



**AT A GLANCE
T2 2022**

LE MARCHÉ DU COMMERCE EN FRANCE

UN SECOND TRIMESTRE 2022 EN CROISSANCE, MAIS REDOUTANT UN
RALENTISSEMENT DE L'ÉCONOMIE

+2,3%

PIB 2022

(Prévision BNP Paribas - Juin 2022)

+5,5%

2022

INFLATION

(Prévision BNP Paribas - Juillet 2022)

82

CONFIANCE DES
MÉNAGES 2022

(BNP Paribas - Juin 2022)

+2,1%

CONSOMMATION DES
MÉNAGES 2022

(Prévision BNP Paribas - Juillet 2022)

+5,2%

2022

INDICE DES LOYERS COMMERCIAUX

(Prévision BNP Paribas - Juillet 2022)

UN CONTEXTE ÉCONOMIQUE INCERTAIN

L'optimisme qui accompagnait le début d'année 2022 a été fortement dégradé par le variant Omicron, la guerre en Ukraine et une hausse incessante des prix.

Après un fort rebond en 2021 et une croissance à +7,0%, le PIB s'est légèrement contracté au premier trimestre mais devrait progresser de +2,3% sur l'année 2022, ralenti par les retombées économiques du conflit en Ukraine.

Malgré une dépendance en énergies fossiles plus faible que la moyenne européenne, la France devrait connaître une inflation inhabituellement haute cette année (+5,5% attendus) mais qui devrait retomber à partir de 2023.

En dépit du contexte économique et géopolitique incertain et des coûts en augmentation, les indices des directeurs d'achats restent positifs au deuxième trimestre 2022, portés par un taux de chômage au plus bas depuis plus de 10 ans : 7,1% au premier trimestre.

Les doutes liés à l'évolution de la guerre en Europe de l'Est, au rebond des cas de la COVID-19 et à l'inflation grimpanche pèsent sur la confiance des ménages. L'indice de confiance des ménages a baissé progressivement de 16 points sur les six premiers mois de l'année 2022 pour atteindre 82 en juin, son niveau le plus bas depuis 2013.

HAUSSE DE L'INDICE DES LOYERS COMMERCIAUX

Après un fort rebond de l'Indice des loyers commerciaux (ILC) ayant eu lieu en 2021, celui-ci se prolonge en 2022. Ainsi, sur un an, il augmente de 3,32% ; il pourrait augmenter de 5,2% au cours de l'année 2022.

Après des années de stagnation, un retour progressif à la hausse a été enregistré en 2017 et confirmé en 2018 et 2019. Cependant, le choc récessif en France (avec une chute du PIB et des ventes de commerce de détail) a entraîné une baisse de cet indice en 2020.

Pour les investisseurs, la croissance de ces indices signifie une hausse de leurs revenus locatifs. Pour les preneurs, cela signifie au contraire une hausse des loyers à payer.

APRÈS UN REBOND DU CHIFFRE D'AFFAIRES, CELUI-CI SE STABILISE

Le chiffre d'affaires du commerce de détail progresse de 10,9% au premier trimestre 2022 en glissement annuel, tandis qu'il progressait de 11,1% au quatrième trimestre 2021. Ce rebond puis cette quasi stagnation sont liés à la fin des restrictions sanitaires.

Toutefois, le contexte national et international pourrait peser sur les chiffres d'affaires au cours des prochains trimestres. Avec la hausse des prix, le choc de la demande va rencontrer le choc de l'offre provoqué par la stratégie zéro COVID-19 en Chine et la guerre en Ukraine.

Les retombées des mesures proposées par le gouvernement visant à préserver le pouvoir d'achat, préoccupation majeure des Français, sont attendues au cours des prochaines semaines.

HAUSSE DANS TOUS LES SECTEURS, NOTAMMENT DANS LA RESTAURATION

Comme durant le trimestre précédent, tous les secteurs voient leur chiffre d'affaires progresser au premier trimestre, bénéficiant de la fin des restrictions sanitaires.

Le secteur de la restauration croît de plus de 62%, récupérant des trimestres perturbés des années 2020 et 2021 par la COVID-19. Ce phénomène s'observe également pour le secteur de l'habillement, en hausse de près de 22%, après des mois de fermeture des commerces dits non essentiels ayant énormément impactés les chiffres d'affaires.

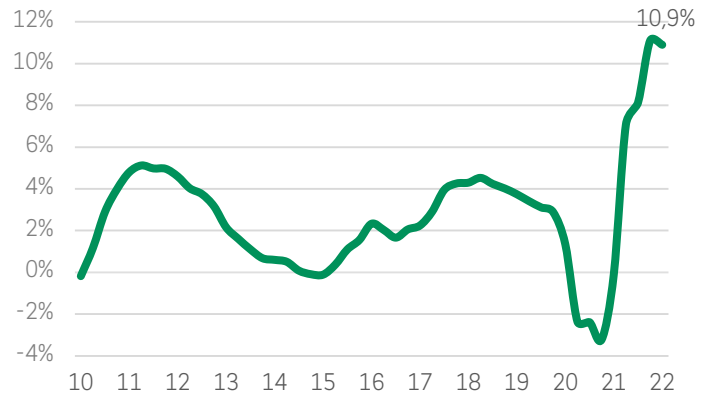
Les secteurs de la culture et des loisirs progressent encore de +17,4%, profitant des réouvertures des lieux associés.

LE E-COMMERCE TOUJOURS EN CROISSANCE

Au premier trimestre 2022, la Fevad rapporte un taux de croissance de 11,9% par rapport à la même période en 2021, au niveau des T1 précédant l'apparition de la COVID-19.

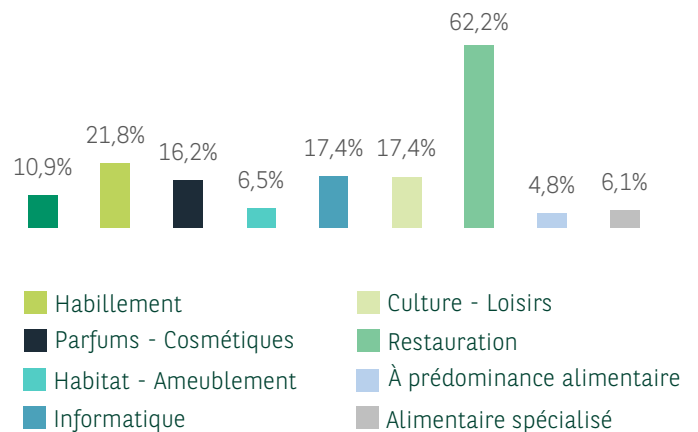
La vente à distance a généré un total de 32,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires sur les trois premiers mois de 2022, supérieure à la moyenne trimestrielle des 5 dernières années. Ce chiffre d'affaires est réparti sur plus de 520 millions de transactions, un record pour un T1, et un panier moyen de 62 euros, en hausse ; cette augmentation s'explique par l'augmentation des ventes de services, redevenus majoritaires et représentant 56% du chiffre d'affaires du e-commerce. Cette hausse est étroitement liée aux rebonds du tourisme et des activités de spectacles.

Chiffre d'affaires du commerce de détail
Taux de croissance en valeur au T1 2022 (glissement annuel)



Source : Insee

Chiffre d'affaires du commerce de détail
Taux de croissance en valeur au T1 2022 (glissement annuel)



Source : Insee

Chiffre d'affaires du e-commerce
Taux de croissance en valeur au T1 2022 (données trimestrielles)



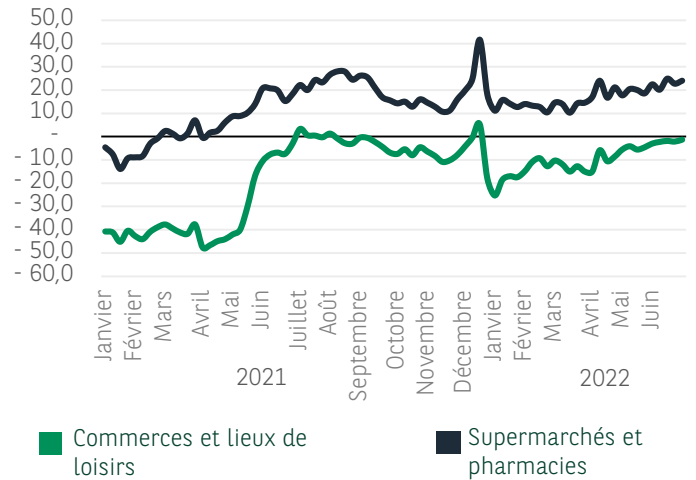
Source : Fevad

RETOUR À LA NORMALE DES NIVEAUX DE FRÉQUENTATION

Depuis le début de l'année 2022, la fréquentation dans les commerces et lieux de loisirs augmente progressivement pour revenir à son niveau d'avant crise sanitaire, période de référence pour Google mobility.

À noter cependant le caractère peut-être saisonnier de cette amélioration, avec une météo estivale ayant pu impacter favorablement les lieux de loisirs. Google constate toutefois que l'écart entre la fréquentation constatée dans les commerces et les lieux de loisirs reste stable.

Évolution du nombre de visiteurs
Sept jours glissants, par rapport à la période de référence (début 2020)



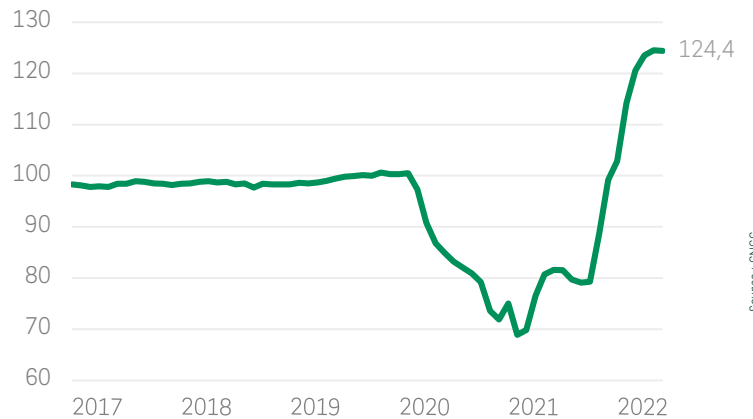
Source : Google mobility report

UNE FRÉQUENTATION DES CENTRES COMMERCIAUX EN NETTE HAUSSE

La reprise de la fréquentation dans les centres commerciaux se confirme au second trimestre, en l'absence de restriction sanitaire. Ainsi, l'indice de la fréquentation est en hausse de 5,6% entre 2021 et juin 2022. À voir toutefois au cours des prochains mois quel sera l'impact de l'inflation sur la fréquentation des centres commerciaux.

Il est à noter cependant que la fréquentation observée entre les mois de janvier et juin 2022 demeure inférieure de -15,6% à celle constatée entre les mois de janvier à juin 2019.

Indice de fréquentation des centres commerciaux sur 12 mois glissants
Ensemble du panel du CNCC



Source : CNCC

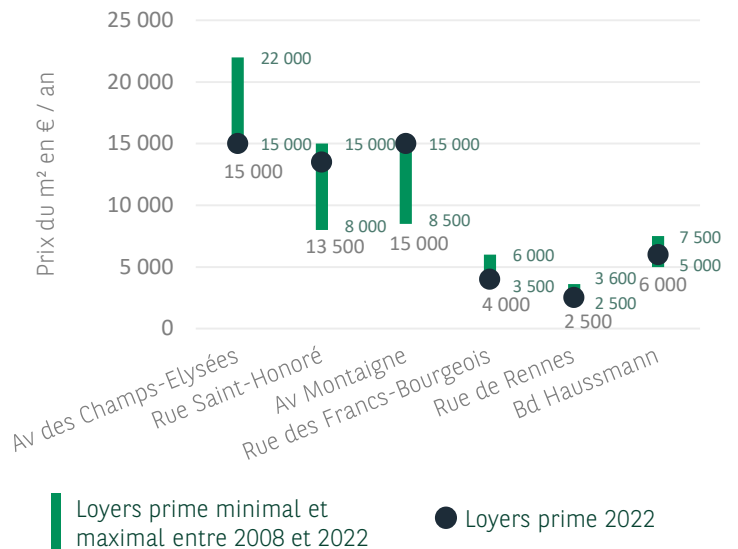
LES LOYERS PRIME PARISIENS TIRÉS VERS LE HAUT PAR LES ARTÈRES COMPORTANT DES ENSEIGNES DE LUXE

Les loyers prime sur les Champs-Élysées ont baissé au cours des dernières années pour atteindre un minimum historique de 15 000 € le m², malgré un retour des visiteurs et un doublement de la fréquentation mensuelle moyenne.

Sur certaines artères, certaines enseignes exercent un rôle de locomotive et entraînent avec elles d'autres marques, poussant les loyers prime à la hausse. On peut citer le cas de Dior sur l'Avenue Montaigne.

La rue Saint Honoré voit quant à elle ses loyers prime monter à 13 500 € / m², tirés vers le haut à proximité de l'intersection de la rue de Castiglione, tandis que le secteur de la rue menant à la Place Colette est moins cher.

Les loyers prime sur 6 axes importants de Paris
En € / m²



Source : BNP/PRÉ

La mairie de Paris souhaite appliquer strictement le droit de l'urbanisme face aux dark stores

La mairie de Paris souhaite appliquer strictement le droit de l'urbanisme face aux dark stores, et ce dès juillet. Ces dark stores sont de petits locaux, situés en centres-villes, utilisés comme des bases logistiques pour les entreprises du « quick commerce » permettant de livrer à domicile, en moins de 15 minutes et à tout moment, des clients habitués depuis l'apparition de la COVID-19 à se faire livrer et à moins sortir. Le quick commerce capte 1/4 du marché parisien de la livraison à domicile de produits alimentaires, et 12% en France.

On compterait une centaine de ces dark stores à Paris. Ces locaux sont considérés comme des entrepôts par la municipalité, le PLU de Paris interdisant la présence d'entrepôts à proximité des zones d'habitation. Néanmoins, plus de la moitié d'entre eux sont situés dans d'anciens locaux commerciaux, certains implantés à la place de commerces liquidés suite à la pandémie et ses conséquences économiques. Ce type d'activité est critiqué par la mairie et des riverains car génère des nuisances, notamment sonores, de par les allers-retours ininterrompus des livreurs et les regroupements devant les immeubles, mais également puisque cela nuit à la vie de quartier en empêchant l'implantation de commerces de proximité et en réduisant l'animation.

Pour agir et tenter de limiter le phénomène, la municipalité souhaite mettre en place une pénalité de 25 000 € maximum par dark store.

De nouveaux enjeux pour redynamiser l'activité commerciale des villes moyennes

Les villes moyennes retrouvent depuis quelques années de l'attractivité, pour des raisons à la fois conjoncturelles (crise sanitaire) et générales (tendance de fond, métropoles saturées, etc.). En effet, la qualité de vie de cette catégorie de communes ainsi que leur accessibilité sont plébiscitées par les Français. Ainsi, le volume des ventes immobilières dans les EPCI bénéficiaires du programme national Action Cœur de Ville a augmenté de près de 21% depuis 2018, notamment dans les couronnes, initiant un cercle vertueux touchant le commerce, l'économie, l'animation, etc.

Lancé en 2018, le programme Action Cœur de Ville vise à améliorer les conditions de vie dans les villes moyennes exerçant des rôles de centralités, en favorisant notamment le développement des fonctions commerciales et résidentielles dans les centres-villes. Une dynamique s'est impulsée : les ventes immobilières progressent, de nouveaux habitants s'installent, des commerces se développent, etc. La vacance commerciale reste cependant au cœur des préoccupations. En mai 2022, Villes de France et CCI France ont souhaité unir leurs forces lors de l'AG de CCI France afin de redynamiser les cœurs de ville. Cette collaboration vise à construire « le renouveau économique et la relocalisation de l'activité productive », un des trois piliers de l'acte II du programme Action Cœur de Ville.

Parmi les enjeux identifiés :

- « le soutien à la transformation de l'activité commerciale dans les cœurs de ville » ;
- « la transformation numérique des commerces de proximité » ;
- « le développement équilibré du commerce face à l'émergence des dark stores et quick stores (magasins éphémères) » .

Avec l'inflation, les Français privilégient le hard discount

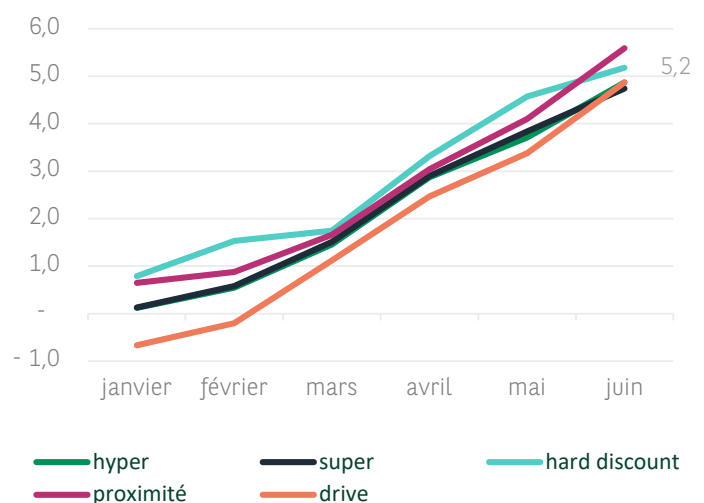
Le contexte actuel de hausse des prix impacte les habitudes de consommation alimentaire des Français qui sont à la recherche d'économies.

Ils espèrent faire des économies sur les besoins « secondaires » (sorties, vêtements, high tech, boissons, vacances, etc.), mais ne comptent pas faire d'économies sur les besoins « primaires », notamment dans les rayons alimentation et hygiène. 75% des Français souhaitent encore consommer des produits alimentaires sains et équilibrés, tentant alors de concilier consommation plus responsable et adoption néanmoins d'un comportement discount.

La fréquentation des boutiques bio et des commerces locaux est en baisse (épicerie de quartier, marchés, etc.) au profit des grandes surfaces, classiques ou proposant du hard discount. Les produits de premiers prix du hard discount sont les produits souffrant le plus de l'inflation après les produits provenant des enseignes de proximité (hausse de prix de +5,2% en juin contre +4,9% en moyenne pour l'ensemble des enseignes), mais restent les plus accessibles.

Une loi sur le pouvoir d'achat a par ailleurs été présentée le 7 juillet afin de répondre aux préoccupations des Français.

Inflation à 1 an - Evolution des prix en 2022 en fonction des enseignes
Les prix du hard discount en hausse de 5,2% en juin



UN EXCELLENT PREMIER SEMESTRE

Après un premier trimestre record, le marché du Commerce a poursuivi sur sa dynamique. Ainsi entre avril et juin, 1 milliard d'euros ont été investi en Commerce en France, portant le montant total du semestre à 2,5 milliards d'euros. Les investissements ont plus que triplé quand on compare le S1 2022 au S1 2021. Cette excellente performance permet au secteur de concentrer 20% des montants engagés en immobilier d'entreprise en France (contre 16% en moyenne sur les 10 dernières années).

Le marché est essentiellement porté par des acteurs français (82% des investissements). Cependant, au cours des six premiers mois de l'année, quelques fonds anglo-saxons se sont également positionnés sur des actifs commerciaux en France, à l'image de Tristan Capital Partners qui a acquis un portefeuille composé de six supermarchés Casino ou encore du fonds Ares Management Limited qui s'est porté acquéreur du portefeuille Fast.

TOUTES LES TYPOLOGIES DE COMMERCE À L'HONNEUR

On dénombre plus de 100 transactions signées depuis le début de l'année, contre moins de 70 au S1 2021. Parmi ces transactions, 6 dépassent les 100 millions d'euros.

La répartition des investissements par typologie de commerce est globalement équilibrée. Parmi les principales transactions :

- Le centre commercial Carré Sénart s'est vendu au 1er trimestre pour 450 millions d'euros ;
- Le portefeuille Olympe composé de 17 magasins Decathlon a été acquis par BNP Paribas REIM ;
- Le portefeuille Carmila, 45 000 m² de retail parks et de galeries commerciales, a trouvé preneur auprès de Batipart et Atland Voisin.

STABILISATION DES TAUX DE RENDEMENT "PRIME"

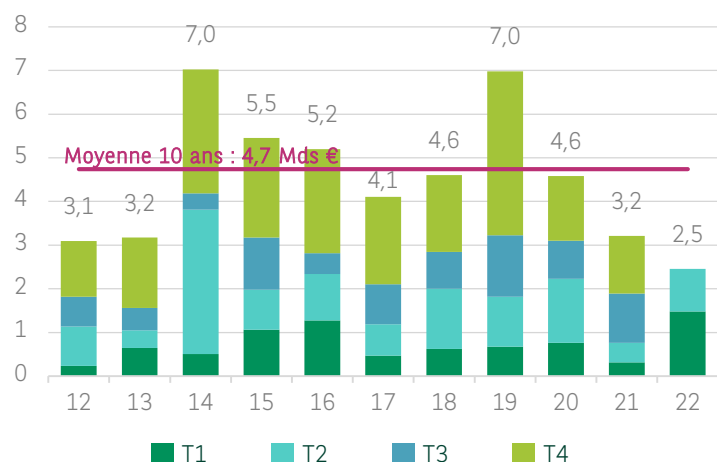
Avec la très forte hausse de l'OAT enregistrée ces dernières semaines, la prime de risque pour les actifs immobiliers s'est fortement réduite.

Contrairement aux autres classes d'actifs qui ont vu leurs taux se stabiliser ou se compresser davantage en 2020 et 2021, le Commerce a déjà vu ses taux se réajuster suite à la crise sanitaire. Ils pourraient donc rester stables dans les mois à venir.

Ainsi, sur le pied d'immeuble parisien, le taux « prime » tourne aujourd'hui autour des 3,20%. Les références de transactions « prime » en centre commercial sont très rares. Quant aux retail parks, ils restent des actifs très prisés, avec des taux avoisinant les 5,00% pour les meilleurs actifs.

L'investissement en commerce par trimestre

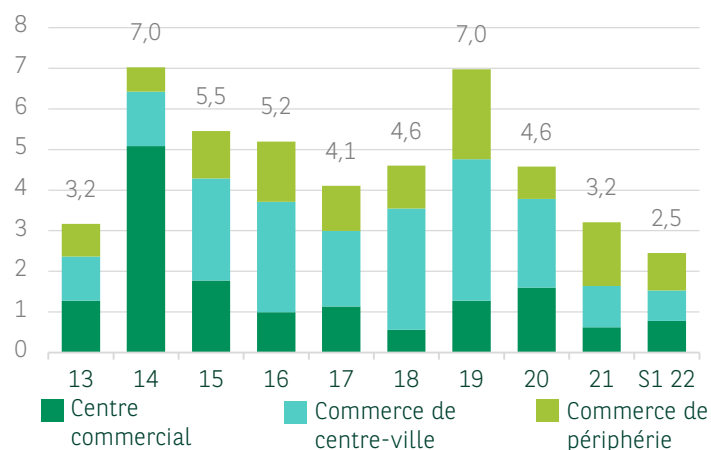
En milliards d'euros



Source : BNP Paribas Real Estate

L'investissement en commerce par typologie

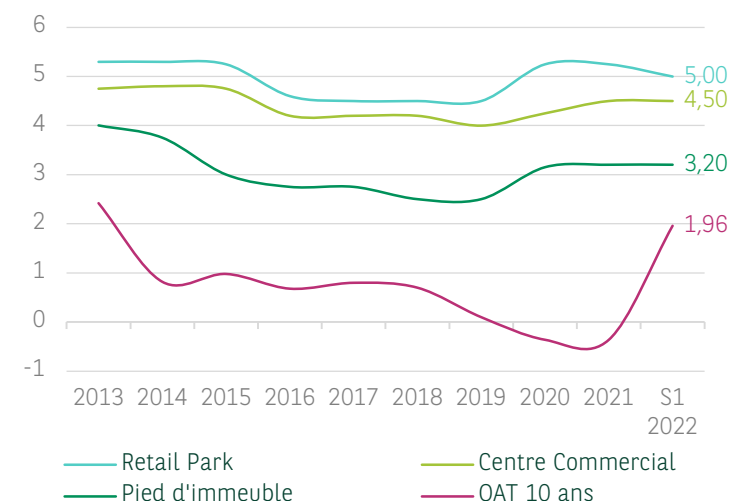
En milliards d'euros



Source : BNP Paribas Real Estate

Tax de rendement « prime » par typologie & OAT 10 ans

En %



Sources : BNP Paribas Real Estate

IMPLANTATIONS

(JUILLET 2022)

SIÈGE SOCIAL

50 cours de l'île Seguin
92100 Boulogne-Billancourt
Tél. : +33 (0)1 55 65 20 04

ÎLE-DE-FRANCE AUBERVILLIERS

Parc des Portes de Paris
40 rue Victor Hugo
Bât 264 / 4ème étage
93300 Aubervilliers
Tél. : +33 (0)1 49 93 70 73

ERAGNY

Immeuble Tennessee
8 allée Rosa Luxembourg
BP 30272 Eragny
95615 Cergy Pontoise Cedex
Tél. : +33 (0)1 34 30 86 46

RÉGIONS

AIX-EN-PROVENCE

Parc du Golf - Bât 33
350, rue Jean René Guillaibert
Gauthier de la Lauzière
Les Milles
13290 Aix-en-Provence
Tél. : +33 (0)4 42 90 72 72

ANNECY

PAE Des Glaisins
19, avenue du Pré-de-Challes
74940 Annecy-le-Vieux
Tél. : +33 (0)4 50 64 12 12

BIARRITZ

26 Allée Marie Politzer
64200 Biarritz
Tél. : +33 (0)5 59 22 62

BORDEAUX

Immeuble Opus 33
61-64, quai de Paludate
33800 Bordeaux
Tél. : +33 (0)5 56 44 09 12

DIJON

Immeuble Le Richelieu
10, boulevard Carnot
21000 Dijon
Tél. : +33 (0)3 80 67 3

GRENOBLE

285 rue Lavoisier
38330 Montbonnot
Tél. : +33 (0)4 76 85 43 43

LILLE

100, Tour de Lille
Boulevard de Turin
59777 Euralille
Tél. : +33 (0)2 20 06 99 00

LYON

Silex 1
15 rue des Cuirassiers
69003 Lyon
Tél. : +33 (0)4 78 63 62 61

MARSEILLE

44, boulevard de Dunkerque
CS11527-13235 Marseille
Cedex 2
Tél. : +33 (0)4 91 56 03 03

METZ

WTC-Technopôle de Metz
2, rue Augustin Fresnel
57082 Metz cedex 3
Tél. : +33 (0)3 87 37 20 10

MONTPELLIER

Immeuble Le Triangle
26, allée Jules Milhau
CS 89501
34265 Montpellier Cedex 02
Tél. : +33 (0)4 67 92 43 60

MULHOUSE

Beverly Plaza
15, rue de Copenhague
67300 Schiltigheim
Tél. : +33 (0)3 89 33 40 50

NANCY

Immeuble Quai Ouest
35 avenue du XX^{ème} Corps
54000 Nancy
Tél. : +33 (0)3 83 95 88 88

NANTES

14, mail Pablo Picasso
BP 61611
44016 Nantes Cedex 1
Tél. : +33 (0)2 40 20 20 20

NICE

Immeuble Phoenix - Arénas
455, promenade des Anglais
06285 Nice Cedex 3
Tél. : +33 (0)4 93 18 08 88

ORLÉANS

16, rue de la république
45000 Orléans
Tél. : +33 (0)2 38 62 09 91

RENNES

Centre d'affaires Athéas
11, rue Louis Kerautret-Botmel
35000 Rennes
Tél. : +33 (0)2 99 22 85 55

ROUEN

Immeuble Europa
101 Boulevard de l'Europe
76100 Rouen
Tél. : +33 (0)2 35 72 15 50

STRASBOURG

Beverly Plaza
15 rue de Copenhague
67300 Schiltigheim
Tél. : +33 (0)3 88 22 19 44

TOULOUSE

Immeuble Elipsys
8/10 rue des 36 Ponts
CS 84216
31432 Toulouse Cedex
Tél. : +33 (0)5 61 23 56 56

TOURS

29, rue de la Milletière
37100 Tours
Tél. : +33 (0)2 47 44 70 58

CONTACT

RESEARCH FRANCE

Guillaume JOLY
Directeur département France
Guillaume.joly@realestate.bnpparibas.com

Johann LEGRAND
Chargé d'études Commerce
johann.legrand@realestate.bnpparibas.com

METIERS

Cyril ZAPRILLA
Directeur Capital Markets & Utilisateurs Commerce France
Transactions
Tél. : +33 (0)1 47 59 23 91
Cyril.zaprilla@realestate.bnpparibas.com

Vincent VERDENNE
Directeur du Développement Commercial
Expertise
Tél. : +33 (0)1 47 59 20 11
Vincent.verdenne@realestate.bnpparibas.com

Grégoire TRIPON
Directeur du Développement
Property Management
Tél. : +33 (0)1 47 59 23 61
Gregoire.tripon@realestate.bnpparibas.com

Emmanuel TARNAUD
Directeur Asset Management Commerce
Investment Management
Tél. : +33 (0)6 74 70 70 00
Emmanuel.tarnaud@realestate.bnpparibas.com

TOUTE L'ACTUALITÉ DE BNP PARIBAS REAL ESTATE OÙ QUE VOUS SOYEZ AVEC #BEYONDBUILDINGS



www.realestate.bnpparibas.com



**BNP PARIBAS
REAL ESTATE**

L'immobilier
d'un monde
qui change