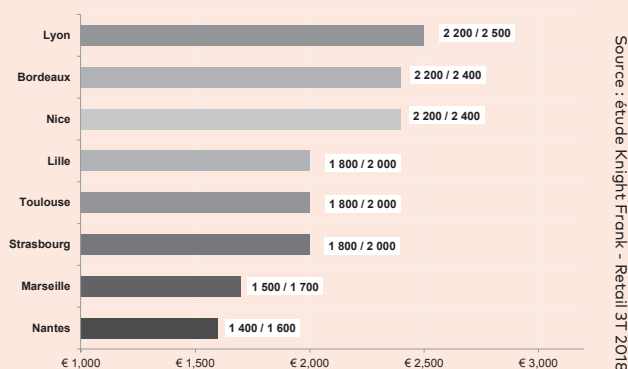
Des valeurs locatives stables pour les pieds d'immeubles prime

Les valeurs locatives des pieds d'immeubles bénéficiant d'emplacements « prime » sont stables, à Paris et en régions.

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

Rue ou zone commerçante	Arrondissement	Loyer au 3T 2017	Loyer au 3T 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	12 000	↑
Boulevard Haussmann	Paris 8 / 9	6 000	6 000	→
Sèvres / Saint-Germain	Paris 6 / 7	6 000	6 000	↓
Marais	Paris 3 / 4	5 000	5 000	→
Capucines / Madeleine	Paris 1 / 2 / 8 / 9	4 000	4 000	→
Rue de Rivoli	Paris 1 / 4	4 000	4 000	→
Rue de Passy	Paris 16	2 500	3 000	→

En régions, fin 3T 2018, en €/m²/an Zone A*



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

Source : étude Knight Frank - Retail 3T 2018

Les projets, toujours présents dans le panorama

Le centre-ville, des surfaces commerciales créées et transformées

Paris attire les opérateurs. On compte pas moins de 30 projets récents ou à venir sur la période 2017-2021 dont seize flagships (ex : Dior, rue St-Honoré), sept shopping centers (ex : Italik, Place d'Italie), ou encore trois opérations portant sur des gares (ex : Montparnasse). En régions, les grands projets de restructuration sont à l'honneur. « Iconic » à Nice en est l'exemple.

Le renforcement des centres commerciaux existants d'abord

Quelques centres commerciaux sont nés en 2018 comme Le Prado à Marseille. Mais la majorité des opérations a porté sur des rénovations et extensions de centres existants (ex : Carrefour Grand Evreux). Les propriétaires veulent renforcer leurs actifs face à l'offre concurrentielle de nouvelle génération. Autre tendance, la transformation de gares. Par exemple, Ceetrus va réaliser une extension de la gare du Nord, Paris de 40 000 m². En régions également, les opérations portant sur des gares sont nombreuses : Bordeaux, Nantes, Nice.

Des retail-parks pour dynamiser les centres commerciaux

Depuis le début de l'année, 300 000 m² de retail parks sont nés, comme l'Aren'Park » de Cergy. Les retail parks attirent donc toujours les opérateurs. Autre phénomène observé, les propriétaires de centres commerciaux développent des retail parks à proximité de leurs actifs en vue de les renforcer comme « Cap Saran » de Carmila.

POINTS DE VUE



Les incertitudes qui pèsent sur le retail devraient profiter aux investisseurs avertis. Le paysage mouvant du retail et l'absence de visibilité n'est pas de nature à rassurer les investisseurs : liquidations

ou fermetures pour certaines enseignes, tests de nouveaux concepts pour d'autres...

Pour autant, nous restons convaincus au sein du Groupe Strauss que le commerce physique a encore de beaux jours devant lui, tant en périphérie qu'en centre-ville. Il nous semble cependant que le commerce a tendance, plus encore qu'hier, à se consolider sur les pôles ayant une taille critique : soit au sein des zones majeures, souvent historiques d'ailleurs (ex : La Patte d'Oie d'Herblay, La Croix Blanche, Plan de Campagne...), soit au sein des centres-villes des principales métropoles, soit dans une moindre mesure dans des villes à fort attrait touristique ou particulièrement captives (ex : Saint-Tropez, Biarritz...). Ainsi, nous n'hésitons pas dans ces « pôles leaders » à nous positionner sur des locaux vacants ou avec des taux faibles lorsque l'upside est important.

Une chose est certaine, cet environnement de plus en plus complexe devrait profiter aux investisseurs avisés, agiles et capables de prendre des risques. »

Laurent Strauss,
directeur du Développement du Groupe Strauss



Le commerce a de la chance, c'est une matière vivante. Les enseignes doivent s'adapter, mutation ou révolution ! Il y a dix ans, les rendements, la croissance, les footfall étaient au rendez-vous. Les taux

d'effort observés en périphérie étaient en moyenne de 6-7 %. Aujourd'hui dans certaines zones périphériques, ils ont dépassé la barre des 10%. Les causes de cette décroissance sont nombreuses : baisse du trafic, augmentation des charges (ex : hausse de la taxe foncière à la charge des preneurs), e-commerce, concurrence étrangère...

Depuis 7-8 ans, le monde des enseignes est en ébullition, questionnements et remises en question. Certaines ont revu leur feuille de route : arbitrages, transferts des magasins, optimisation des réseaux physiques de vente et les coûts (ex : renégociation des loyers). En périphérie, bon nombre d'enseignes ont optimisé leurs surfaces. A l'inverse, dans les centres commerciaux, des enseignes connotées très populaires font leur entrée.

Un défi pour les développeurs d'enseignes et les foncières afin d'appréhender un nouveau consommateur et tenter humblement d'anticiper les nouveaux espaces commerciaux de demain... sous toutes ses formes. Un vrai challenge auquel tous les acteurs se doivent d'être inventifs et audacieux !

Pascal Franceschi,
fondateur de Franceschi-Advisor