



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).

HAUSSE SUR TOUS LES SECTEURS

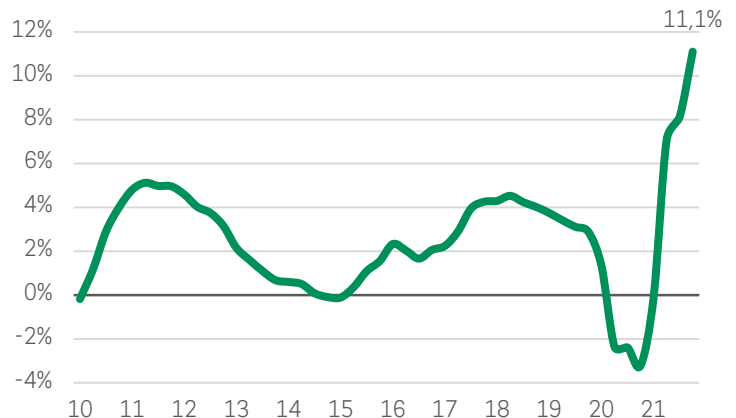
Tous les secteurs voient leur chiffre d'affaires en progrès au quatrième trimestre. Profitant de la fin des restrictions sanitaires, le secteur de la culture et des loisirs progresse de +18,4%, tandis que celui de la restauration est en hausse de +16,4%. Malgré des performances n'ayant jamais décliné 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%.

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.

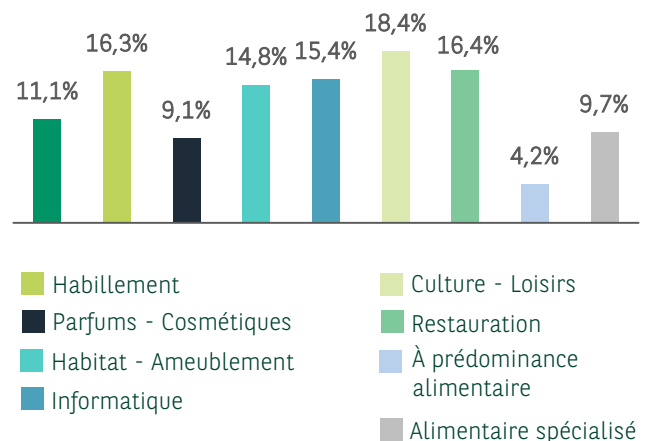
Alors que le e-commerce semblait atteindre un plafond au tournant de l'année 2019, son potentiel est de nouveau stimulé par la crise sanitaire. Les purs e-commerçants pourront toujours compter sur leur modèle logistique fondé sur la construction d'entrepôt en périphérie, non concerné par le moratoire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

Chiffre d'affaires du commerce de détail
Taux de croissance en valeur au T4 (glissement annuel)



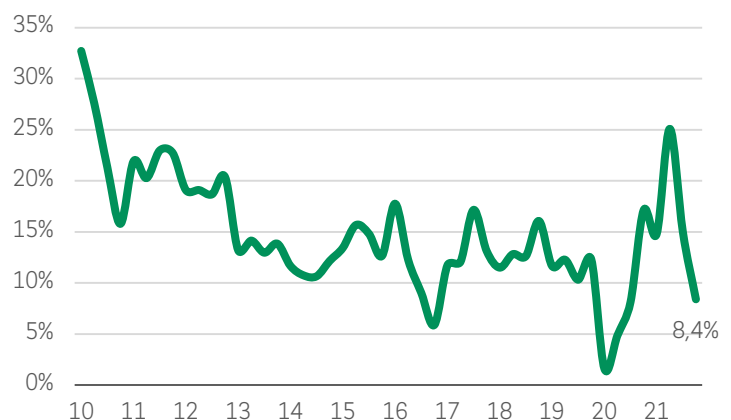
Source : Insee

Chiffre d'affaires du commerce de détail
Taux de croissance en valeur au T4 (glissement annuel)



Source : Insee

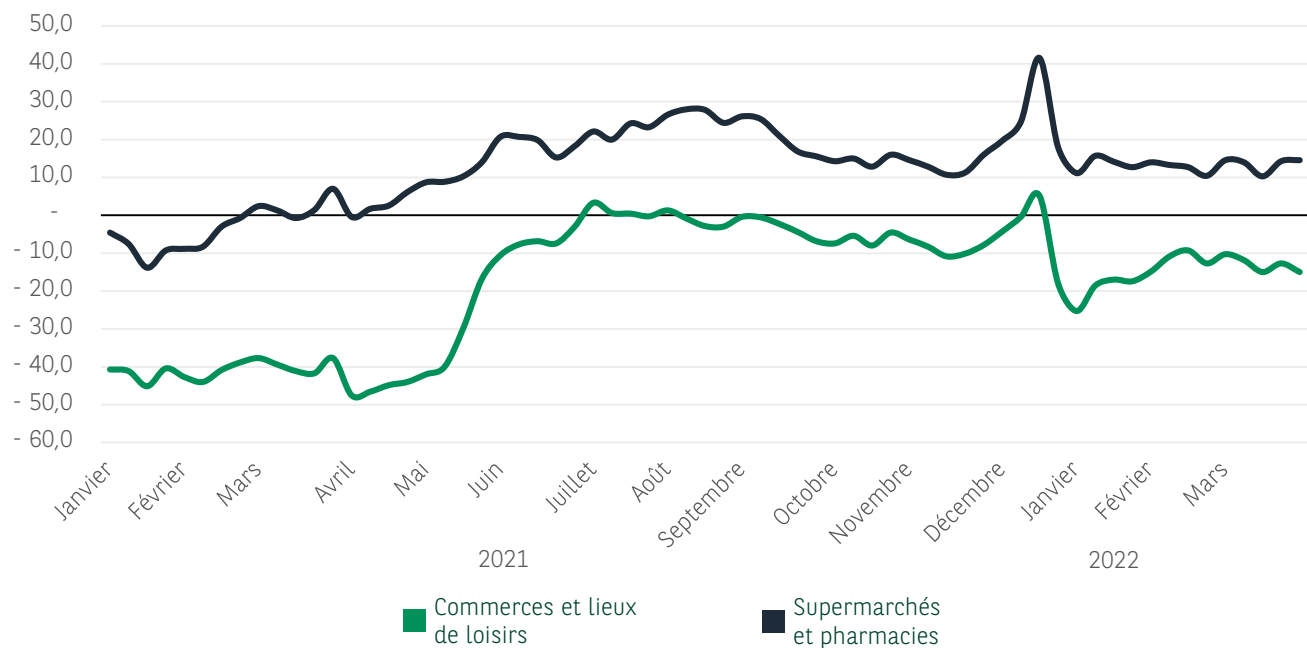
Chiffre d'affaires du e-commerce
Taux de croissance en valeur au T4 (données trimestrielles)



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 COMMERCE 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).

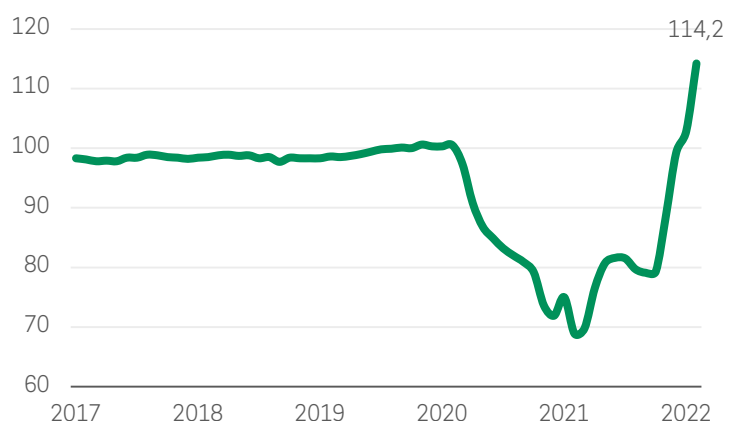
Cet écart pourrait se pérenniser à court et moyen terme. D'abord, le moral des Français est en berne au premier trimestre 2022, à cause des nouvelles incertitudes liées au conflit en Ukraine, à un sentiment de baisse de pouvoir d'achat, ainsi qu'à la résurgence du virus. Ensuite, l'adoption du télétravail 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 REPREND

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 COMMERÇANTES 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.

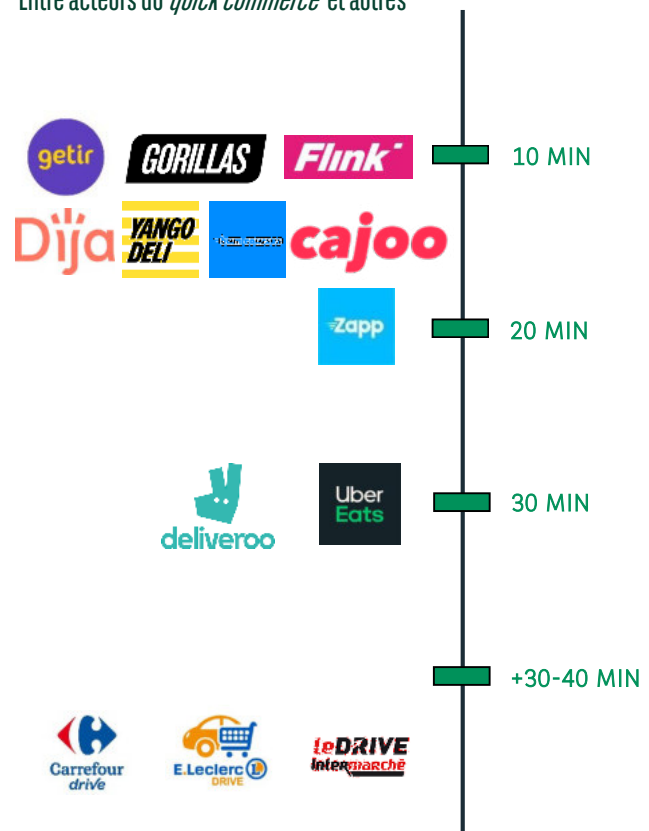
DÉVELOPPEMENT DES DARK STORES DANS LES CENTRES-VILLES DES MÉTROPOLIS

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 m², 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.

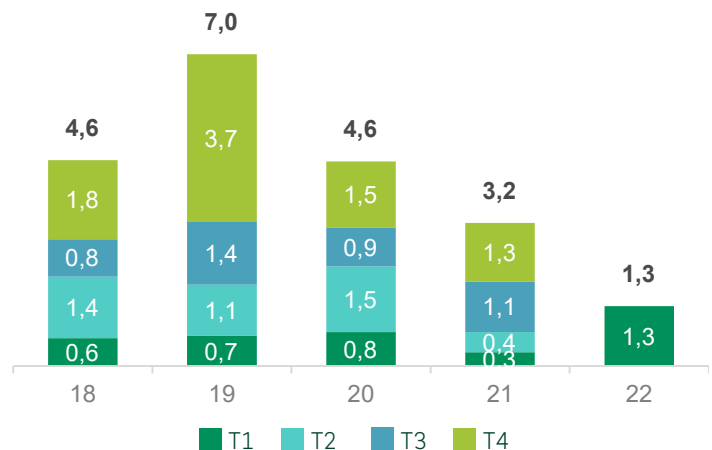
DE BELLES OPÉRATIONS POUR TOUTES LES TYPOLOGIES

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

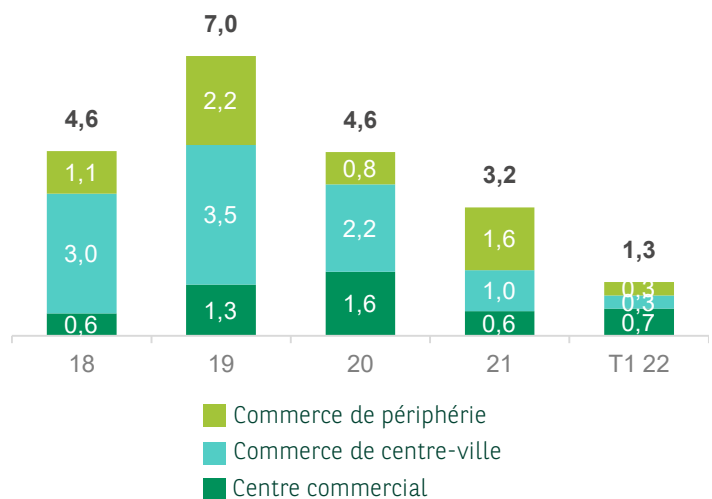
L'acquisition par Société Général Assurances et BNP Paribas Cardif de 45% du centre commercial Carré Sénart fait grimper la part des assureurs-mutualistes dans le volume global des investissements. Viennent ensuite les fonds, notamment des fonds anglo-saxons, à l'image de Tristan Capital Partners qui 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



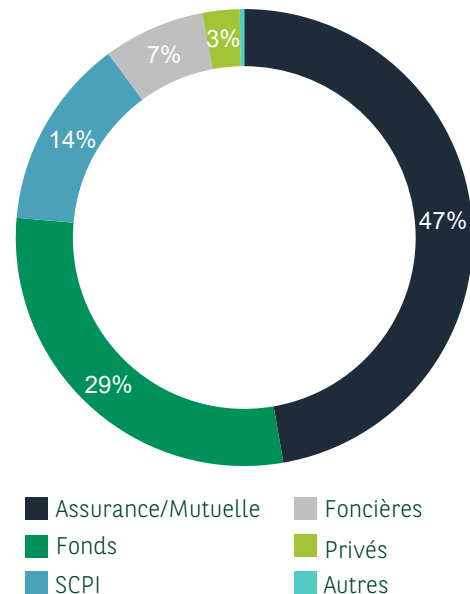
Source : BNP Paribas Real Estate

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



Source : 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 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 Guillaud
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

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

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 00 00
Emmanuel.tarnaud@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**