



**AT A GLANCE  
T3 2022**

**LE MARCHÉ DU COMMERCE EN FRANCE**

**UN TROISIÈME TRIMESTRE RECORD POUR L'INVESTISSEMENT**

**+0,5%**

PIB 2023

(Prévision BNP Paribas - Octobre 2022)

**+5,7%**

INFLATION 2022

(Prévision BNP Paribas - Octobre 2022)

**-0,3%**

CONSOMMATION DES  
MÉNAGES 2022

(Prévision BNP Paribas - Octobre 2022)

**+5,8%**

INDICE DES LOYERS COMMERCIAUX  
2022

(Prévision BNP Paribas - Octobre 2022)

**UN CONTEXTE ÉCONOMIQUE MALMENÉ**

Après un fort rebond en 2021 et une croissance à +6,8%, le PIB français s'est légèrement contracté au premier trimestre, avant un deuxième trimestre positif. Il devrait progresser de +2,3% sur l'année 2022, ralenti par les retombées économiques du conflit en Ukraine. L'acquis de croissance pour l'année prochaine est cependant limité, et 2023 pourrait connaître une faible augmentation du PIB, à +0,5%.

Malgré une dépendance en énergies fossiles plus faible que la moyenne européenne et des politiques publiques de limitation des prix de l'énergie, la France connaîtra une inflation inhabituellement haute cette année (+5,7% attendus). Elle devrait commencer à retomber lentement à partir de 2023.

Face au contexte économique et géopolitique perturbé, les indices des directeurs d'achats ont chuté au troisième trimestre, en dépit d'une diminution des difficultés d'approvisionnement et d'un taux de chômage qui reste faible (7,2% au T2).

En Europe, le pic d'inflation, amplifié par les perturbations des chaînes d'approvisionnement et la hausse des prix des matières premières, pourrait atteindre +8,3% en 2022 avant de redescendre lentement à +6,0% en 2023. Ce choc est notamment provoqué par le coût de l'énergie dont l'approvisionnement pourrait être limité cet hiver en Europe.

**HAUSSE DE L'INDICE DES LOYERS COMMERCIAUX**

Une grande part des loyers commerciaux sont indexés aujourd'hui sur l'ICC ou l'ILC. L'ICC est généralement la référence pour les boutiques de centre-ville. Celui-ci a connu une forte progression à la suite de la pandémie, notamment causée par l'augmentation des prix des matières premières.

À l'instar de l'IPC, 2021 aura marqué le début du rebond de l'ICC ; cette croissance se renforce en 2022 mais devrait retomber à partir de l'année prochaine.

Les loyers de la quasi-totalité des magasins installés dans des centres commerciaux sont indexés sur l'ILC. 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. Un fort rebond a eu lieu en 2021 et 2022, poussant le gouvernement à plafonner les indexations de loyer sur l'ILC à +3,5% pour les PME entre le deuxième trimestre 2022 et le premier trimestre 2023.

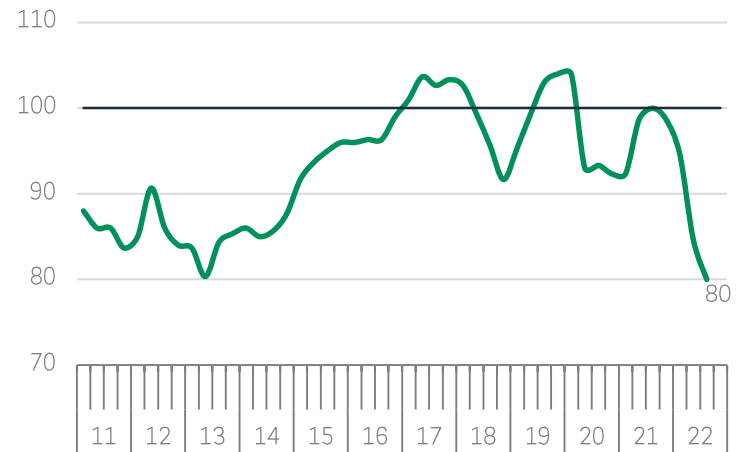
La hausse de l'indice des loyers commerciaux est de +5,8% pour les autres commerces.

## LA CONFIANCE DES MÉNAGES À UN PLUS BAS HISTORIQUE

Après plus d'une année en berne, les deux enquêtes phares de conjoncture auprès des ménages et des entreprises étaient remontées au deuxième trimestre de 2021. Cela était dû à une accélération de la campagne de vaccination et à la reprise de l'activité économique. Toutefois, ces indices ont à nouveau plongé avec le déclenchement du conflit en Ukraine.

L'inflation croissante, les risques de perte en pouvoir d'achat (en recul sur les deux premiers trimestres de 2022), et l'incertitude quant à l'évolution de la guerre entre l'Ukraine et la Russie ont amené la confiance des ménages à 80, son niveau le plus bas jamais enregistré, après une baisse sur quatre trimestres consécutifs.

### Confiance des ménages Des inquiétudes centrées sur l'inflation



Source : Insee

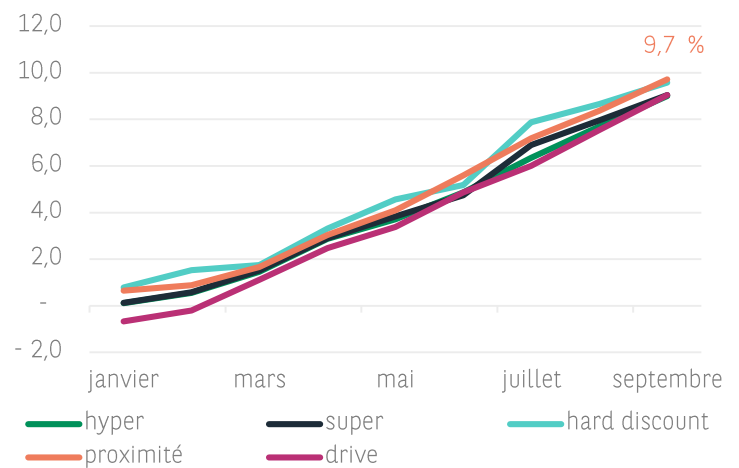
## LA HAUSSE DES PRIX SUR UN AN N'ÉPARGNE AUCUN CIRCUIT

Le rythme de l'inflation à 1 an (septembre 2022 vs septembre 2021) ne ralentit pas. Alors que l'inflation moyenne mensuelle en 2022 est de + 4,2 %, l'inflation à 1 an atteint désormais les + 9,1% dans tous les circuits de distribution alimentaire.

Les prix dans les enseignes de proximité sont en hausse de 9,7% depuis septembre 2021, tandis que ceux du hard discount augmentent de 9,6%. Les prix dans les hypermarchés, supermarchés et drive sont, eux, en hausse de 9,1% sur un an.

Tous produits confondus, les prix sont en hausse de + 9,1%. Ce sont toutefois les produits de premiers prix qui voient leur prix augmenter le plus rapidement (+ 15% en un an). Parmi les différentes catégories de produits, les viandes surgelées représentent la catégorie connaissant la plus forte hausse (+29,9% en un an).

### Inflation à 1 an - Evolution des prix en 2022 en fonction des circuits Les prix du hard discount en hausse de 9,6% en septembre



Source : IRI

## LE MARCHÉ DU E-COMMERCE EST DEVENU MATURE

Au deuxième trimestre 2022, la Fevad rapporte un taux de croissance du e-commerce de +10,2% par rapport à la même période en 2021, un taux quelque peu inférieur aux T2 précédant l'apparition de la COVID-19. En effet, bien que le chiffre d'affaires ne cesse d'augmenter, le marché atteint progressivement sa maturité, entraînant de fait une croissance moins impressionnante mais régulière.

La vente à distance a généré un total de 68,2 milliards d'euros de chiffre d'affaires sur les six premiers mois de 2022, contre 61,4 milliards d'euros de chiffre d'affaires sur les six premiers mois de 2021, soit une hausse de 11%.

Le panier moyen est en hausse et atteint 67€ ; cette hausse est étroitement liée à l'augmentation des ventes de services.

Alors que le e-commerce semblait atteindre un plafond jusqu'en 2019, son potentiel a été stimulé par la crise sanitaire jusqu'à représenter désormais 14,1% des parts du commerce de détail (en 2021).

### Chiffre d'affaires du e-commerce

Taux de croissance en valeur au T2 2022 (données trimestrielles)



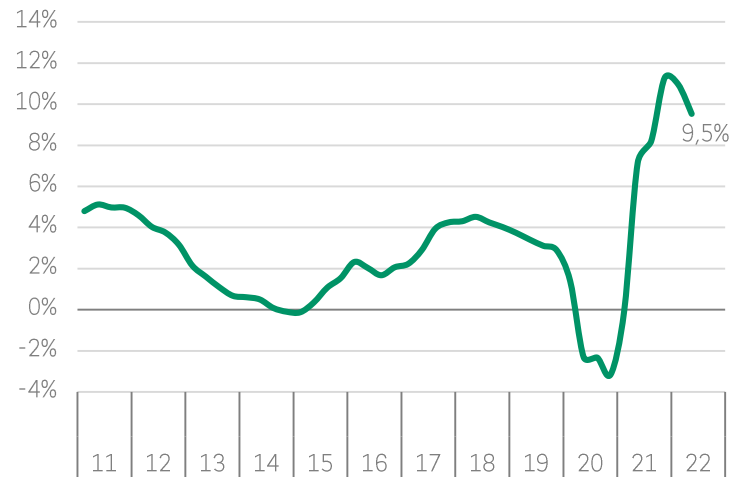
Source : Fevad

## APRÈS UN REBOND DU CHIFFRE D'AFFAIRES, LA CROISSANCE DIMINUE

Le chiffre d'affaires du commerce de détail progresse de 9,5% au second trimestre 2022 en glissement annuel, tandis qu'il progressait de 10,9% au premier trimestre de cette année.

L'activité du mois d'août a bien repris après la forte baisse du mois de juillet. Toutefois, le contexte national et international pèsera vraisemblablement sur les chiffres d'affaires au cours des prochains mois. Les intentions de commandes diminuent, de même que les ventes prévues et les perspectives générales d'activités.

Chiffre d'affaires du commerce de détail  
Taux de croissance en valeur au T2 2022 (glissement annuel)



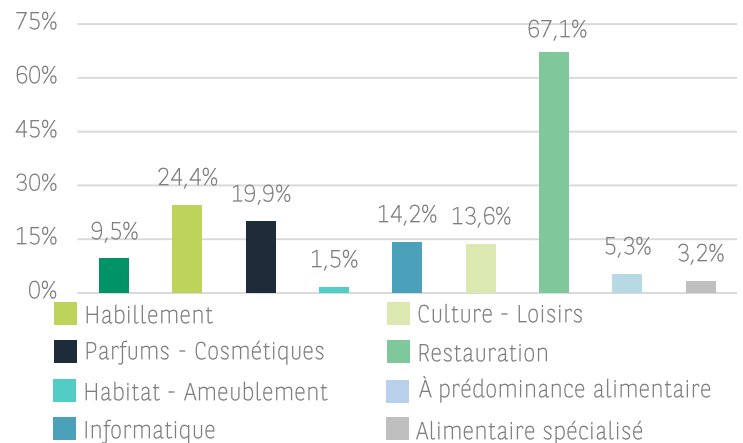
Source : Insee

## HAUSSE DANS TOUS LES SECTEURS, SURTOUT DANS LA RESTAURATION

Comme durant le trimestre précédent, tous les secteurs voient leur chiffre d'affaires progresser au second trimestre.

Le secteur de la restauration croît de plus de 67%, 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 plus de 24%, et celui des parfums et cosmétiques, après des mois de fermeture des commerces dits non essentiels ayant grandement impactés les chiffres d'affaires.

Chiffre d'affaires du commerce de détail  
Taux de croissance en valeur au T2 2022 (glissement annuel)



Source : Insee

## LES LOYERS « PRIME » PARISIENS TIRÉS VERS LE HAUT PAR LE LUXE

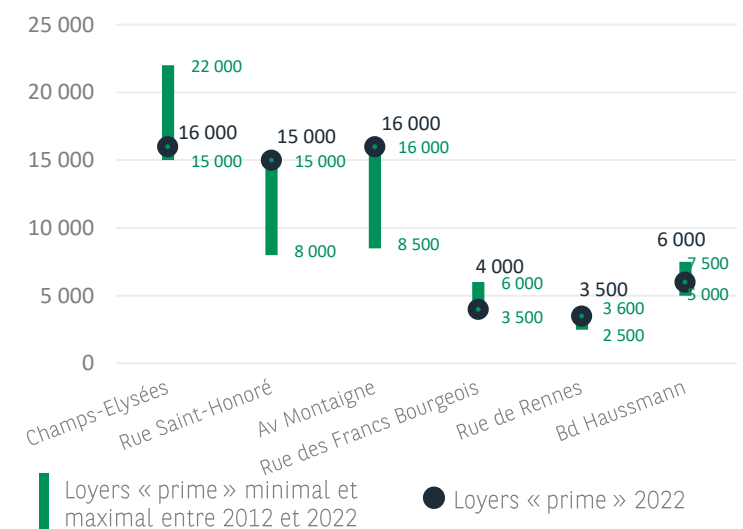
Trois artères parisiennes sortent du lot et voient leurs loyers « prime » osciller entre 15 000 € et 16 000 € / m<sup>2</sup> au T3 2022 : les Champs-Élysées, l'avenue Montaigne et la rue Saint-Honoré.

Les loyers « prime » sur les Champs-Élysées ont baissé au cours des dernières années. Toutefois, la valeur locative atteint 16 000 € / m<sup>2</sup> pour le haut de cette avenue aux loyers hétérogènes, en légère hausse. Un retour des visiteurs est constaté, la fréquentation mensuelle moyenne a doublé et une compétition a lieu entre les enseignes afin d'occuper le meilleur emplacement sur cette artère clé en amont des Jeux Olympiques de 2024 qui draineront un nombre importants de visiteurs, notamment internationaux.

Dans le « Triangle d'or » parisien, l'avenue Montaigne est très demandée depuis les prises de position de LVMH et Kering. Le loyer « prime » atteint également les 16 000 € / m<sup>2</sup>.

De plus en plus d'investisseurs internationaux s'intéressent à la rue Saint-Honoré, qui voit ses loyers « prime » monter à 15 000 € / m<sup>2</sup>, tirés vers le haut par l'arrivée de Gucci.

Loyers « prime » - 6 axes - Paris  
En €/m<sup>2</sup>



Source : BNP Paribas Real Estate

## LES DARK STORES SERONT DÉSORMAIS CONSIDÉRÉS COMME DES ENTREPÔTS

Dans un marché jeune en pleine consolidation et dont la rentabilité n'est pas toujours assurée, le gouvernement français vient de prendre une décision qui fera date.

Le 6 septembre 2022, l'exécutif a en effet rendu public sa décision de considérer ces établissements comme des entrepôts, et non plus des commerces ; celui-ci a estimé que le statut juridique du commerce ne convenait pas à ces lieux d'entreposage et de livraison n'accueillant pas de public. Ces locaux pourraient donc être contraints de fermer si le PLU de la collectivité concernée interdit ce type d'activité à l'emplacement actuellement occupé.

Les collectivités pourront alors décider des implantations.

Les sociétés du quick commerce qui n'auront pas effectué les changements nécessaires pourraient être amenées à fermer leurs locaux.

Il est envisageable que des emplacements de logistique urbaine spécifiés en amont par les collectivités (par exemple dans des parkings en sous-sols ou des entrepôts existants) puissent permettre aux enseignes de poursuivre leur activité au cœur des villes. A titre d'exemple, la mairie de Paris espère voter la révision de son PLU début 2023, pour une application en 2024.

Cette décision, attendue par les élus locaux et redoutée par les acteurs du quick commerce, pourrait, une fois appliquée, transformer ce secteur.

En effet, la livraison promise en 15 minutes deviendrait impossible, tant l'emplacement au cœur des quartiers résidentiels est clé pour garantir une telle rapidité.

Le 7 octobre 2022, Gorillas et Frichti, qui avaient reçu plusieurs mises en demeure, ont obtenu gain de cause en appel auprès du tribunal administratif de Paris. Celui-ci indique que selon le plan d'urbanisme parisien, « les espaces de logistique urbaine sont considérés comme des locaux ou des constructions et installations nécessaires aux services publics ou d'intérêt collectif » et que les deux sociétés peuvent prétendre à ce statut.

## UN RETOUR PROGRESSIF DES TOURISTES INTERNATIONAUX DANS LES HÔTELS FRANCILIENS

Au premier semestre de l'année 2022, Paris et la région francilienne comptabilisaient 7,4 millions de touristes internationaux, soit 30 % de moins par rapport à 2019. C'est toutefois 6 millions de plus qu'en 2021. En ce qui concerne la clientèle française, 10,8 millions de touristes étaient comptés, soit 6,5 millions de plus qu'en 2021.

Au total, 18,2 millions de touristes ont été comptabilisés en Ile-de-France au premier semestre 2022, en hausse de 218 % par rapport à 2021, mais en retrait de 23 % par rapport à 2019.

Paris et la région francilienne ont comptabilisé 32 % de touristes étrangers en juillet 2022 et 39 % en août 2022, avec une prédominance des touristes européens. Ce ne sont pas encore les niveaux d'avant-Covid, mais l'écart se réduit.

2023 s'annonce bonne pour le tourisme international, malgré les incertitudes liées à la COVID-19, à la guerre en Ukraine ou à l'inflation. Les Américains profitent de la force du dollar par rapport à l'euro pour réserver pour 2023, tandis que le retour des touristes asiatiques et indiens est attendu.



## LES ABONNEMENTS DANS LES MAGASINS ALIMENTAIRES, SOLUTIONS POUR LE POUVOIR D'ACHAT ?

L'inflation pèse sur le budget des ménages et les comportements d'achats de produits alimentaires s'adaptent au contexte. Des formules d'abonnement mensuel dans les magasins alimentaires, permettant de bénéficier d'une réduction pour chaque achat, pourraient dans une certaine mesure constituer une protection face à la hausse des prix.

- Pour le client, l'abonnement est rentable à partir d'un certain montant d'achat dans le mois pour le client. La livraison automatique, gratuite ou non, peut être proposée, en fonction des habitudes d'achat du client, selon une fréquence déterminée en amont pour les produits auxquels il est abonné.
- Pour l'enseigne, l'objectif est de s'accaparer la récurrence des achats de ses clients, tout en augmentant ses revenus mensuellement avec le montant de l'abonnement. De plus, dans le marché concurrentiel des distributeurs alimentaires, une fois le client capté, l'ambition est de tout faire pour le garder et le faire revenir. L'abonnement fluidifie les achats, notamment en zone urbaine, ce qui pourrait permettre de redevenir compétitif face aux entreprises de livraisons de courses alimentaires et à l'émergence d'une nouvelle offre.

L'abonnement est un modèle à la mode ; ce vecteur représenterait 6,47 milliards d'euros dans l'Hexagone, un chiffre qui devrait doubler d'ici à trois ans selon un rapport publié en 2021 par Telecoming. Toutefois, ce modèle pourrait rencontrer quelques limites.

Un client pourrait choisir de ne pas s'abonner afin de ne pas avoir à choisir ses produits en fonction de son abonnement, ou d'être limité à un seul segment, ou une seule enseigne. De plus, un consommateur pourrait être tenté de consommer davantage pour rentabiliser son abonnement, un frein en période d'inflation. Enfin, alors que chaque consommateur dispose de plusieurs abonnements (téléphoniques, internet, streaming, leasing pour les voitures, etc.), les clients souhaiteront-ils ajouter un abonnement mensuel supplémentaire à leurs dépenses ?

	Touristes internationaux	Touristes français
Août 2018	64 %	36 %
Août 2019	56 %	44 %
Août 2021	25 %	75 %
Août 2022	 39 %	61 %

## UN TROISIÈME TRIMESTRE RECORD

Le marché de l'investissement commerce poursuit sur sa lancée record. Ce sont ainsi 1,6 milliard € qui ont été investis au T3 2022. Il s'agit de la plus haute valeur atteinte en 9 mois depuis 2014 ; la valeur cumulée des investissements en commerce depuis le début de l'année représente 4,3 milliards €.

La place de l'investissement en commerce se renforce en France, en occupant au T3 2022 20,2 % des transactions en immobilier d'entreprise, soit 8 points supérieurs à la moyenne décennale.

Le marché est essentiellement porté par des acteurs français (73%), les autres acteurs majeurs provenant pour 17% d'entre eux du Canada, 4% des Etats-Unis, 4% du Royaume-Uni et 2% d'Allemagne. Les acquéreurs sont pour près d'1/3 du montant investi des fonds, près d'1/3 des SCPI, devant des assureurs-mutualistes.

## TOUTES LES TYPOLOGIES DE COMMERCE SONT EN PROGRESSION

La variation de +129 % au T3 par rapport à 2021 met en exergue un marché commerce particulièrement dynamique, porté notamment par des cessions de retail parks attestant de leur attractivité et de la résilience de leur modèle.

Si la majorité des opérations restent inférieures à 5 M€ (47,3 % au T3 2022), un nombre inédit de transactions majeures ont été réalisées ce trimestre. On peut notamment citer :

- l'acquisition de l'immeuble du « 150 Champs Élysées » pour 650 M€ par BROOKFIELD ASSET MANAGEMENT auprès de GROUPAMA, un record sur l'avenue
- les ventes par URW du centre commercial « V2 » de Villeneuve d'Ascq à CEETRUS pour un montant tournant autour de 250 M€ et du « Shopping Parc » de Carré Sénart à AMUNDI IMMOBILIER pour près de 130 M€

## DÉCOMPRESSION DES TAUX DE RENDEMENT « PRIME »

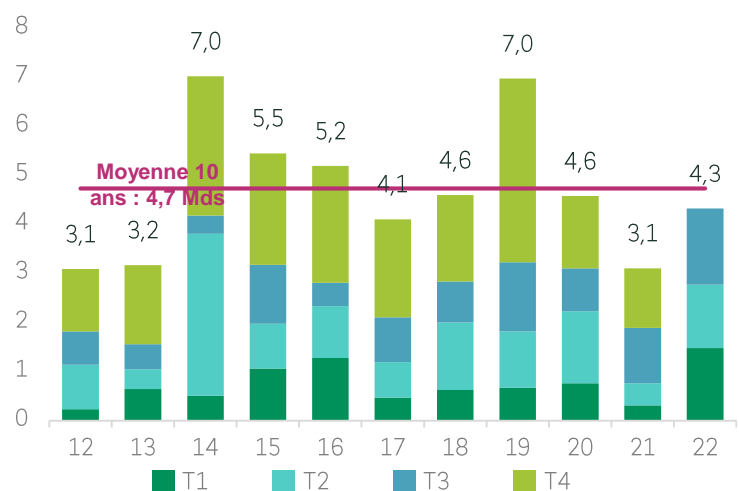
Suivant les tendances déjà observées aux trimestres précédents, l'envolée de l'OAT 10 ans France, 2,71 % au T3 2022, comprime désormais très fortement la prime de risque pour les actifs immobiliers. En conséquence, les taux de rendement « prime » progressent pour toutes les classes d'actifs.

On constate une décompression du taux « prime » en commerce, à hauteur de 30 points de base, pour atteindre 3,5 % de rendement.

La progression anticipée de l'OAT 10 ans au T4 laisse à penser que les taux « prime » devraient poursuivre leur augmentation jusqu'à la fin de l'année 2022.

### L'investissement en commerce par trimestre au T3 2022

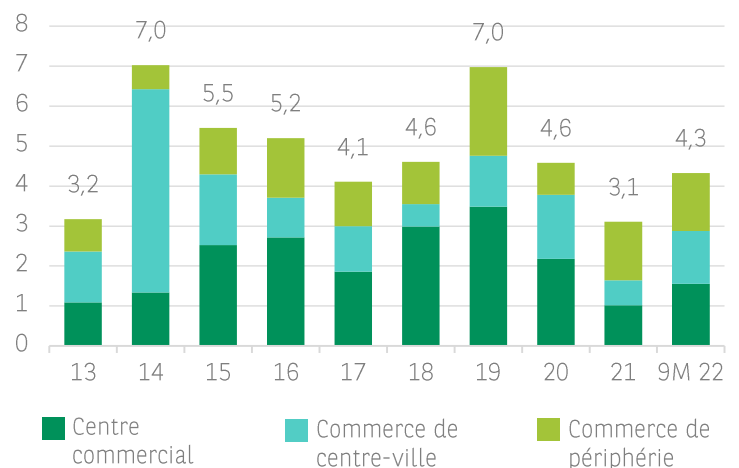
En milliards d'euros



Source : BNP Paribas Real Estate

### L'investissement en commerce par typologie au T3 2022

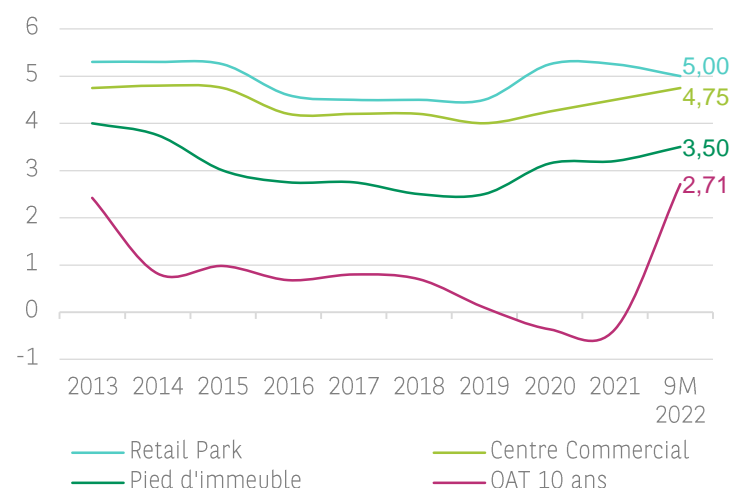
En milliards d'euros



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 Guillibert  
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 78 85 43 43

## LILLE

100, Tour de Lille  
Boulevard de Turin  
59777 Eurallille  
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<sup>ème</sup> 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**