

Conférence de presse - le 19 février 2008

Immobilier commercial 2008

Libérés, les m²...

8,2 millions de m² commerciaux sont actuellement en projet, en France, au travers de quelques 625 opérations répertoriées. 2008 confirme donc le constat qui s'était imposé l'an passé : le marché dépasse à présent les niveaux enregistrés dans les années 1990.

Ce dynamisme change la donne pour les enseignes du commerce spécialisé. La prise de risque est de plus en plus grande pour ces entreprises qui doivent savoir détecter les actifs de qualité, pérennes, dans un marché immobilier qui suit une logique financière, déconnectée parfois de toute réalité économique.

Sur quel site choisir de s'implanter quand un territoire compte de nombreux projets concurrents ? La sécurisation des investissements des commerçants est de plus en plus fragile et aléatoire.

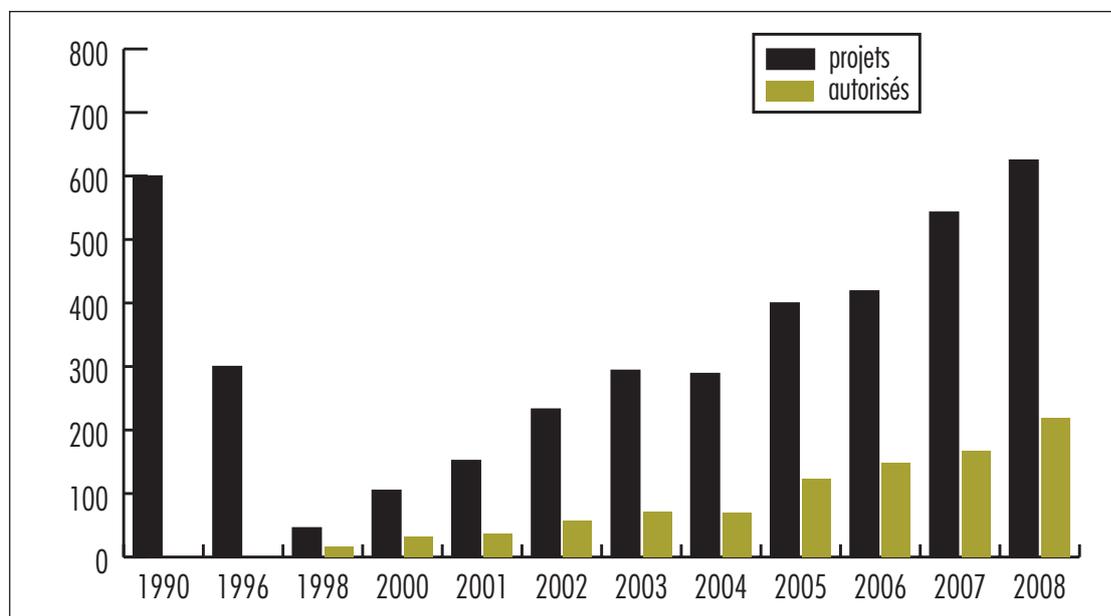
Sur les 8,2 millions de m² en projets, à peine 1 million est consacré aux projets de centre-ville.

Ces sites perdent du terrain, en valeur absolue et en poids relatif par rapport au volume global de projets. Cette tendance apparaît parfaitement logique aux regards de critères d'investissement financier : les opérations de centre-ville sont extrêmement longues, coûteuses et complexe. Il faut en moyenne 10 à 15 ans pour les mener à bien, contre 3 à 5 ans pour un parc de périphérie.

On peut toutefois s'étonner de cette tendance au « tout périphérique », qui va à l'encontre des politiques prônées en aménagement du territoire : consommation modérée d'espace, densification urbaine, limitation de la voiture...

Il s'agit de ne pas perdre de vue que si le commerce est un actif immobilier, au même titre que les bureaux, les entrepôts, les plates-formes logistiques... à la différence de ces derniers, il est aussi un outil d'aménagement du territoire et remplit une fonction sociale d'animation de la ville.

Evolution du nombre de projets commerciaux en France



	2008		2007		2006	
	Nbre de projets	Surface (m ²)	Nbre de projets	Surface (m ²)	Nbre de projets	Surface (m ²)
Nbre de projets	625	8.221.640	543	7.140.819	419	5.374.766
<i>Dont autorisés</i>	<i>219</i>		<i>169</i>		<i>148</i>	
Centre-ville						
Centres commerciaux	133	1.041.306	114	1.066.841	90	828.870
Gares	15	50.125	13	63.413	13	55.990
Périphérie						
Centres commerciaux	177	2.424.208	150	1.994.491	126	1.669.618
PAC	266	4.141.863	238	3.590.322	161	2.482.973
Loisirs	16	248.980	13	198.153	15	257.116
Magasins d'usine	18	315.158	15	227.599	5	80.200

DÉTAIL PAR SECTEURS

Centre-ville

La reprise des opérations de centre-ville constatée en 2007 n'aurait-elle été qu'un phénomène éphémère ? En 2008, ces opérations reculent très légèrement en volume, même si le nombre de projets progressent. Toutefois, les créations de centre commercial de centre-ville, qui représentaient près de 20 % des projets l'année dernière perdent du terrain (15 % des projets cette année).

Le contexte électoral (élections municipales) peut en partie expliquer cette tendance : on ne lance pas de nouvelles opérations en fin de mandat.

Il est vrai, aussi, que 2007 et 2008 voient l'aboutissement de nombreux projets de centre-ville, lancés des années auparavant.

► **Détail des projets 2008**

Créations	85	<i>dont 27 autorisés</i>
Autres*	48	<i>dont 9 autorisés</i>
TOTAL	133	<i>dont 36 autorisés</i>
	1.041.306 m²	

* *extension, transfert, rénovation*

Ouvertures 2007**	Aix-en-Provence : les Allées provençales (Prix Prococos 2008) Angoulême : Champs de Mars Arcueil : La Vache Noire Lille : Espace Béthune
-------------------	---

Ouvertures 2008**	Saint-Nazaire : Ruban Bleu Lorient : Espace Nayel Strasbourg : L'Aubette
-------------------	--

** *Opérations les plus significatives*

Périphérie

443 projets de périphérie sont recensés en 2008.

La nouveauté est que la majorité de ces projets concernent des opérations de confortation de pôles existants. Promoteurs et gestionnaires entretiennent et valorisent leur patrimoine. Le nombre de créations de pôles progresse toutefois : 62 projets cette année contre 50 en 2007, soit 1,4 million de m².

les parcs d'activité commerciale s'octroient toujours la part du lion, avec 266 projets totalisant plus de 4 millions de m² (50 % du total des projets). En 2001, cette typologie de projets représentait moins de 8 % du volume global.

> **Détail des projets**

	Centres commerciaux	Parcs d'activités commerciales
Créations	62 <i>dont 28 autorisés</i>	136 <i>dont 33 autorisés</i>
Autres*	115 <i>dont 62 autorisés</i>	130 <i>dont 50 autorisés</i>
TOTAL	177 <i>dont 90 autorisés</i>	266 <i>dont 83 autorisés</i>
	2.424.208 m²	4.141.863 m²

* extension, transfert, rénovation

Centres commerciaux	Ouvertures 2007**	Bordeaux Le Lac (extension) Vélizy 2 (rénovation) Orléans : Carrefour Saran (extension)
	Ouvertures 2008**	Tours : l'Heure Tranquille (création) Strasbourg : Rive Etoile (création)
PAC	Ouvertures 2007**	Family Village Aubergenville (création) Hénin Beaumont : Maison + (création) Marne la vallée : Clos du Chêne (création)
	Ouvertures 2008**	Melun : Cité du Meuble et de la Maison (extension-rénovation) Brest : les Portes de Guipavas (création) Rennes Opéra Pacé (extension)

** Opérations les plus significatives

La France et le marché européen

> Les projets par pays et évolution 2007/2008*

<i>Nbre de projets</i>	<i>2007</i>	<i>2006</i>	<i>2005</i>	<i>2004</i>	<i>2002</i>
France	543	410	400	288	223
Italie	179	185	161	131	85
Espagne	186	164	170	228	138
Pologne	175	134	99	113	136
Allemagne	76	73	68	74	119
Grèce	18	13	11	14	12

* Données internationales publiées pour le Mapiç 2007

Source : **eurelia**  **PROCOS**

La France reste le marché le plus important (35 % des projets recensés)... et le plus actif : une augmentation de plus de 40 % du nombre de projets en 5 ans, ce qui peut surprendre sur un marché aussi mature.

> Italie

Une année 2007 correcte, mais qui n'est pas la meilleure année des enseignes. Le segment moyen-haut de gamme s'en sort bien, car il bénéficie d'un effet de niche. Le coût du loyer (périphérie et centre-ville) pose problème, pour les nouveaux entrants comme pour les plus « anciens ».

2008 pourrait marquer un ralentissement des ouvertures des adhérents en centre commercial, les projets concernant pour la plupart des villes moyennes, sans garantie de succès.

L'Italie reste néanmoins un marché intéressant.

> Espagne

L'Espagne, après des années de forte croissance néanmoins marquée par une inflation forte, semble connaître de profondes difficultés.

Le premier semestre avait été bon pour les adhérents. Les difficultés ont commencé à apparaître au mois d'août. Novembre et décembre en général ont été catastrophiques. Néanmoins les chiffres d'affaires de nos adhérents auraient progressé, en comparable, dans une fourchette de 0 à + 5 %. Il est clair que dans la masse des projets, les choix seront sévères et la négociation des loyers plus aisée pour les enseignes.

» **Allemagne**

Une année 2007 plutôt favorable, en dépit du manque à gagner généré par la hausse de TVA. De nombreux adhérents étudient de nouveau ce marché du fait des ouvertures à venir des galeries de centre-ville, qui permettront l'accès à des rues n° 1 sinon inaccessibles en termes de loyers.

2008 sera une année test pour certains. LA grande interrogation reste la rentabilité des réseaux étant donné le niveau très élevé des loyers.

» **Pologne**

Bien que la Pologne soit un pays prioritaire pour les adhérents, les plans de développement pourraient malheureusement ralentir du fait du niveau de loyer : les projets concernent les régions, avec des prix jugés « déraisonnables » ; certains adhérents refusent d'ouvrir à ces niveaux de loyers.

Annexes

> La méthodologie de l'étude

Les résultats de cette étude sont issus de la base de données Procos sur les projets commerciaux.

Par projets commerciaux sont considérées toutes les opérations structurantes d'aménagement ou de promotion comprenant une programmation commerciale, répertoriées en France et situées sur des zones de chalandise suffisamment grandes pour intéresser des enseignes nationales (50.000 habitants minimum).

Elle répertorie les opérations supérieures à 1.000 m² pour des opérations de centre-ville, 5.000 m² pour des opérations de périphérie (3.000 m² pour une extension)

Il s'agit d'une base de données prospective puisqu'elle recense les projets très en amont et non pas uniquement lors de leur passage devant les Commissions départementales d'Equipeement Commercial.

Cette base de données est quotidiennement mise à jour à travers des contacts avec les promoteurs, collectivités locales, organismes consulaires, sociétés d'aménagement et une veille presse.

> Evolution des projets commerciaux

	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001
Nbre de projets	625	543	419	400	289	293	239	152
Dont autorisés	219	169	148	123	70	72	49	37
Projets de centre-ville	133	114	90	101	79	65	58	46
Périphérie : Projets de centres commerciaux	177	150	126	129	90	99	73	68
Périphérie : Parcs d'activités commerciales	266	238	161	130	90	88	61	13
Loisirs	16	13	15	19	16	21	29	22
Gares	15	13	13	13	9	9	18	4
Magasins d'usine	18	15	5	8	5	11	6	2

Conférence de presse - le 19 février 2008

Conjoncture 2007

Pour l'année 2007, les enseignes du commerce spécialisé enregistrent une progression de 3,1 % par rapport à 2006 (à magasins comparables).

Ces résultats sont sur la tendance enregistrée en 2006 (+ 3,5 %).

L'année 2007 a été marquée par deux périodes : les 3 premiers trimestres ont laissé augurer d'un très bon exercice 2007 (hors le très mauvais mois de mai), malheureusement terni par deux mois très difficiles en novembre et décembre.

En novembre, les enseignes du commerce spécialisé, principalement implantées dans les grands centres urbains ont été sur impactées par les grèves.

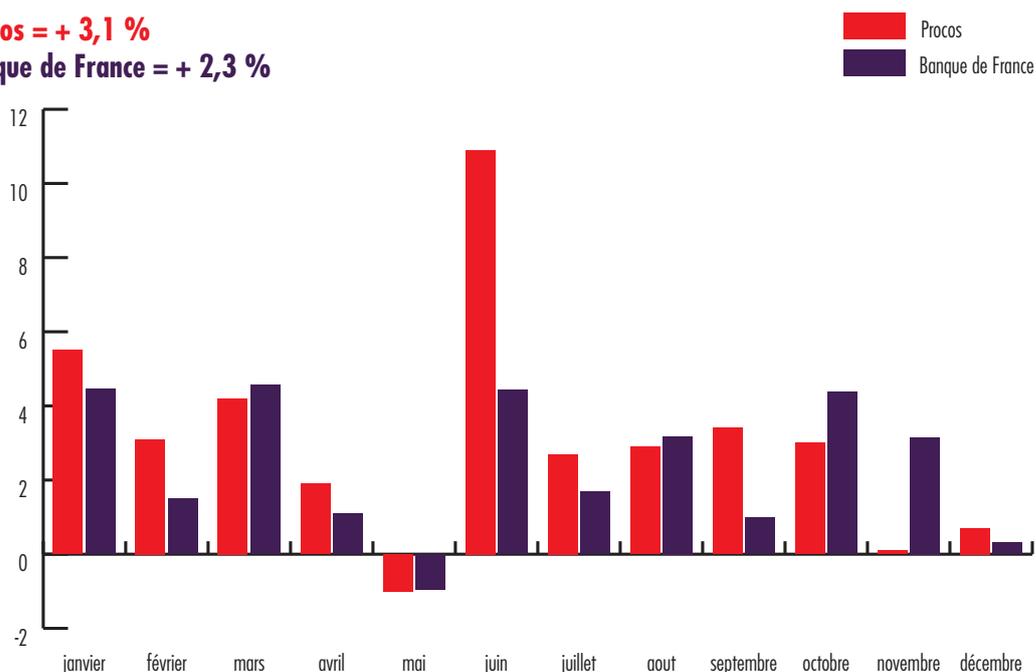
Décembre et les fêtes de fin d'année ont été très décevants, les enseignes évoquant la « morosité des consommateurs créée par la polémique sur le pouvoir d'achat ».

Malgré cette « déception », les enseignes du commerce spécialisé ont ouvert plus de **1.100 points de vente** (créations nettes) et ainsi permis la création de **plus de 20.000 emplois** pour l'année 2007.

Ces tendances, sauf fort ralentissement économique ou autre problème majeur, devraient se poursuivre sur 2008.

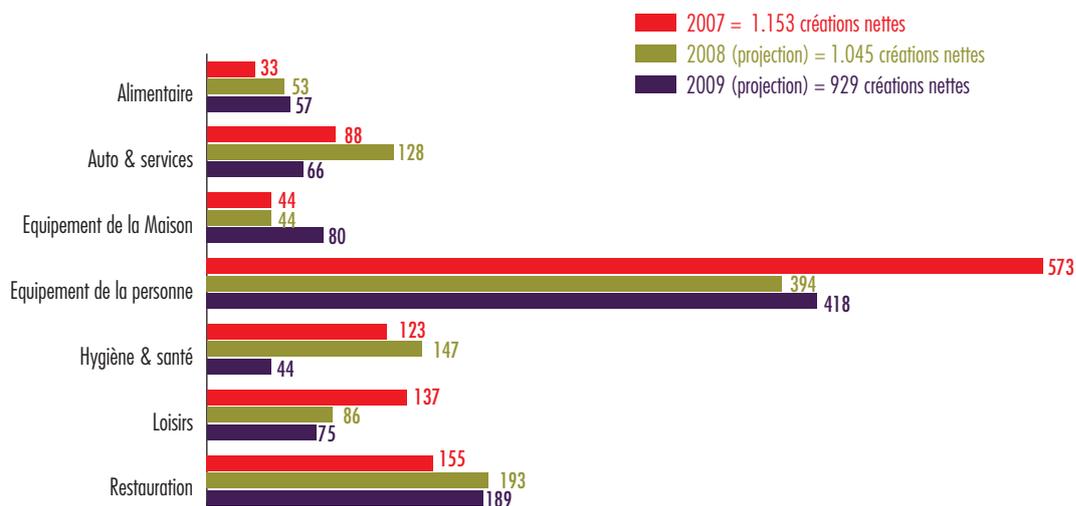
Procos = + 3,1 %

Banque de France = + 2,3 %

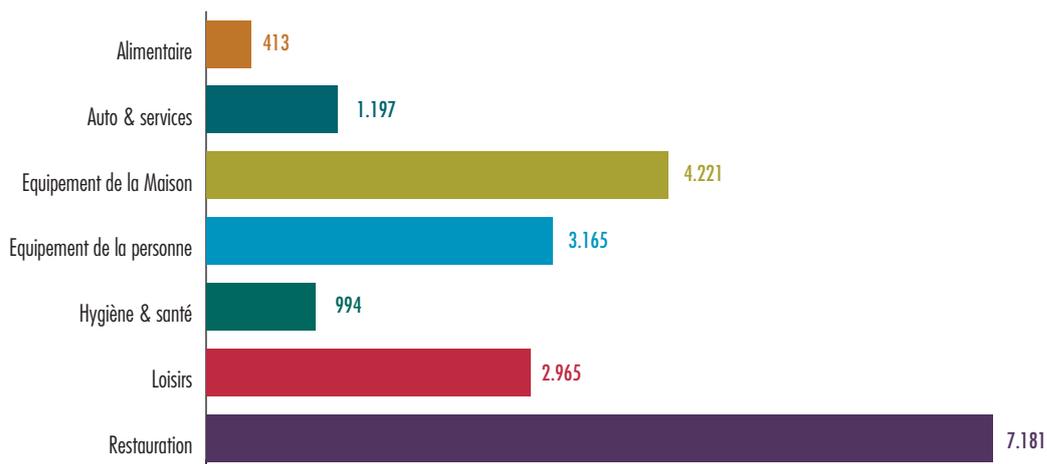


Ouvertures 2007 (créations nettes) et projection 2008/2009

(créations nettes = ouvertures - fermetures)



Plus de 20.000 emplois créés en 2007



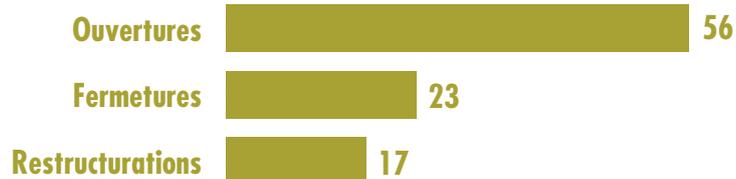
DÉTAIL PAR SECTEURS

» Alimentaire spécialisé

Création d'emplois



Evolution Réseau 2007



Développement (ouvertures brutes)



Dans l'ensemble, l'année a été bonne pour les adhérents de l'alimentaire spécialisé.

Les adhérents sont confiants dans les perspectives d'avenir, avec une accélération prévue des ouvertures sur 2008.



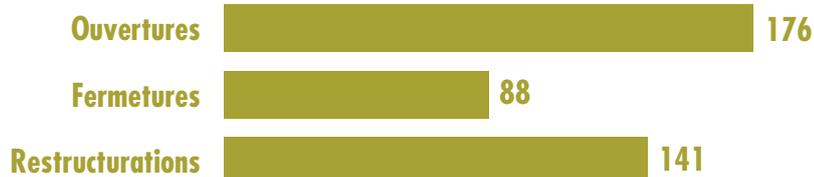
► Services

(Services à la personne, téléphonie, automobile)

Création d'emplois

1.197

Evolution Réseau 2007



Développement (ouvertures brutes)



En téléphonie, les enseignes profitent toujours du très grand dynamisme du marché.

Les enseignes des services à la personne (pressing, cordonnerie, réparation, fleurs) sont toutes sur une tendance positive et font état d'un véritable regain des consommateurs pour les services de proximité.

En automobile, les conditions météo du 1er semestre n'ont pas favorisé l'activité des services.

Ce secteur est un contributeur important en termes de créations d'emplois et de points de vente, un fait lié principalement aux enseignes de téléphonie.



► Equipement de la maison

(décoration, meubles, arts de la table, bricolage, jardinerie, cuisinistes, électroménager, revêtements sols et murs)

Création d'emplois

4.221

Evolution Réseau 2007



Développement (ouvertures brutes)



La très grande majorité des adhérents a connu un bel exercice 2007. Le marché est tiré par le dynamisme du meuble (« *la plus belle année depuis 30 ans* » selon l'Ipea), l'attrait des consommateurs pour la décoration de leur intérieur, l'engouement médiatique autour de la déco (presse, émissions télé), sans compter la Coupe du Monde de Rugby qui, après la Coupe de Monde de Foot en 2006, a « dopé » les ventes de produits techniques.

Seule la jardinerie, qui n'a pas bénéficié de conditions météo favorables est un peu à la traîne, enregistrant une très légère progression tout de même.

L'équipement de la maison est un des secteurs qui a créé le plus d'emplois en 2007.



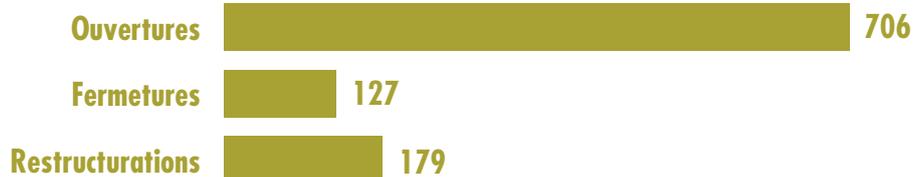
► Equipement de la personne

(Accessoires, chaussures, lingerie, homme, femme, enfant, mixte)

Création d'emploi

3.195

Evolution Réseau 2007



Développement (ouvertures brutes)



Le secteur est toujours fragile et les résultats ont été très contrastés d'une enseigne à l'autre, et d'un segment à l'autre :

- En chaussures, les enseignes d'entrée de gamme semblent avoir connu un meilleur exercice que les enseignes positionnées en moyenne gamme et en centre-ville,
- En accessoires et bijouterie, les résultats sont bons mais la progression en valeur peut aussi en partie s'expliquer par une hausse des prix liée au coût des matières premières. Par ailleurs, les chaînes spécialisées sont de plus en plus concurrencées par l'offre « accessoires » développée par les enseignes généralistes.
- En textile mixte, la quasi-totalité des adhérents est sur une évolution positive, supérieure au marché (+ 1,7 % selon le CTCOE).
- Le marché de l'enfant retrouve un peu de vigueur (+ 3,3 % selon CTCOE), évolution que l'on retrouve chez les adhérents Procos
- Même constat chez l'homme. 2007 sera une bonne à très bonne année pour la plupart des adhérents.
- Le secteur femme a, en revanche, connu une année 2007 difficile. Les résultats des enseignes Procos affichent une très grande amplitude (- 10 % à + 15 %).
- En lingerie, les enseignes ont enregistré de très légères progressions.



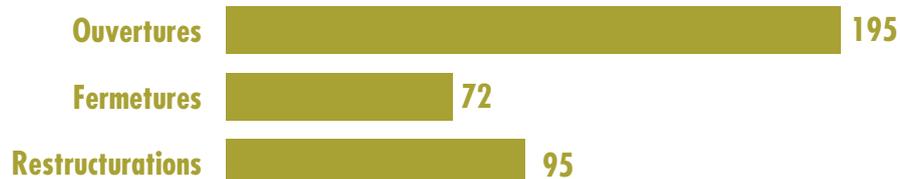
► Hygiène-Santé-Beauté

(Coiffure, optique, parapharmacie, parfumerie, institut)

Création d'emplois

994

Evolution Réseau 2007



Développement (ouvertures brutes)



En coiffure, l'année a été bonne pour l'ensemble des adhérents. Le changement de comportement du consommateur remarqué en 2006 se confirme avec un espacement des visites.

En optique, toutes les enseignes sont sur des évolutions positives. Le projet de déremboursement total par la sécurité sociale inquiète toutefois fortement le secteur.

En parfumerie et soins, 2007 a également été une bonne année pour les adhérents.



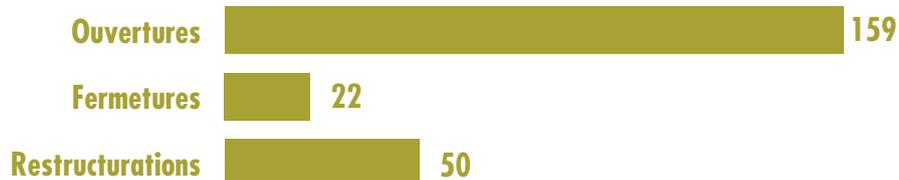
» Culture-Loisirs

(culture, sport, jouets, loisirs)

Création d'emplois

2.965

Evolution Réseau 2007



Développement (ouvertures brutes)



A quelques exceptions (jeux vidéos, avec une croissance exceptionnelle), les enseignes ont enregistré des progressions plutôt moyennes, dues au manque de dynamisme, voire aux fortes régressions (musique) que les marchés connaissent.

Le rythme d'ouvertures de points de vente est toutefois resté dynamique et supérieur à 2006. Ce secteur a par ailleurs créé près de 2.000 emplois.



► Restauration

(restauration rapide, à thème, sandwicherie, cafétérias, pizzeria)

Création d'emplois

7.181

Evolution Réseau 2007

Ouvertures 194

Fermetures 39

Restructurations 242

Développement (ouvertures brutes)

2008 216

2009 193

La quasi-totalité des adhérents enregistre une bonne progression de chiffres d'affaires.

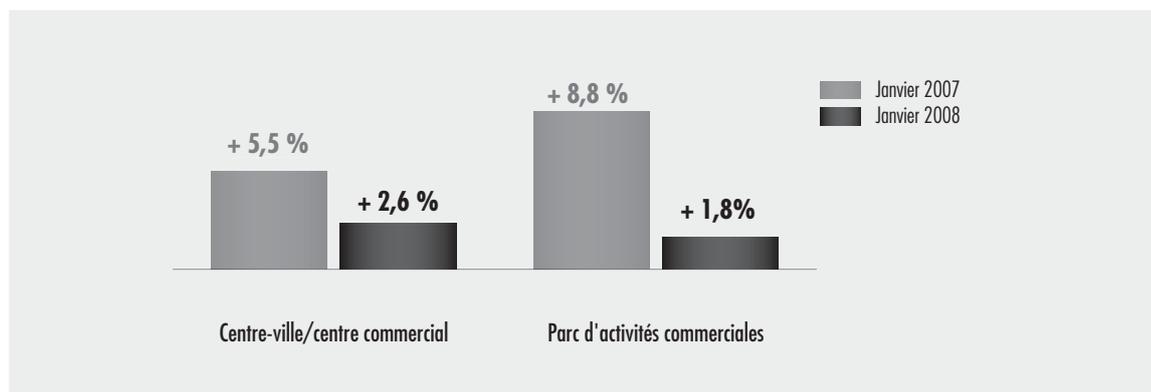
La Coupe de Monde de Rugby et ses supporters à bon pouvoir d'achat ont favorisé la restauration à thème. En revanche, l'interdiction de fumer dans les centres commerciaux a pu impacter de nombreuses enseignes, sans pour autant remettre en cause une progression globale de leurs résultats.

La restauration, avec près de 200 ouvertures cette année, est le secteur le plus créateur d'emplois.



Panel janvier 2008

Démarrage correct pour le commerce spécialisé



Le panel est établi à partir des variations de chiffre d'affaires par rapport à l'année précédente, à périmètre comparable.

En janvier 2008, les boutiques de centre-ville et centre commercial enregistrent une progression de 2,6 % de leur chiffre d'affaire, par rapport à janvier 2007.

Les moyennes surfaces des parcs d'activité commerciale de périphérie s'établissent à 1,8 %.

Il est à signaler que janvier 2007 avait été un mois excellent (+ 5,5 % pour les boutiques et 8,8 % pour les moyennes surfaces). L'effet historique est donc important.

La restauration, l'équipement de la maison et l'équipement de la personne sont en progression. Cependant, les résultats des enseignes textile sont toujours très disparates. La campagne des soldes d'hiver a donc très diversement profité aux adhérents.

L'Hygiène/Santé/Beauté est étal.

La période a été plus difficile pour le secteur des loisirs, qui accuse une baisse sur le mois.

Contacts presse

Procos

Aude Le Vaillant
Tél. 01.44.88.95.60
aude.levaillant@procos.org

Procos, fédération pour l'urbanisme et le développement du commerce spécialisé, représente 210 enseignes du commerce spécialisé - près de 29.800 points de vente
384.890 emplois - 55,0 milliards d'euros de chiffres d'affaires
soit 35 % du commerce spécialisé français

Conférence de presse - le 19 février 2008

2008 : le commerce au coeur de l'actualité

➤ Un nouvel indice pour les baux commerciaux

Le 20 décembre 2007, un accord interprofessionnel entre les principaux représentants des commerçants et des propriétaires bailleurs a institué un nouvel indice pour les baux commerciaux. Ce dernier, l'Indice des Loyers Commerciaux (ILC), se substitue à l'Indice du Coût de la Construction dont les dérapages (+ 32 % en cinq ans) et le caractère erratique, apparaissaient totalement déconnectés des réalités économiques du monde du commerce et de l'immobilier commercial.

L'ILC correspond à la somme pondérée d'indices représentatifs, publiés par l'INSEE, dans les proportions suivantes :

ILC = 50 % Indice Prix Consommation + 25 % Indice Chiffre d'Affaires du Commerce + 25 % Indice du Coût de la construction.

Il a pour vertu de diluer les hausses erratiques de l'ICC par l'application d'un lissage des 3 indices retenus (moyenne sur 12 mois).

L'Indice des Loyers Commerciaux s'applique depuis le 9 janvier 2008.

Malgré la bonne volonté de la plupart des parties, un certain nombre de blocages persiste dans la généralisation de l'application de cet indice. La Fédération Prococos et les signataires de l'accord œuvrent donc pour le vote d'un texte de loi rendant légalement obligatoire l'Indice des Loyers Commerciaux.

Néanmoins, l'ILC calculé à la date du 9 janvier 2008 ressort à 2,41 %. Il est d'ores et déjà retenu par locataires et propriétaires. Il peut s'appliquer moyennant l'introduction d'une clause de précaution permettant l'attente du vote de la loi.



► Quelle réforme pour l'Urbanisme commercial ?

Depuis plusieurs mois, les règles de l'urbanisme commercial en France sont remises en question : la Commission Européenne a adressé en décembre 2006 à la France un avis motivé lui enjoignant de modifier sa réglementation concernant l'implantation des surfaces commerciales ; la Commission Attali et le Conseil de la Concurrence viennent de préconiser, au nom de la croissance, de l'emploi et du pouvoir d'achat, l'abandon des lois Royer (1973) et Raffarin (1996). Cette remise en question pourrait trouver son aboutissement dans le projet de loi de modernisation de l'économie, prévu pour le premier semestre 2008.

La Fédération Procos préconise de réformer la réglementation existante, plutôt que de l'abroger purement et simplement, afin de répondre aux nouveaux enjeux de l'urbanisme et du commerce.

L'encadrement de l'urbanisme commercial est un atout, et non un handicap. Le marché de l'immobilier commercial est mature mais reste très dynamique (8,2 millions de m² en projet...) et les équilibres entre les formes de commerce restent fragiles. Une dérégulation aurait un impact négatif sur l'emploi et la croissance (baisse de la rentabilité, concentration des entreprises, réduction du nombre de commerçants en particulier dans les centres-villes et les quartiers...)

L'équilibre entre aménagement du territoire et impact économique doit être trouvé.

Un outil d'analyse et de régulation reste nécessaire, afin de dresser l'état des lieux complet de l'équipement commercial.

Par ailleurs, les procédures d'autorisation doivent garantir un rôle prépondérant aux élus locaux, tout en restant à l'écoute des commerçants.

► Le Droit de préemption urbain à l'épreuve de la réalité

Le Droit de Préemption des Communes sur les fonds artisanaux, fonds de commerce ou baux commerciaux, a été instauré par la Loi en faveur des petites et moyennes entreprises du 2 août 2005.

Dans l'esprit de la loi, il s'agit de sauvegarder le commerce et l'artisanat de proximité.

Le décret d'application a été publié le 26 décembre 2007.

La Fédération Procos est tout à fait favorable à ce nouvel outil, mis à disposition des villes. Ces dernières doivent avoir les moyens d'agir sur les quartiers, les centres-villes, des sites très complexes, afin de favoriser la diversité commerciale et en particulier le maintien des métiers de bouche.



Toutefois, la Fédération estime que le Droit de Préemption doit être mis en œuvre avec la plus grande prudence, afin de ne pas « gâcher une bonne idée ». La réserve principale porte sur les moyens humains, techniques et financiers qui peuvent être dégagés par les collectivités locales : ces dernières n'ont pas nécessairement l'expérience pour gérer et commercialiser un patrimoine d'immobilier commercial.

➤ L'ouverture dominicale

Réactivée par la Commission Attali, la libéralisation de l'ouverture dominicale des commerces est une idée régulièrement avancée : elle favoriserait la croissance, créerait des emplois supplémentaires et simplifierait la vie des consommateurs.

Le commerce ameublement vient par ailleurs d'obtenir un assouplissement de ses conditions d'ouverture dominicale.

La Fédération Procos s'oppose, sauf changement ou évolution de l'ensemble des pratiques du monde du travail, et d'une façon plus générale, du rythme de fonctionnement de notre société, à une libéralisation excessive, qui se ferait aux dépens des équilibres urbains, commerciaux et sociaux.

