



**AT A GLANCE  
T1 2022**

## LE MARCHÉ DU COMMERCE EN FRANCE

UN PREMIER TRIMESTRE 2022 EN CROISSANCE, ENTRE REPRISE DE L'ACTIVITÉ ET INVESTISSEMENT RECORD



**+3,2%**

PRÉVISION PIB 2022

**+2,1%**

CONSOMMATION DES  
MÉNAGES 2022

**+3,2%**

PRÉVISION T4 2022

INDICE DU COÛT DE CONSTRUCTION

**+3,7%**

PRÉVISION T4 2022

INDICE DES LOYERS COMMERCIAUX

### CONTEXTE ÉCONOMIQUE

Les espoirs de retour à la normale économique en 2022 ont été minés par la guerre russe en Ukraine.

Le conflit et les sanctions mondiales de plusieurs pays à l'encontre de la Russie ont des répercussions fortes sur les prix de l'énergie en Europe. Cette pression inflationniste vient s'ajouter aux perturbations des chaînes d'approvisionnement dues à l'épidémie, aux mesures budgétaires souples menées par les banques centrales, et à

l'augmentation de la demande avec la reprise économique pour causer un pic d'inflation en 2022. Celle-ci est anticipée entre +4 et +5% en 2022, mais devrait rapidement redescendre dès 2023, où elle est attendue à +2%.

Malgré les incertitudes économiques, géopolitiques et sanitaires, la consommation des ménages est attendue en hausse en 2022, et pourrait être soutenue par l'épargne constituée par les Français pendant les confinements.

### INDÉXATION DES LOYERS

Pour l'ICC, 2021 aura été une année de croissance particulièrement forte. L'année 2022 devrait être plus modérée mais restera supérieure à la moyenne décennale.

Un retour progressif à la hausse de l'ILC a été enregistré en 2017 et confirmé en 2018 et 2019. Cependant, le choc récessif en

France a entraîné une baisse de cet indice en 2020. Un fort rebond a eu lieu en 2021, et celui-ci devrait se prolonger en 2022.

Pour les investisseurs, la poursuite de la croissance de ces indices signifie une hausse de leurs revenus locatifs.

## REBOND DU CHIFFRE D'AFFAIRES... PUIS STABILISATION?

Le chiffre d'affaires du commerce de détail progresse de 11,1% au quatrième trimestre 2021. Ce rebond est lié à l'arrêt des restrictions sanitaires mises en place entre 2020 et 2021. Son amplitude pourrait être déterminée par le contexte national et international. De nombreux candidats à l'élection présidentielle ont formulé des mesures visant à préserver le pouvoir d'achat, une des préoccupations majeures de cette élection.

La guerre en Ukraine exacerbe les tensions sur le coût de l'énergie et des denrées alimentaires. Ainsi, 87% des français estiment que les prix ont augmenté depuis un an (observatoire Cetelem de la consommation).

### Chiffre d'affaires du commerce de détail

Taux de croissance en valeur au T4 (glissement annuel)



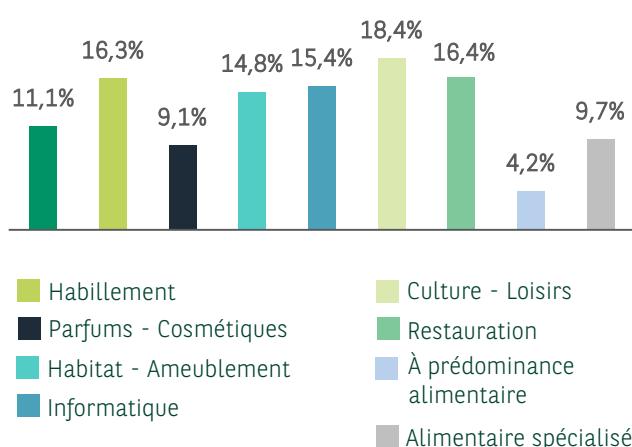
Source : Insee

## HAUSSE SUR TOUS LES SECTEURS

Tous les secteurs voient leur chiffre d'affaires en progrès au quatrième trimestre. Profitant de la fin des restrictions sanitaires, le secteur de la culture et des loisirs progresse de +18,4%, tandis que celui de la restauration est en hausse de +16,4%. Malgré des performances n'ayant jamais décliné au cours de la crise sanitaire, les magasins à prédominance alimentaire (hypermarché, supermarché) et les enseignes d'alimentation spécialisé continuent de progresser, respectivement de +4,2% et +9,7%.

### Chiffre d'affaires du commerce de détail

Taux de croissance en valeur au T4 (glissement annuel)



Source : Insee

## LE E-COMMERCE TOUJOURS EN FORTE CROISSANCE

Au quatrième trimestre 2021, la Fevad rapporte un taux de croissance de 8,4% par rapport à la même période en 2020. La vente à distance a généré un total de 129,1 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2021 (+16,0%), réparti sur plus de 2,1 milliards de transactions et un panier moyen équivalent à soixante euros.

Alors que le e-commerce semblait atteindre un plafond au tournant de l'année 2019, son potentiel est de nouveau stimulé par la crise sanitaire. Les purs e-commerçants pourront toujours compter sur leur modèle logistique fondé sur la construction d'entrepôt en périphérie, non concerné par le moratoire sur le développement de nouvelles zones commerciales.

### Chiffre d'affaires du e-commerce

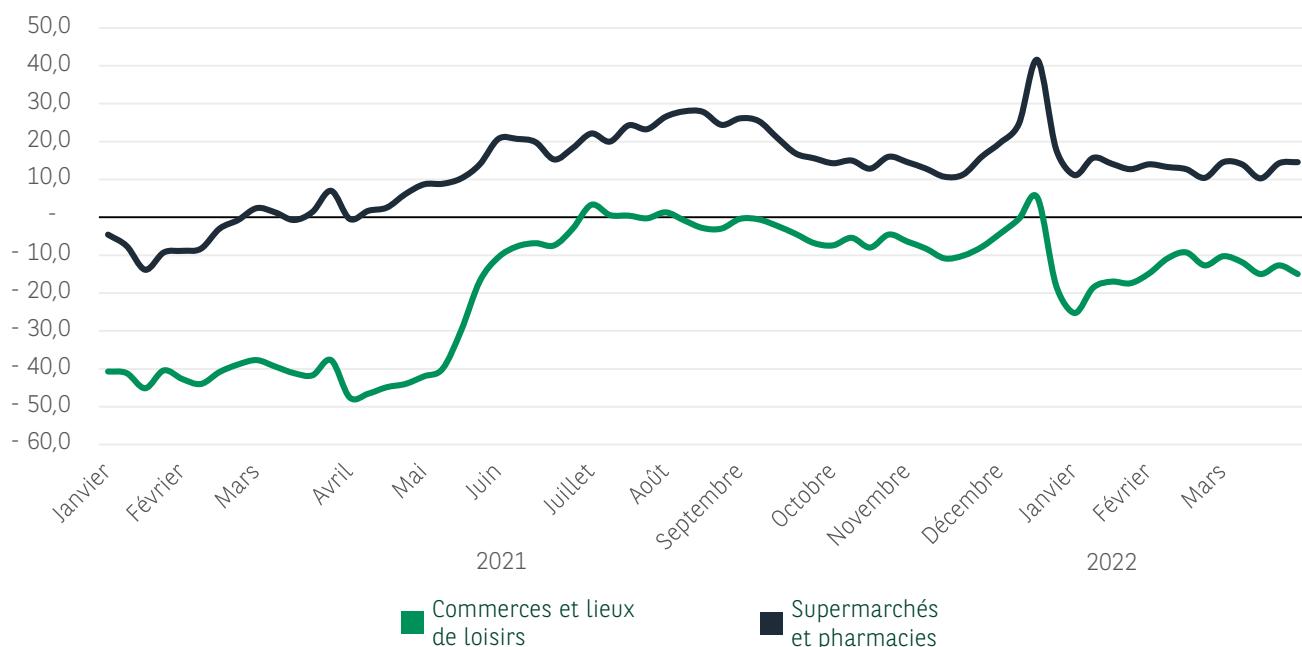
Taux de croissance en valeur au T4 (données trimestrielles)



Source : Fevad

### Évolution du nombre de visiteurs

Sept jours glissants, par rapport à la période de référence



Source : Google mobility report

### L'ÉCART ENTRE LES NIVEAUX DE FRÉQUENTATION DANS LES COMMERCES ET DANS LES SUPERMARCHÉS ET PHARMACIE SE MAINTIENNENT

Cette fois, l'hiver ne s'est pas accompagné de restrictions sanitaires. L'activité continue sa reprise graduelle, alors que Google constate un maintien de l'écart entre la fréquentation constatée dans les commerces et les lieux de loisirs (toujours en baisse par rapport à la période pré-Covid), et celle enregistrée dans les supermarchés et pharmacies (en hausse).

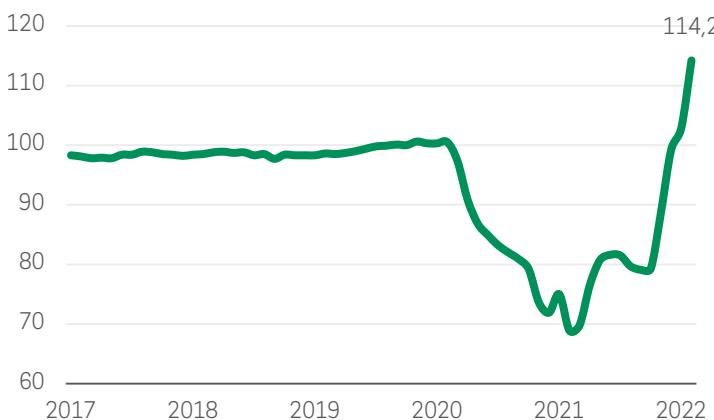
Cet écart pourrait se pérenniser à court et moyen terme. D'abord, le moral des Français est en berne au premier trimestre 2022, à cause des nouvelles incertitudes liées au conflit en Ukraine, à un sentiment de baisse de pouvoir d'achat, ainsi qu'à la résurgence du virus. Ensuite, l'adoption du télétravail continue de se normaliser dans de nombreuses entreprises, pouvant contribuer à la réduction de l'achat de biens de consommation (moins d'habillement et de produits cosmétiques par exemple). Enfin, le tourisme international est toujours très loin de son niveau d'avant crise.

### LES RESTRICTIONS LEVÉES, L'ACTIVITÉ REPRENDE

L'absence de restriction sanitaire sur ce début d'année permet une reprise nette de la fréquentation dans les centres commerciaux en 2022.

Toutefois, la fréquentation observée entre juin et décembre 2021 demeure inférieure de -14,6% à celle constatée entre juin et décembre 2019. Au cours de cette même période, le chiffre d'affaires recule de -4,5%. Cette différence s'explique par la hausse du taux de transformation lors des visites en centre commercial (nombre de ventes rapporté au nombre de visiteurs).

### Indice de fréquentation des centres commerciaux Douze mois glissants



Source : CNCC

## LES RUES COMMERCANTES EN 2021 : ANNÉE DE TRANSITION EN FAVEUR D'UN MODÈLE TOURNÉ VERS LE LOCAL ?

Derrière une fréquentation toujours en baisse par rapport à la période pré-Covid, nous assistons à une transformation du profil moyen du chaland qui déambulait sur les itinéraires touristiques traditionnels. La clientèle domestique progresse, sans compenser l'absence des extra-européens. La hausse du télétravail et des cours à distance continue d'amputer également les commerces des rues commerçantes d'une partie significative de leurs chiffres d'affaires.

A contrario, les commerces situés sur les artères dites de proximité, plus résilientes, bénéficiant d'une densité d'habitants importante, surperforment. Les commerces implantés dans des quartiers à dominante résidentielle, à proximité de services et équipements structurants comme les écoles primaires et secondaires ont ainsi fait preuve de résilience. Ce sont ces commerces qui portent depuis le début de la crise la croissance du chiffre d'affaires du commerce.

## OU DES MODÈLES DÉJÀ EXISTANTS... ET EN CONTRADICTION ?

Du côté des commerçants, la difficulté réside dans la pluralité des habitudes et des comportements des consommateurs à satisfaire. Par exemple, les rues commerçantes accueillent des enseignes qui intègrent progressivement des composantes éthiques et environnementales à leur activité. Ces enjeux ont un coût pour le consommateur. Dans le même temps, le pouvoir d'achat s'impose comme la préoccupation principale d'une partie des ménages français.

Aussi, il n'existe pas à l'heure actuelle un concept répondant à la fois aux injonctions de durabilité et d'accessibilité économique. Le développement des enseignes « discount » et des enseignes « vertes » viennent segmenter un peu plus davantage l'offre commerciale. Ces deux curseurs pourraient bipolariser les concepts proposés par les enseignes, avec le risque de déclasser auprès des consommateurs celles n'adoptant pas de positionnement clair sur ces questions.

## DÉVELOPPEMENT DES DARK STORES DANS LES CENTRES-VILLES DES MÉTROPOLES

Déjà en développement avant la crise sanitaire, les concepts favorisant la réduction du temps de livraison entre le passage d'une commande et sa réception par le client sont en plein essor. Ces acteurs (Gorillas, Flink, Getir) appartiennent au secteur du *quick commerce*. Provenant du monde de la tech et de la data, ces acteurs plutôt internationaux investissent les métropoles pour défier les géants de la distribution alimentaire. La croissance du secteur repose sur l'investissement dans leurs capacités logistiques (flotte de scooters et de vélos électriques) et immobilières (déploiement de *dark stores*). Ces derniers sont des magasins non accessibles aux publics, mesurant environ 200-300 m<sup>2</sup>, et contenant un nombre maîtrisé de références.

Avec plusieurs questions pour la fréquentation des rues commerçantes. Les municipalités se positionnent généralement contre, face au danger que pourrait constituer le développement à grande échelle sur la fréquentation des rues piétonnes.

Temps de livraison annoncé  
Entre acteurs du *quick commerce* et autres



## T1 2022 : NOUVEAU RECORD HISTORIQUE

Le premier trimestre 2022 marque le retour du Commerce. Après deux années en baisse suite à la crise sanitaire, cette classe d'actif a retrouvé son dynamisme. Pour preuve, 1,3 milliard d'euros ont été engagés en Commerce en France au cours des trois premiers mois de l'année, résultat qui représente un nouveau record historique. Grâce à cette excellente performance, le Commerce représente  $\frac{1}{4}$  des volumes engagés en immobilier d'entreprise en France au premier trimestre et c'est la classe d'actif qui affiche la plus forte progression.

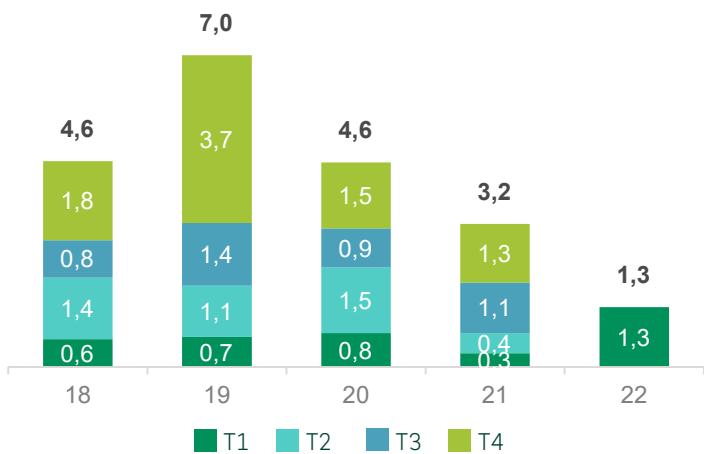
## DE BELLES OPÉRATIONS POUR TOUTES LES TYPOLOGIES

Toutes les typologies de commerce ont su attirer des investisseurs. Les centres commerciaux sont en tête grâce notamment à la cession d'une partie du centre commercial Carré Sénart pour 450 millions d'euros. En high street, la transaction majeure du trimestre est la vente du 12 rue de la Paix, acquis par Crédit Suisse, RedBlue et CF Invest pour un montant supérieur à 100 millions d'euros. Les commerces de périphérie ne sont pas en reste : le portefeuille Fast, composé majoritairement de restaurants situés dans des zones commerciales, a été vendu pour un montant proche de 150 millions d'euros.

## UNE GRANDE DIVERSITÉ D'ACTEURS

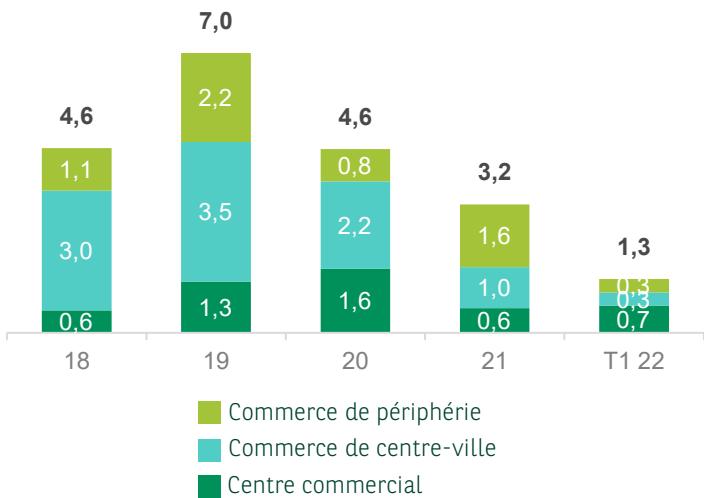
L'acquisition par Société Général Assurances et BNP Paribas Cardif de 45% du centre commercial Carré Sénart fait grimper la part des assureurs-mutualistes dans le volume global des investissements. Viennent ensuite les fonds, notamment des fonds anglo-saxons, à l'image de Tristan Capital Partners qui a acquis un portefeuille composé de six supermarchés Casino ou encore du fonds Ares Management Limited qui s'est porté acquéreur du portefeuille Fast. Les SCPI prennent la 3ème place du classement, avec par exemple Amundi qui s'est positionné sur un hypermarché Casino à Pessac ou encore Perial qui a acquis un immeuble mixte à dominante commerce situé au 19-23 rue Saint-Ferréol à Marseille.

**L'investissement en commerce par trimestre**  
En milliards d'euros



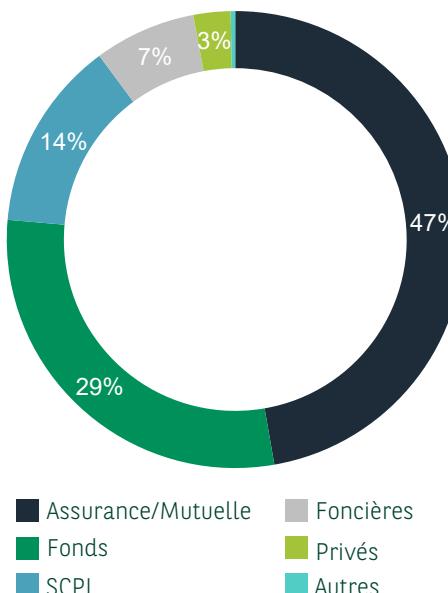
Source : BNP Paribas Real Estate

**L'investissement en commerce par typologie**  
En milliards d'euros



Source : BNP Paribas Real Estate

**L'investissement en commerce par typologie d'acquéreur au T1 2022**  
En volume



Sources : BNP Paribas Real Estate

# IMPLANTATIONS

(JANVIER 2021)

# CONTACT

## SIÈGE SOCIAL

167, quai de la Bataille de Stalingrad  
92867 Issy les Moulineaux Cedex  
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 33 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 Pulitzer  
64200 Biarritz  
Tél. : +33 (0)5 59 22 62 00

### 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

Immeuble Le Grenat  
285 rue Lavoisier  
38330 Montbonnot  
Tél. : +33 (0)4 78 85 43 43

## LILLE

100, Tour de Lille  
Boulevard de Turin  
59770 Euralis  
Tél. : +33 (0)2 20 06 99 00

## LYON

Silex 1  
15 rue des Cuirassiers  
69300 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 Milhaud  
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 XXème 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 6  
Tél. : +33 (0)5 61 23 56 56

## TOURS

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

## RESEARCH FRANCE

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

Valentin Courtois  
Chargé d'études Commerce  
valentin.courtois@bnpparibas.com

## METIERS

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

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

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

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

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



[www.realestate.bnpparibas.com](http://www.realestate.bnpparibas.com)



**BNP PARIBAS  
REAL ESTATE**

**L'immobilier  
d'un monde  
qui change**