

MARKETBEAT

COMMERCE

Bilan 2024

Better never settles

MARKETBEAT COMMERCES BILAN 2024

Principaux indicateurs fin 2024

+1,1%



PIB
2024 (p)

+2%



Inflation
2024 (p)

99,4



Climat des affaires
du commerce de
détail
Moy. 2024

91



Moral des
ménages
Moy. 2024

+0,9%



Consommation
des ménages
2024 (p)

7,4%



Chômage
France (hors Mayotte)
Est fin 2024

+1,1%



Activité du
commerce
spécialisé
2024

21%



Part du commerce
dans les volumes
investis
2024

(p) prévisions  Tendence récente

Sources : INSEE, Banque de France, PROCOS

PANORAMA ECONOMIQUE

BILAN 2024

Instabilité politique et consolidation budgétaire ne font pas bon ménage

La fiabilité du pays remise en question

+0,2 pts, c'est l'impact des Jeux Olympiques et Paralympiques sur l'activité économique du pays en 2024. L'année s'est achevée sur un désordre politique, conséquence de la dissolution de l'Assemblée nationale en juin, sur fond d'aggravation de la situation des finances publiques.

Le projet de loi de finances ayant été censuré début décembre, la nomination d'un nouveau premier ministre juste avant les fêtes et l'adoption de la « loi spéciale » par l'Assemblée nationale devraient permettre de tracer une première ligne budgétaire pour 2025. En attendant, l'assainissement des finances publiques n'a pu être mené à bien en 2024, et le déficit atteint entre 6,1% et 6,2% du PIB en fin d'année faute de recettes suffisantes.

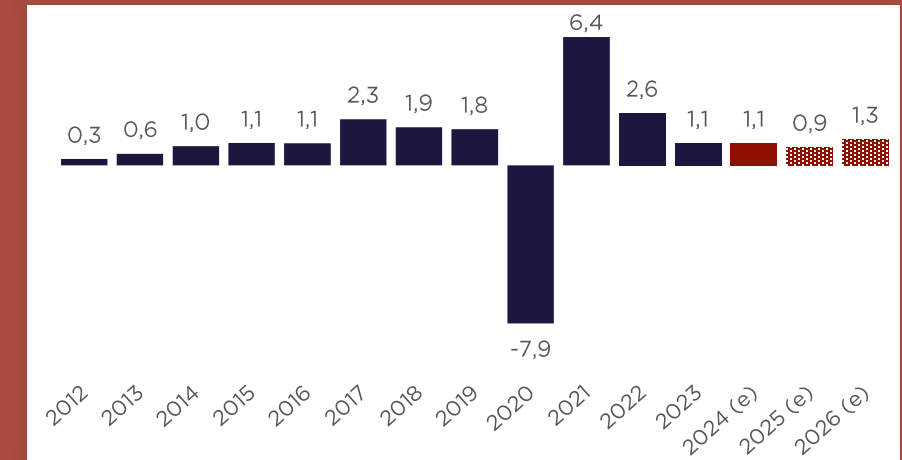
D'autre part, 2024 s'achève sur une croissance du PIB relativement modérée de +1,1%, après un 4^{ème} trimestre atone. L'activité économique a été alimentée principalement par les performances du commerce extérieur, devant une consommation des ménages qui est restée timide et similaire à l'année précédente. Le moral des ménages est remonté sur les 10 premiers mois de l'année en partie grâce à l'effet « JO », alors que les chefs d'entreprises ont subi le choc de la dissolution dégradant significativement le climat des affaires au 2^{ème} semestre.

L'épargne se maintient à un niveau élevé en fin d'année (aux alentours de 18%). Malgré la baisse de l'inflation (2% estimée vs 4,9% en 2023) et le regain de pouvoir d'achat, les ménages devraient rester circonspects dans leurs dépenses tant que les incertitudes économiques et budgétaires ne seront pas levées.

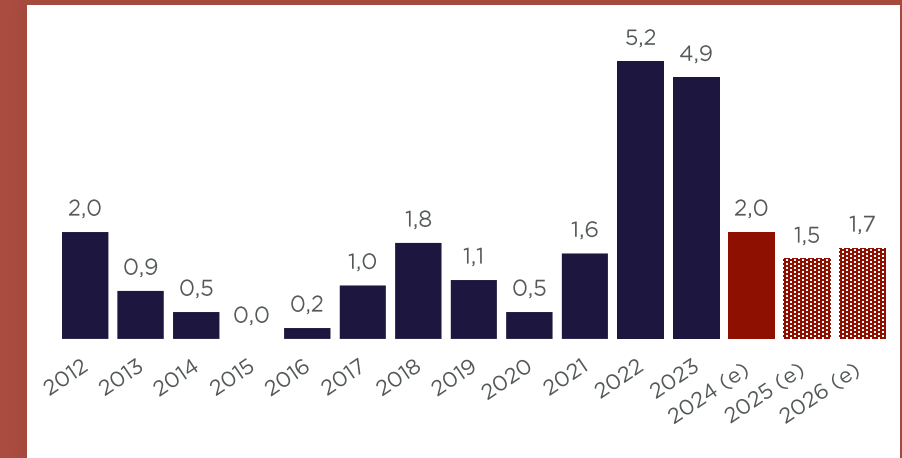
L'instabilité politique reportant la réduction de la dette et du déficit à 2025 ou 2026 a par ailleurs incité certaines agences de notation à la précaution en dégradant la note de la France, toujours en procédure de déficit excessif sous contrôle de la Commission Européenne.

Le retournement sur le marché de l'emploi se confirme depuis l'automne, alimenté par la hausse des défaillances d'entreprises (+18% sur 1 an à fin novembre) et des plans sociaux, portant le nombre total de chercheurs d'emploi à 3,14 millions en fin d'année. La généralisation de la réforme France Travail en 2025 devrait gonfler automatiquement les chiffres avec la réintégration de 1,2 million de bénéficiaires du RSA ou de jeunes en recherche d'emploi qui n'étaient pas enregistrés jusqu'ici. Estimé à 7,4% en fin d'année, l'INSEE prévoit une légère hausse du taux de chômage courant 2025, qui devrait atteindre 7,6% à la fin du 1^{er} semestre.

Croissance annuelle du PIB France (%)



Evolution du taux d'inflation France (%)



Source : INSEE, Banque de France



01

**CONSOMMATION
ET ENSEIGNES**

MARKETBEAT COMMERCES BILAN 2024

France: destination touristique n°1

Une attractivité qui ne demande qu'à être confortée dans le temps

L'année 2024 a été riche en événements d'ampleur internationale pour la France, avec les Jeux Olympiques, l'anniversaire du Débarquement et la réouverture de Notre-Dame. En dépit d'une situation contrastée selon les territoires et les périodes de l'année, le pays a bénéficié d'une hausse de sa fréquentation touristique en 2024 grâce à la progression des visiteurs étrangers (+2%), qui a contribué à augmenter les revenus du tourisme de +12% par rapport à 2023. Ces recettes ont été principalement alimentées par une clientèle limitrophe d'Europe du Nord (Belgique, Suisse, Allemagne et Royaume-Uni) et des Etats-Unis, devant des marchés plus lointains (Chine, Japon, Australie), qui continuent néanmoins de progresser en termes de fréquentation.

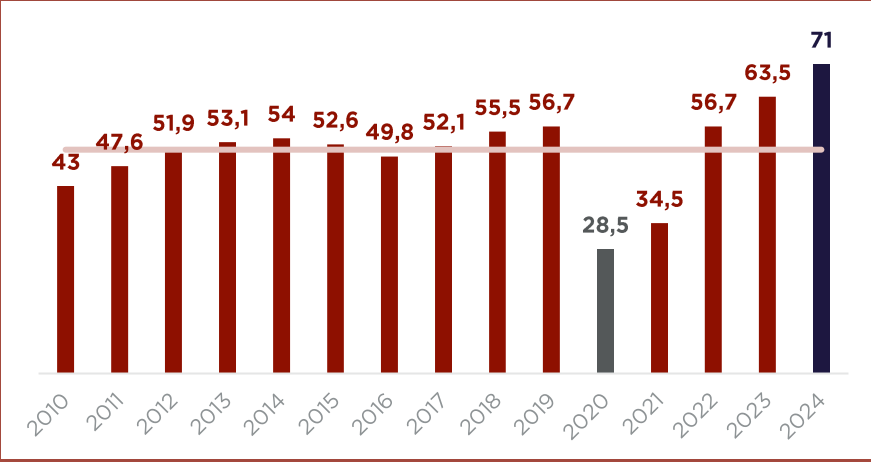
La tenue des Jeux Olympiques a ponctuellement généré une hausse des arrivées touristiques en Ile-de-France de plus de 16% par rapport à 2023 avec 3 millions de touristes sur la période dont 53% d'étrangers. Cette performance est néanmoins à temporiser avec le bilan touristique sur l'ensemble de la période estivale (-4,7%), et notamment le fort recul de fréquentation constaté avant et entre les jeux Olympiques et Paralympiques (-13,5%).

Avec des taux d'occupation hôteliers en forte hausse durant la période des Jeux à Paris (+10,1 pts vs 2023) mais aussi en régions (+8,3 pts à Lyon, +8 pts à Marseille et +30,7 pts à Lille), ces flux de clientèle additionnels ont bénéficié quasi-exclusivement aux commerces et restaurants localisés à proximité des installations olympiques.

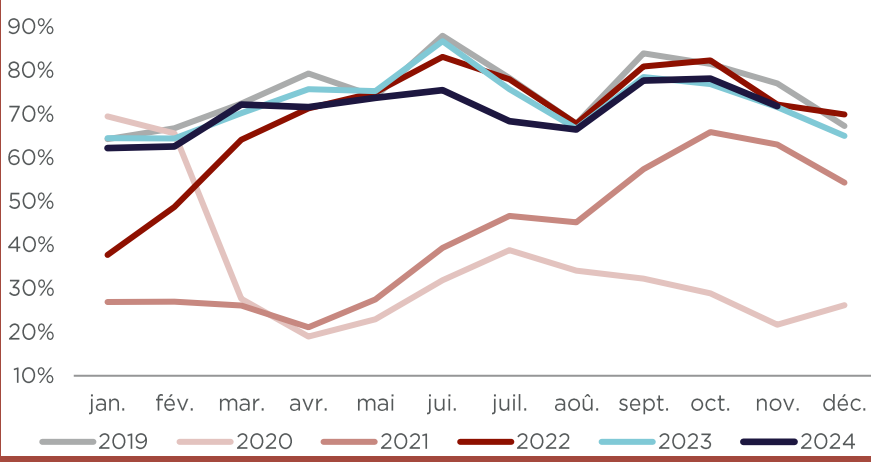
On ne note pas d'impact favorable sur l'ensemble du commerce de détail qui affiche des performances en recul sur le 3^{ème} trimestre (Indice de chiffre d'affaires moyen 2024 de -0,5% vs T3 2023).

L'exposition internationale et la renommée acquise par la Ville de Paris et l'ensemble du pays durant ces événements d'envergure devraient contribuer à maintenir l'attractivité touristique de la France pour les mois à venir avec des répercussions attendues au-delà du secteur touristique. Les prévisions de réservation aériennes (+10% estimées eu T1 2025) vont dans ce sens, de même que la croissance attendue des taux d'occupation hôtelière sur le marché parisien.

Recettes touristiques internationales en France, en milliard d'€



Taux d'occupation des hôtels franciliens, %



Sources : Paris je t'aime, Atout France, INSEE

MARKETBEAT COMMERCES BILAN 2024

Consommation et chiffres d'affaires

Prudence est mère de sûreté

Les nombreuses incertitudes politiques qui ont parsemé l'année n'ont pas réussi à relancer sensiblement la consommation des ménages (+0,9%) même si le pouvoir d'achat (+2,1% vs +0,9% en 2023) a été renforcé par une hausse partielle des salaires et surtout la fin de la flambée des prix depuis un an. Le taux d'épargne est reparti à la hausse et frôle 18% du revenu brut en fin d'année, témoignant de la prudence des consommateurs qui arbitrent leurs dépenses « non essentielles » et continuent d'alimenter leur réserve en cas de besoin. La dégradation de l'indice de confiance des ménages en fin d'année (-2,3 pts au T4 2024) est le reflet des nombreuses incertitudes qui pèsent sur l'économie et notamment la crainte de futures hausses des impôts et la reprise du chômage.

L'indice de chiffre d'affaires du commerce de détail de la Banque de France termine donc l'année en repli (-0,8%), en amélioration toutefois par rapport à 2023 (-2,3% sur 1 an). L'indice PROCOS d'activité du commerce spécialisé avance également une croissance plus faible que l'an passé mais reste positif sur l'année (+1,1% vs +3,5% en 2023).

17,9%

Taux d'épargne 2024

-0,8%

Indice CA commerce de détail 12 mois 2024

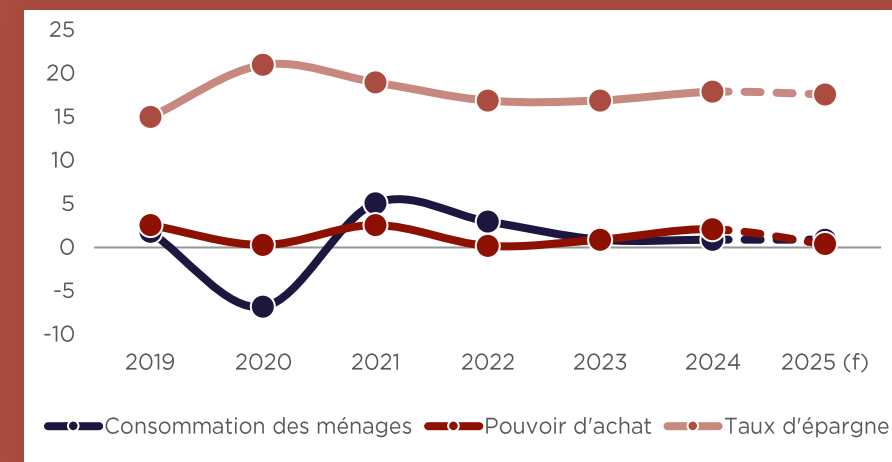
+1,1%

Activité du commerce spécialisé 2024

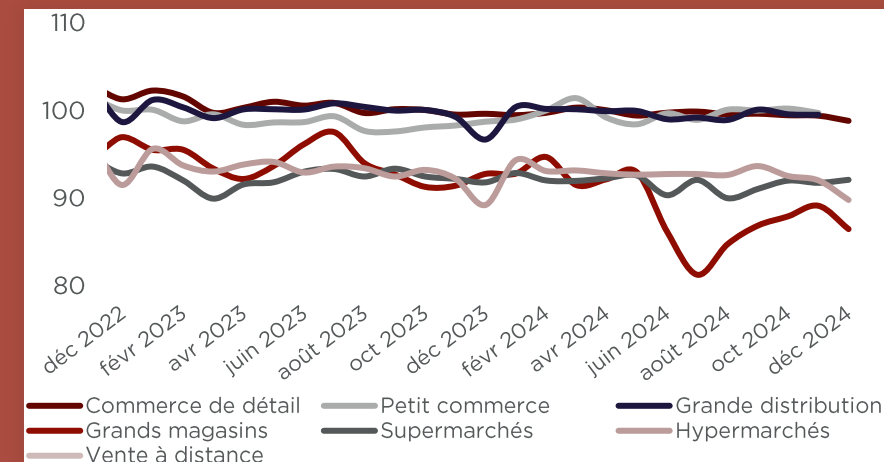
Tous les formats de distribution affichent une évolution négative en 2024, à l'exception du **petit commerce** en très légère hausse sur 12 mois à fin novembre (+0,9%), témoignant de l'attachement des consommateurs à la proximité depuis la pandémie. A l'inverse, les **Grands Magasins** (-5,3%) ont été pénalisés par l'effet « JO » qui ont favorisé la désertion des établissements parisiens durant l'été au profit des épreuves sportives.

En termes d'activités, les secteurs de la **parapharmacie** et des **jouets** terminent l'année sur une croissance significative de leurs ventes alors et le **sport** devrait terminer l'année à +0,7% sur les 12 derniers mois. Enfin **l'équipement de la maison**, en particulier le bricolage et les meubles, confirme le repli d'activité entamé depuis plusieurs mois avec un recul des ventes entre -5% et -6% selon les secteurs. Pendant ce temps, le **discount** poursuit son développement sur le créneau généraliste avec une croissance de performances qui suit l'expansion du parc, en témoignent les enseignes ACTION et NORMAL qui achèvent l'année sur des croissances à 2 chiffres.

Principaux indicateurs de consommation - France



Evolution de l'indice des ventes du commerce de détail



Sources : INSEE, Banque de France, PROCOS

MARKETBEAT COMMERCES BILAN 2024

Mouvements des enseignes

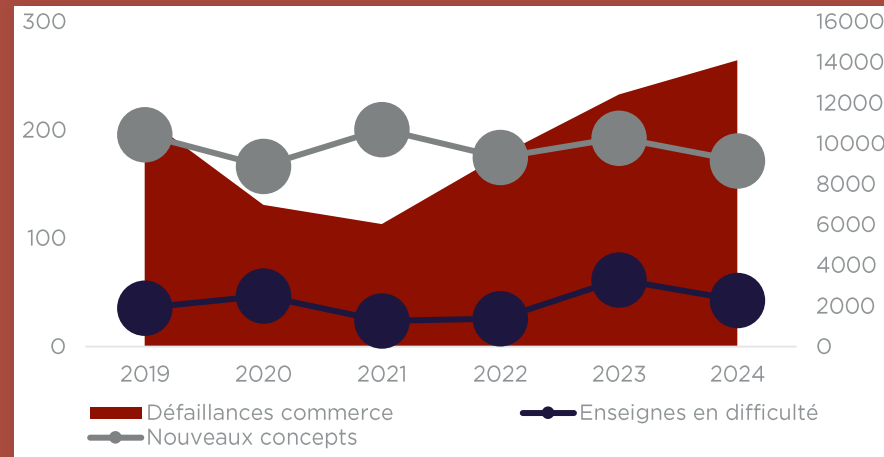
Des signes de contraction du marché

Les effets du ralentissement de l'économie et de la consommation commencent à se faire sentir sur le marché des enseignes. Le dernier rapport réalisé par ALTARES fait état d'un nombre de défaillances d'entreprises en hausse depuis 2 années consécutives. Après +36% de procédures en 2023, l'année 2024 s'affiche à +17% avec près de 68 000 procédures ouvertes sur l'année. Majoritairement en cause, les remboursements de PGE sont toujours difficiles à honorer par certaines entreprises dont les performances peinent à retrouver leur niveau de prépandémie. A cela s'est ajouté l'augmentation des coûts d'exploitation depuis la flambée inflationniste de 2022 qui a fragilisé un peu plus les résultats des entreprises, et en première ligne les commerces.

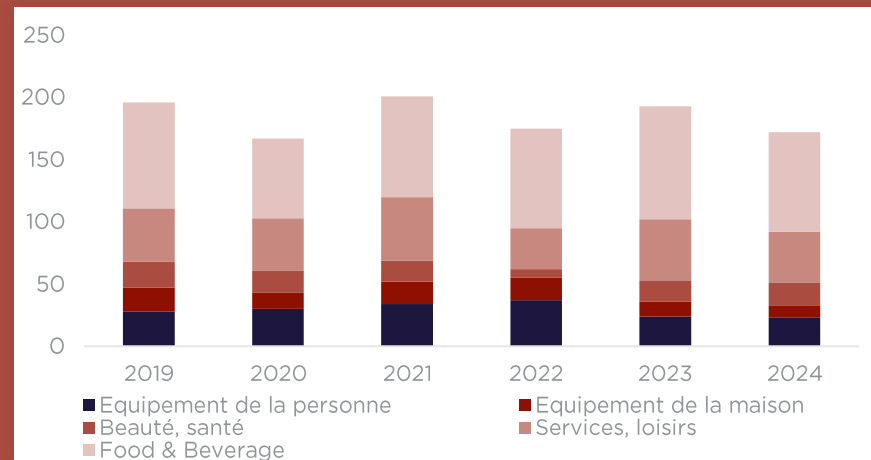
Cependant, contrairement à d'autres secteurs, le **commerce de détail** a bénéficié d'une embellie en fin d'année (-0,6% de défaillances au T4 2024) avec un recul particulièrement marqué pour les magasins à dominante alimentaire, en optique, pharmacie et même en **habillement** dont les performances des magasins semblent reprendre de la vigueur face aux ventes en ligne d'après l'Alliance du Commerce.

Sur l'année, les procédures en commerce sont néanmoins en hausse (+13,5%), bien qu'en-deçà de la moyenne générale des secteurs d'activités. L'**équipement de la maison** reste très affecté par le recul de la consommation avec une hausse des procédures de +27,3% en 2024 et un nombre de nouveaux concepts en recul de -17%. De même, le secteur de la **restauration** continue d'afficher un nombre croissant de défaillances (+9,3%), qui s'accompagne d'un repli significatif de nouveaux concepts et enseignes en 2024 (-25%). A l'inverse, les secteurs de l'**alimentation** et de la **beauté/santé** et particulièrement la cosmétique, ont été très dynamiques cette année avec une croissance des nouveaux concepts de +13% et +7% respectivement. En effet, l'offre alimentaire se développe de plus en plus sous forme d'enseignes « monoproduits » avec l'essor de concepts « sucrés » de type biscuiteries/cookies/Donuts comme BEN'S COOKIES, BAKIN'DONUTS, BADIANI, etc. En léger recul mais toujours en expansion, les **loisirs** continuent de se développer sous diverses formes. Les enseignes de fitness (BASIC-FIT, NEONESS) poursuivent activement leur politique d'expansion sur le territoire, à la fois en centre-ville et en périphérie.

Rapport entre les défaillances en commerce et les nouveaux concepts



Nouveaux concepts par secteur d'activité

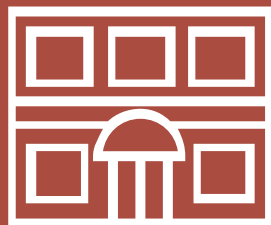


MARKETBEAT COMMERCES BILAN 2024

Le magasin est au cœur du réseau omnicanal

Les préférences des Français en matière d'achat
(Les Parcours d'achat omnicanaux en France 2024 – IFOP pour Comarch)

Recherche et
achat en magasin



59%

Recherche en
magasin et
achat en ligne



16%

Recherche en
ligne et achat en
magasin



30%

Recherche et
achat en ligne



42%

Omnicanalité

48%

MARKETBEAT COMMERCES BILAN 2024

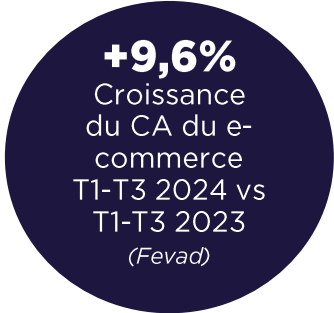
E-commerce

Un « reflet » de la conjoncture

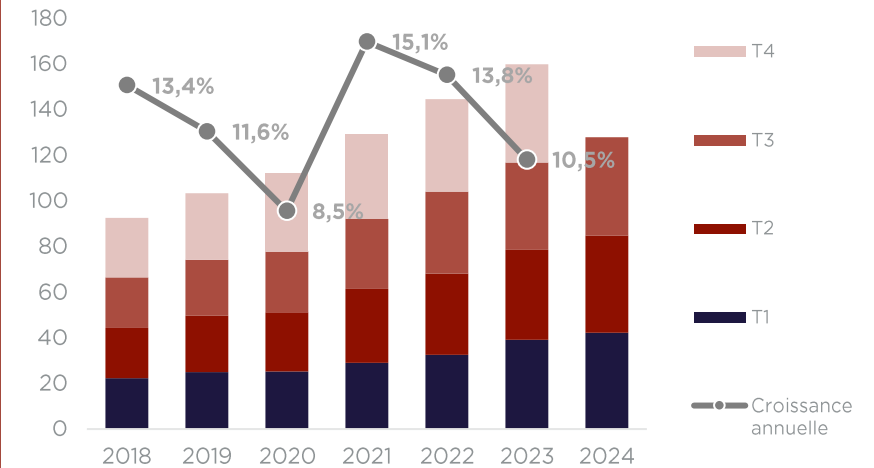
Les ventes en ligne poursuivent leur rythme de croissance entamée en 2024 avec une hausse de +12,5% au 3^{ème} trimestre selon les chiffres de la FEVAD. Cette évolution à 2 chiffres renoue avec les performances enregistrées postpandémie sur la même période grâce à une augmentation du nombre de transactions de +13,5%. Le redémarrage de l'activité en ligne a été stimulé par la baisse de l'inflation qui a permis aux ventes de produits de repartir à la hausse (+3%) après un ralentissement de deux années. Les ventes de services continuent de progresser, notamment sur le secteur des voyages (+6%), renforcé par l'effet JO sur le tourisme.

De son côté, PROCOS affiche également une accélération de l'activité en ligne avec une augmentation de +2,1% des ventes internet des enseignes sur 2024 (vs +0,5% en 2023).

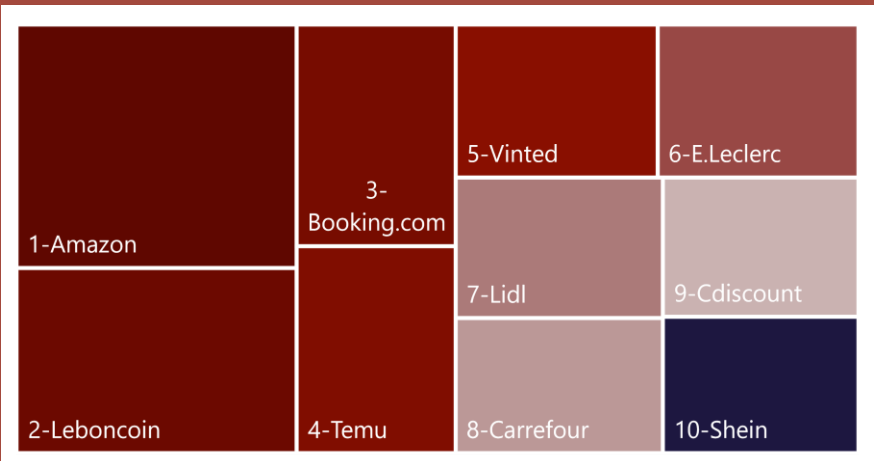
Le dernier classement Médiamétrie/Net Ratings des sites les plus visités au 3^{ème} trimestre 2024 illustre pleinement l'évolution de la configuration du paysage commercial actuel. Il offre la première place à AMAZON, suivi par LE BON COIN, deux sites historiques généralistes de vente de produits. Seules 3 enseignes de la grande distribution sont présentes dans ce classement désormais trusté par les *marketplaces* dont 2 spécialisées de 2nde main (LE BON COIN et VINTED). On note par ailleurs l'arrivée dans le classement depuis quelques trimestres seulement des sites TEMU et SHEIN qui ont réalisé tous deux en parallèle une percée fulgurante sur les marchés d'Europe occidentale, avec toutefois des stratégies commerciales et de distribution relativement distinctes.



Chiffre d'affaires du e-commerce FRANCE (milliard d'€)



Top 10 des sites et applications les plus visités en France (T3 2024)





02

CENTRES-VILLES

MARKETBEAT COMMERCES BILAN 2024

Centres-villes

La boutique en format vedette

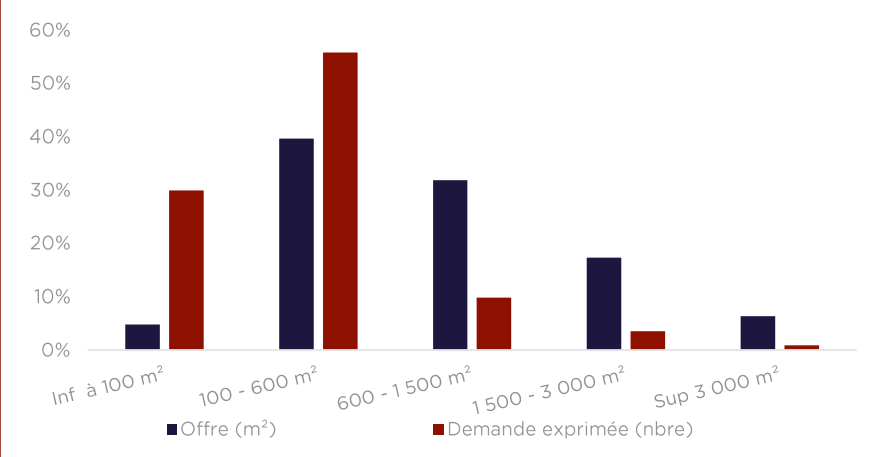
Contre toute attente, le 2^{ème} semestre est resté dynamique sur le plan locatif, faisant suite à une période pré olympique particulièrement active. Plus des ¾ des demandes exprimées par les enseignes en 2024 ont porté sur le format boutique (inférieur à 600 m²) dans un contexte où l’offre sur ce créneau de surface est assez disparate et toujours inférieure à la demande. Cette tendance se confirme à l’échelle européenne ou les unités de moins de 200 m² ont représenté la moitié des transactions recensées au 1^{er} semestre (*European retail Radar*). A l’inverse, le décalage se confirme entre l’offre disponible sur la tranche des moyennes et grandes surfaces (>2 000 m²) en centres-villes, et le repli de la demande des enseignes. Ce segment de surface répond plus difficilement aux besoins et priorités actuels des enseignes du fait de leur configuration, de leur accessibilité et des coût afférents.

La demande s’est portée sur les artères les plus prisées de la capitale (qui totalise 43% des transactions 2024) et des principales métropoles régionales, notamment en provenance des enseignes nationales et internationales autour du sport (vêtements, accessoires, chaussures). Ce secteur surfe sur la vague « JO » et s’enrichit à Paris de concepts généralistes (EKOSPORT) et plus spécialistes

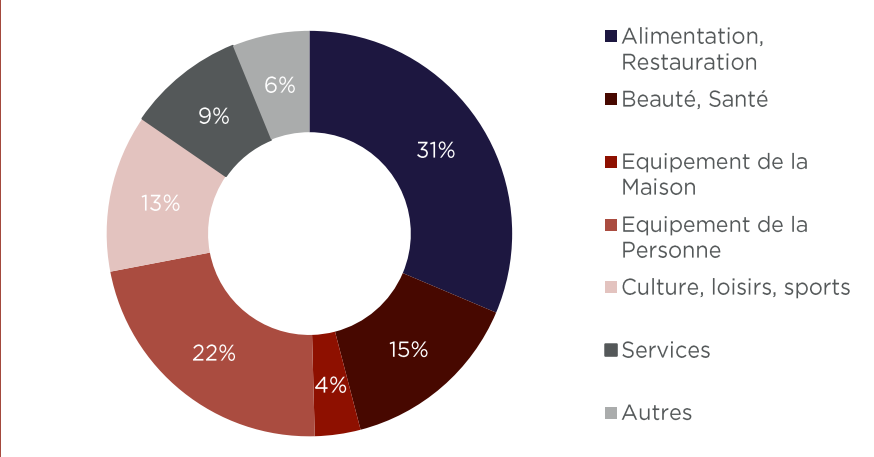
comme le vélo avec le CAFE DU CYCLISTE, ou le ski (BLACK CROWS, MILLET ou SALOMON). La part des activités de culture, loisirs et sport a ainsi augmenté de manière significative et s’élève à 13% des transactions recensées en 2024, également grâce au dynamisme des enseignes de loisirs.

Le food & beverage concentre la majorité des implantations de l’année en centres-villes (environ 1/3), en très légère baisse par rapport à 2023. Ce secteur reste néanmoins très actif grâce à l’afflux de nouveaux concepts et au retour des flux induits par la régulation du télétravail. Les concepts de cafés et boulangeries/pâtisseries ont été particulièrement actifs en termes d’expansion en centres-villes. Les enseignes d’alimentation privilégient les petits formats (inférieurs à 100 m²) alors que les besoins en surface pour la restauration peuvent dépasser 200 m² selon les concepts. Le food & beverage a l’avantage de pouvoir s’implanter dans tous types de quartiers et d’artères sur une typologie de surface offreuse, ce qui explique en partie la densité du maillage de l’activité dans les centres-villes. Il s’agit par ailleurs d’une activité de destination, facile à relayer par les réseaux sociaux.

Rapport offre et demande par taille de surface en centres-villes, 2024



Répartition des transactions en centre-ville par activités en 2024 - France



MARKETBEAT COMMERCES BILAN 2024

Centres-villes

Vers un nouveau cycle du luxe

Après une période d'activité intense pour le secteur du luxe en 2023, le rythme des ouvertures s'est replié cette année sur la capitale alors qu'il s'est maintenu en régions, notamment au sein des principales villes « resort » telles que St Tropez, Cannes et Nice.

En revanche, les signatures ont enregistré une hausse de près de 30% par rapport à 2023 et témoignent de la reprise d'un nouveau cycle post-olympique. Au vu des engagements réalisés en 2024, Paris redevient l'épicentre du commerce de luxe et concentre les ¾ des signatures de l'année dont les ouvertures devraient intervenir dans les 3 prochaines années.

Sur le podium des artères les plus dynamiques (en cumul ouvertures et signatures), figure la rue Saint-Honoré en première place, suivie de la rue de la Paix et de l'avenue de Suède à Nice qui affiche un dynamisme nouveau sur le terrain du luxe avec l'arrivée de CHANEL, GUCCI et SAINT-LAURENT. L'avenue des Champs-Élysées continue de bénéficier d'une forte attractivité sur le créneau du luxe et reste une valeur sûre pour les enseignes en recherche d'une exposition internationale.

Stabilité des valeurs locatives en centres-villes

A la suite des ajustements réalisés depuis la pandémie sur les artères les plus demandées, et passé l'effet de la forte indexation sur les nouveaux baux et renouvellements, les valeurs locatives sont globalement restées stables en 2024 sur les principales artères de centres-villes. Une exception cependant porte sur l'avenue des Champs-Élysées où l'effet Jeux Olympiques et le caractère exclusif de l'offre ont contribué à maintenir la pression sur les valeurs locatives qui sont reparties à la hausse sur les emplacements les plus demandés en partie haute de l'avenue.

La baisse de l'inflation désormais actée procure une nouvelle stabilité aux taux d'effort des enseignes alors que les mesures d'accompagnement continuent d'être intégrées aux contrats lors des négociations de renouvellement et de nouveaux baux. De plus les derniers chiffres CODATA sur la vacance annoncent une hausse de +0,9 points entre 2023 et 2024 tous formats confondus et de +1,1 pts en centres-villes (vs +0,6 points en 2023). Cette tendance devrait favoriser le maintien de ces mesures lors des prochaines commercialisations.

Valeurs locatives centres-villes, €/m² Za

MARCHÉ	VILLE	LOYER PRIME MOYEN (€/m² ZA)*	TENDANCE RÉCENTE
CENTRES-VILLES		17 000	
Avenue des Champs Elysees	PARIS	17 000	▲
Rue de Rivoli	PARIS	3 300	▶
Boulevard St Germain	PARIS	4 700	▶
Rue St. Honoré	PARIS	13 500	▶
Rue des Francs-Bourgeois	PARIS	6 200	▶
Rue de la Republique Lyon	LYON	2 500	▶
Rue St Ferreol Marseille	MARSEILLE	1 300	▶
Rue St. Catherine Bordeaux	BORDEAUX	2 500	▶

*Valeurs observées en m² Zone A (suivant la Méthode Générale de Pondération des surfaces). Ces valeurs, exprimées hors taxes hors charges, s'entendent droit au bail décapitalisé et réintégré.



03

**CENTRES
COMMERCIAUX
ET ZONES
COMMERCIALES
PÉRIPHÉRIQUES**

MARKETBEAT COMMERCES BILAN 2024

Centres commerciaux

Des actifs résilients dans un contexte de consommation atone

L'année 2024 se termine sur une note positive pour la typologie des centres commerciaux tant en termes de fréquentation que de chiffres d'affaires selon les chiffres publiés par FACT/QUANTAFLOW. Concernant la fréquentation, cette performance s'inscrit en recul par rapport à 2023 (+1,1% vs +1,9% en 2023) malgré un été et un automne plus dynamiques que l'an passé (+4,4% en août vs -1,7% en 2023). Le mois de décembre concentre invariablement le plus grand nombre de visiteurs (10,5% des flux 2024) et correspond à une période stratégique de l'année, où se joue une grande partie des résultats des enseignes. La fréquentation en décembre s'inscrit en recul de -1,2% par rapport à 2023, en partie lié aux incertitudes générées par la censure du gouvernement au début du mois.

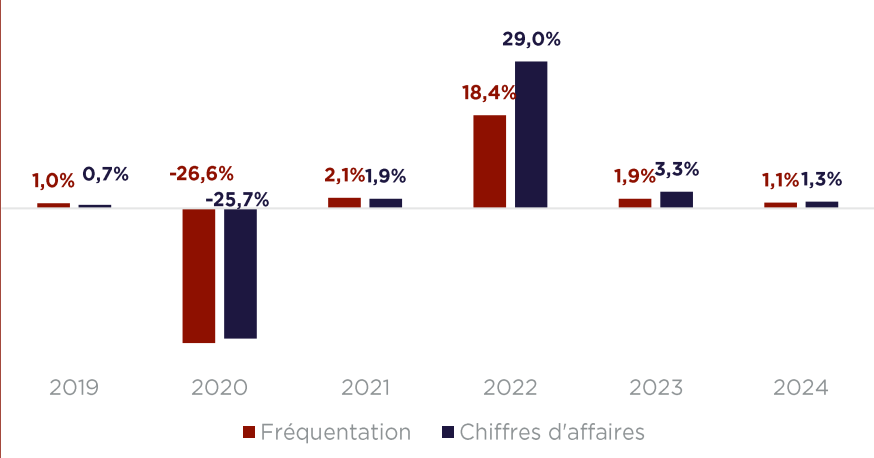
En dépit d'un temps de visite à nouveau en baisse en fin d'année, la hausse de la fréquentation des centres commerciaux (+1,1% en 2024) s'est reflétée proportionnellement dans les performances des commerçants dont les chiffres d'affaires ont augmenté de +1,3% en cumul à fin décembre selon les données de la FACT. A l'exception d'avril et de juillet, tous les mois se sont achevés en positif, avec de très bonnes performances en août et en octobre.

Les centres super régionaux ont été les grands gagnants de l'année en termes de fréquentation (+3,9%), alors que les formats intermédiaires (grands centres) affichent des performances en recul sur 2024 (-0,5%).

En ce qui concerne les développements, l'année 2024 marque clairement le pas dans une tendance déjà baissière avec un volume de 87 000 m² inaugurés dans l'année, soit un recul de -44% par rapport à 2023. Grâce à l'ouverture du centre commercial Neyrpic sur près de 50 000 m² qui représente plus de la moitié du total inauguré cette année, la part des créations *ex-nihilo* a bondi exceptionnellement de 0% en 2023 à 62% en 2024. Le reste des ouvertures a porté sur la valorisation de surfaces existantes. On peut citer l'extension/restructuration du « CNIT » à La Défense qui s'étend désormais sur 37 000 m² dans la continuité du centre commercial « Les 4 Temps » et la transformation du centre commercial « Arcades » de Noisy-le-Grand, avec le développement de moyennes surfaces (ACTION, ZARA) et la rénovation de son concept architectural.

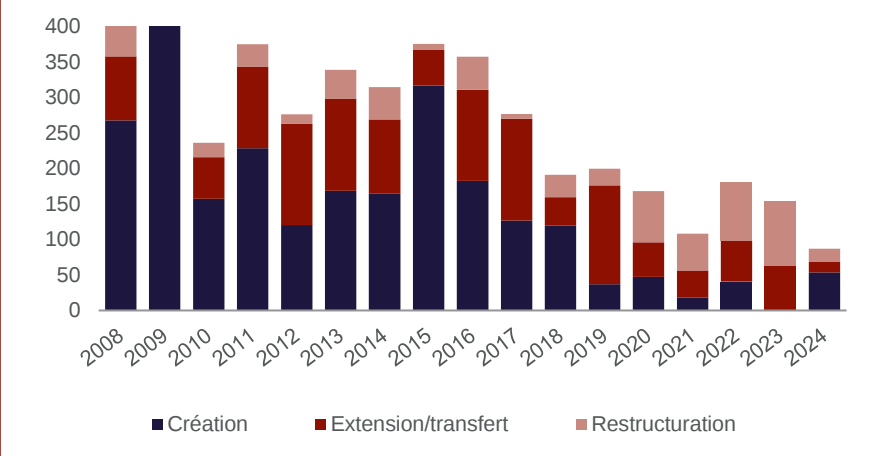
Au total, le taux d'ouverture 2024 se situe aux alentours de 25% pour la typologie des centres commerciaux, soit bien en-dessous des moyennes historiques constatées.

Fréquentation des centres commerciaux, évolution du cumul annuel, %



Surfaces inaugurées en centres commerciaux

(En milliers de m²)



MARKETBEAT COMMERCES BILAN 2024

Parcs d'activités commerciales périphériques

Changement d'échelle

Le déclin clairement amorcé depuis la pandémie se confirme à nouveau en 2024 pour la typologie des parcs d'activités périphériques avec un total de 73 000 m² supplémentaires inaugurés sur l'année. Ce résultat représente une baisse de près de 20% par rapport à 2023, moins spectaculaire que pour les centres commerciaux, mais dans la continuité de la trajectoire des 4 dernières années. La moyenne des surfaces développées depuis 2020 se situe largement en-deçà des moyennes historiques plus anciennes (près de -70% par rapport à la décennie 2010/2020). Ce recul des superficies développées sur ce format de commerce s'explique par plusieurs facteurs d'ordre conjoncturel et résulte d'une baisse en nombre de sites et de la réduction de la taille des projets d'environ ¼ de leur superficie. En 2024, on développe moins et plus petit.

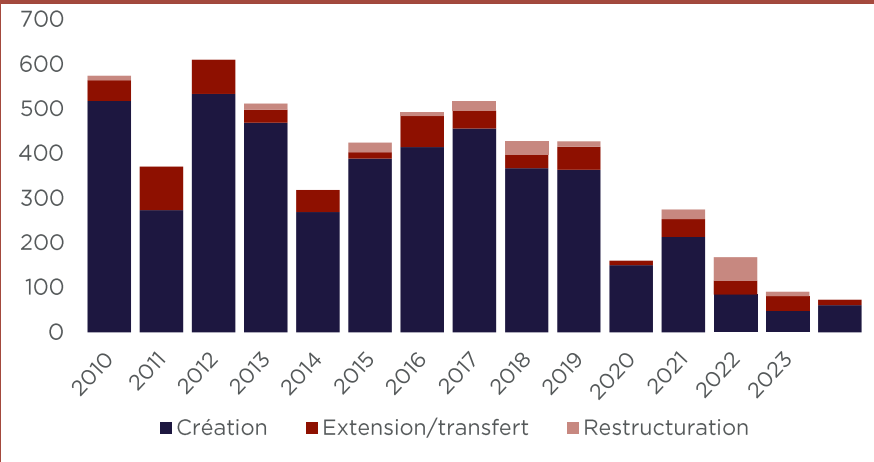
Les ouvertures de cette année ont porté sur des formats inférieurs à 20 000 m² comme l'implantation de 4 moyennes et grandes surfaces sur la zone commerciale d'Englos (STOKOMANI, BUT, CHAUSSEA et GIF), l'inauguration de « Cap Koad » par Frey à Bain de Bretagne et celle de « Central Parc-Grand Epagny » près d'Annecy par La Compagnie de Phalsbourg.

Les créations sont toujours majoritaires dans le panel des surfaces inaugurées en zones périphériques et totalisent 84% des ouvertures cette année, en ligne avec la moyenne décennale (80%).

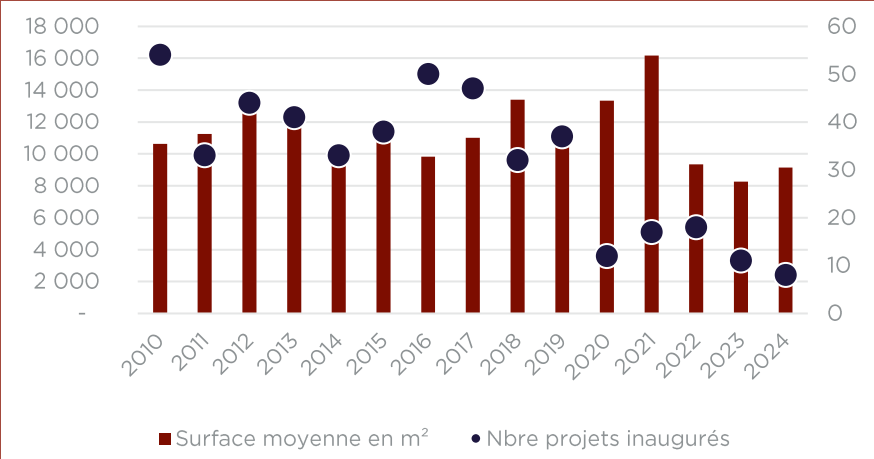
La typologie des parcs d'activités commerciales périphériques affiche un taux d'ouverture de moins de 20%, largement en-dessous des moyennes historiques. Cette situation illustre à nouveau le décrochage constaté par rapport au dynamisme des tendances passées malgré un pipeline encore très ambitieux en début d'année, alimenté par une multitude de petits projets.

Néanmoins, malgré ce ralentissement du rythme d'expansion du parc, la périphérie continue de bénéficier d'atouts incontestables qui maintiennent l'attractivité du modèle auprès de tous les acteurs du commerce et incontestablement auprès de la clientèle. Cette dernière y voit un bon compromis entre des prix compétitifs et une offre de plus en plus diversifiée. Les retails parks de nouvelle génération offrent de nombreuses opportunités aux enseignes historiquement implantées en centre-ville, grâce à des redécoupages de surfaces vers le format boutique et à des niveaux de charges et de loyers maîtrisés.

Surfaces inaugurées en parcs d'activités périphériques
(En milliers de m²)



Evolution de la surface moyenne développée en parcs d'activités périphériques (m²) et du nombre de sites



Source : Cushman & Wakefield

MARKETBEAT COMMERCES BILAN 2024

Centres commerciaux et parcs d'activités commerciales périphériques

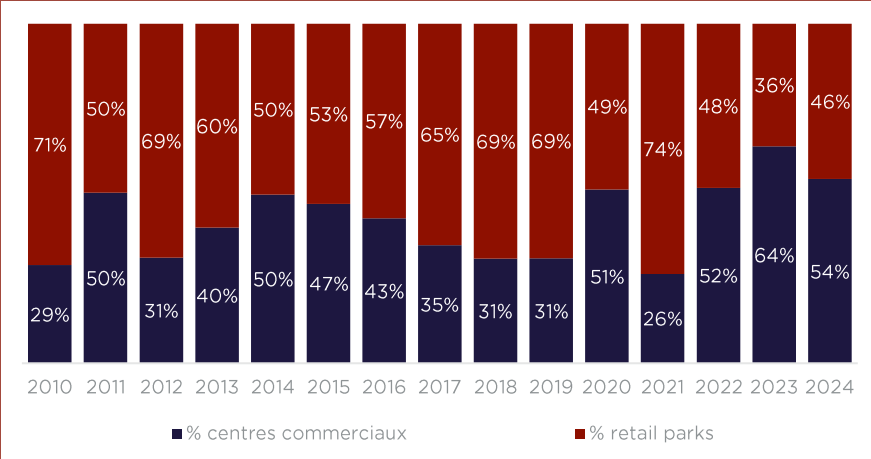
Depuis la sortie du Covid, la tendance s'est inversée et les projets de parcs d'activités commerciales (PAC) sont devenus minoritaires en termes de surfaces à développer. Ils ont concentré cette année 46% des m² inaugurés en 2024, une part qui s'explique par le poids du projet Neyrpic au sein du compartiment des centres commerciaux. Les parcs d'activités commerciales périphériques devraient néanmoins poursuivre leur développement, bien qu'à un rythme moins soutenu que par le passé, en raison d'une demande toujours forte sur ce format.

Les divers ajustements intervenus depuis la pandémie sur les valeurs locatives ont fait place à une relative stabilité, encouragée par le poids des charges d'exploitation, malgré la baisse de l'inflation, et un historique récent d'indexations en forte hausse. Le climat géopolitique incite par ailleurs à la prudence, voire à un certain attentisme dans la perspective d'une reprise significative des chiffres d'affaires des enseignes. Les chiffres 2024 de la vacance commerciale (CODATA) annoncent par ailleurs des taux en hausse, y compris pour les zones commerciales périphériques (+0,5 pts). Les mesures d'accompagnement sont toujours intégrées aux négociations particulièrement en centres commerciaux où le taux de vacance dépasse désormais 16%.

Quelques ouvertures significatives en 2024

Commune	Projet	Nature	Surface en m ²	Type
Saint-Martin-d'Hères	Neyrpic	Centre commercial	49 950	creation
Sequedin/Les Englos	Retail Park	PAC	19 750	creation
Noisy-le-Grand	Les Arcades	Centre commercial	18 000	redevelopment
Bain de Bretagne	Cap Koad	PAC	16 250	creation
Epagny	Central Parc - Grand Epagny	PAC	12 000	creation
Puteaux	CNIT	Centre commercial	8 500	extension

Répartition des surfaces inaugurées en périphérie (en milliers de m²)



Valeurs locatives

Marché	Loyer prime moyen (€/m ²)	Tendance récente
Centres super régionaux	2 200	►
Centres régionaux	1,150	►
Grands centres	825	►
Petits centres	525	►
Périphérie		
Boîtes	260	►
Retail parks nouvelle génération	470	►

*sur la base de cellules de 150 à 200 m² en équipement de la personne



04

**MARCHE DE
L'INVESTISSEMENT**

MARKETBEAT COMMERCES BILAN 2024

Investissement

Mues et transitions pour le commerce

Faire mieux avec moins, un défi de taille pour le commerce

Avec un peu plus de 20% des volumes d'investissement en 2024, le commerce a enregistré un atterrissage à 2,5 milliards d'euros*, soit en légère baisse par rapport à l'année précédente. L'année se clôture par 191 transactions (contre 246 en 2023) avec des opérations de moins de 10M€ représentant en nombre 72% de toutes les transactions mais cependant seulement 16% des volumes totaux. Les transactions de petits volumes, jusqu'à 50 M€ totalisent 50 % des investissements de l'année (en progression de 10%).

Un retour attendu des commerces de centre-ville

Les actifs de centre-ville, qui ont vu leur part dans les volumes des commerces divisée par deux depuis la pandémie, ont regagné du terrain transactionnel sur l'année 2024 en venant se stabiliser à 28% (+17% par rapport à 2023). Par ailleurs, le réajustement des taux, acté à 4,25 % pour Paris, 5,00% à Lyon et 6,50% à Marseille, devrait rendre ces opportunités plus attractives pour les investisseurs institutionnels, notamment sur les artères du luxe, où l'on observe un retour progressif de l'appétit pour les actifs "core".

Une attractivité confirmée des retail parks

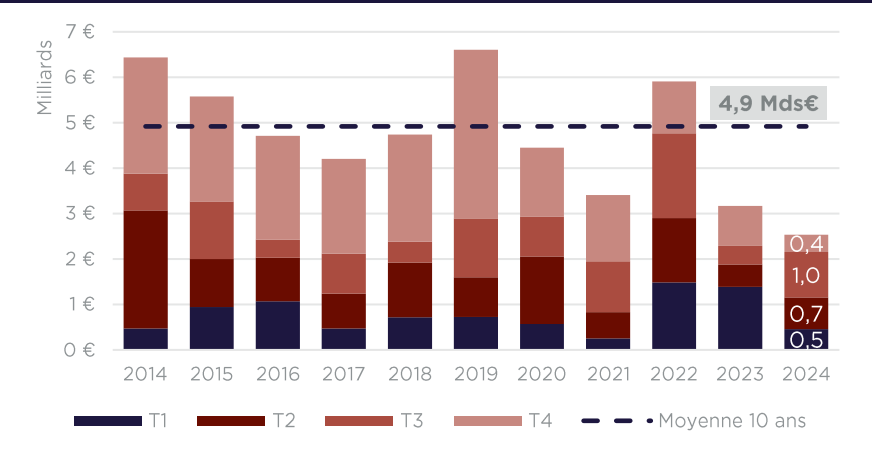
Cette classe d'actif continue de susciter l'intérêt des investisseurs (en progression de 6% par rapport à 2023 soit 448 M€), en raison de leur fonctionnement plus simple et de leur profil moins risqué. En témoigne la transaction du portefeuille Frey en toute fin d'année pour un peu moins de 200 M€. Les taux attractifs combinés à la facilité de gestion renforcent l'attractivité de cette typologie d'actifs et la place comme une cible privilégiée, surtout pour les investisseurs moins spécialisés qui souhaitent entrer sur le marché.

Un marché des centres commerciaux centré sur une transaction phare

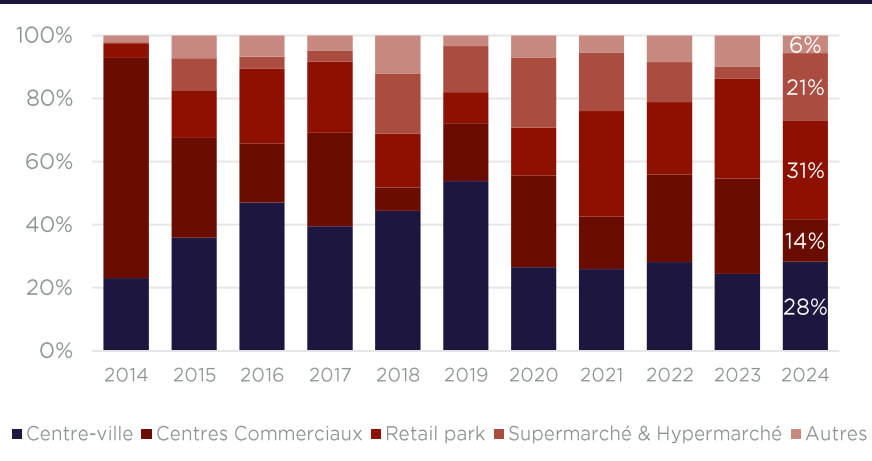
En revanche, le centre commercial qui reste un produit plus complexe, moins liquide, et principalement réservé aux acteurs privés ou spécialisés a été marqué par un net retrait des volumes d'investissement si l'on exclut la transaction du centre commercial O'Parinor (>200 M€).

Si ce segment représente 14% des volumes de la classe d'actif cette année en atteignant 350 M€, c'est principalement grâce à la transaction O'Parinor, qui a eu un poids considérable. En comparaison, la moyenne quinquennale est de 1,1 Md€, avec des parts de marché historiquement plus élevées (30% en 2023 et 28% en 2022). Sans cette transaction, le volume aurait été bien en dessous des performances passées.

Volumes commerces investis par trimestre, en Mds €



Volumes commerces investis par typologie d'actifs, %



Source : Cushman & Wakefield

*Volume arrêté Immostat hors transactions non comptabilisées et notamment la transaction relative au portefeuille FREY un peu en dessous de 200M€.

MARKETBEAT COMMERCES BILAN 2024

Quelques opérations significatives à l'investissement en commerce*
Bilan 2024

Opération	Secteur	Type	Vendeur	Acquéreur	Prix	Surface
PORTEFEUILLE 26 HYPERMARCHES	Portefeuille France	Supermarché & Hypermarché	IMMOBILIERE GROUPE CASINO (IGC)	TIKEHAU INVESTMENT MANAGEMENT / F&A ASSET MANAGEMENT	6. Plus de 200 millions	150 000 m²
 O'PARINOR	Ile-de-France	Centres Commerciaux	HAMMERSON	SOFIDY/ KLEPIERRE	6. Plus de 200 millions	69 571 m²
 IMMEUBLE MIXTE DOMINANTE COMMERCE	Paris QCA	Centre-ville	INVESTISSEUR PRIVE	Confidentiel	Confidentiel	Confidentiel
MANDARIN ORIENTAL	Paris QCA	Centre-ville	MANDARIN ORIENTAL INTERNATIONAL LIMITED	BLACKSTONE	5. De 100 à 200 millions	1 100 m²
PORTEFEUILLE AZUR	Portefeuille France	Supermarché & Hypermarché	MERCIALYS (51%) / BNP REIM (49%)	FONCIERE MAGELLAN / MTV CAPITAL / CIMEA PATRIMOINE	5. De 100 à 200 millions	56 700 m²
RP PROMENADES DE FLANDRES	Hauts-de-France	Retail Park	CEETRUS	BATIPART	4. De 50 à 100 millions	60 000 m²
RP RIOM	Auvergne-Rhône-Alpes	Retail Park	INVESTISSEUR PRIVE	SOFIDY	4. De 50 à 100 millions	34 000 m²
 42 RUE DE SEVRES-PARIS (buy side)	Paris Sud	Centre-ville	PIMPCO	BARINGS	Confidentiel	Confidentiel
 RP DIEPPE	Normandie	Retail-Park	OTHRYS ASSET MANAGEMENT	ROCHE & DUBAR	Confidentiel	Confidentiel

 TRANSACTION OPÉRÉE PAR CUSHMAN & WAKEFIELD

CUSHMAN & WAKEFIELD | RESEARCH

**hors transactions non comptabilisées notamment la transaction relative au portefeuille FREY un peu en dessous de 200M€.*



Source : Cushman & Wakefield

MARKETBEAT COMMERCES S1 2024

Définitions

CENTRE COMMERCIAL : Il se définit comme un ensemble d'au moins 20 magasins et services ou totalisant une surface commerciale utile (dite surface GLA) minimale de 5 000 m², conçu, réalisé et géré comme une entité. Centres commerciaux super régionaux : Centres commerciaux dont la surface GLA est supérieure à 80 000 m² et/ou totalisant au moins 150 magasins et services.

CENTRES COMMERCIAUX RÉGIONAUX : Centres commerciaux dont la surface GLA est supérieure à 40 000 m² et/ou totalisant au moins 80 magasins et services.

COMMERCE PÉRIPHÉRIQUE : Ensemble de points de vente situés dans les zones suburbaines des agglomérations. Il peut s'agir de centres commerciaux ou à thème, de retail parks, de moyennes surfaces spécialisées en stand alone ou de moyennes surfaces alimentaires. Le commerce périphérique fait opposition au commerce de centre-ville.

CO-TENANCY CLAUSE : clause spécifique dans les baux commerciaux qui permet aux locataires d'un centre commercial d'obtenir une compensation financière sous forme de réduction de loyer dans le cas où certaines enseignes phares quitteraient le centre, générant une éventuelle perte de trafic.

GRANDS CENTRES COMMERCIAUX : Centres commerciaux dont la surface GLA est supérieure à 20 000 m² et/ou totalisant au moins 40 magasins et services.

OUTLET / MAGASINS D'USINE : à l'origine un magasin attendant au lieu de production vendant à prix réduits, des produits en fin de série, d'une collection passée ou en sur-stockage. L'appellation magasin d'usine a été précisément définie par l'Article L310-4 du code du commerce : « La dénomination de magasin ou de dépôt d'usine ne peut être utilisée que par les producteurs vendant directement au public la partie de leur production non écoulee dans le circuit de distribution ou faisant l'objet de retour. Ces ventes directes concernent exclusivement les productions de la saison antérieure de commercialisation, justifiant ainsi une vente à prix minoré ». Les centres commerciaux spécialisés ont tendance à délaisser l'appellation de magasin d'usine au profit de centre ou village de marques, et finalement OUTLET définition commerciale qui n'a toutefois pas de valeur juridique et assimile ce dernier à un commerce classique.

PETITS CENTRES COMMERCIAUX : Centres commerciaux dont la surface GLA est supérieure à 5 000 m² et/ou totalisant au moins 20 magasins et services.

RETAIL PARK : Anglicisme du parc d'activités commerciales qui se définit comme étant un ensemble commercial à ciel ouvert, réalisé et géré comme une unité. Il comprend au moins 5 unités locatives et sa surface est supérieure à 3 000 m² SHON (surface construite).

SURFACE GLA : Surface totale louée aux commerçants comprenant généralement l'ensemble de cette surface (vente + réserve) sans déduction de trémie ou poteau et calculée entre les axes des murs mitoyens avec les parties privatives, et les nus extérieurs des murs mitoyens avec les parties communes. Ce sont les usages en matière de centres commerciaux.

SURFACE DE VENTE : La surface de vente d'un commerce de détail est juridiquement constituée de la surface consacrée à la circulation des clients lors de ses achats et du paiement, de la surface au sol utilisée pour l'exposition des produits à la vente et des espaces de circulation du personnel préposé à la vente. La surface de vente ne comprend pas les réserves et locaux techniques

TAUX DE RENDEMENT PRIME : Exprimé en %, ratio entre les loyers hors charges et le prix d'acquisition AEM de l'actif (Immeuble neuf ou restructuré, durée ferme d'engagement longue). Rentabilité la plus basse observée au cours d'une période donnée, après élimination des valeurs aberrantes (occurrences inférieures à deux).

MARKETBEAT COMMERCES BILAN 2024

A propos de Cushman & Wakefield

Nos services

Acteur mondial des services dédiés à l'immobilier d'entreprise, Cushman & Wakefield (NYSE : CWK) conseille investisseurs, propriétaires et entreprises utilisatrices dans toute leur chaîne de valeur immobilière, de la réflexion stratégique jusqu'à l'aménagement des locaux. Le groupe accompagne ses clients utilisateurs et investisseurs internationaux, dans la valorisation de leurs actifs immobiliers en combinant perspective mondiale et expertise locale à forte valeur ajoutée, à une plateforme complète de solutions immobilières. Avec 52 000 collaborateurs, 400 bureaux et 60 pays dans le monde,

Cushman & Wakefield a réalisé un chiffre d'affaires de 9,5 milliards de dollars en 2023, par ses principales lignes de métiers : Agence et conseil à la transaction, Capital Markets, Valuation & Advisory, Asset Services, Facilities Management, Project management et Design+ Build. Cushman & Wakefield reçoit également de nombreuses distinctions pour son engagement, notamment en matière de Diversité, d'Equité et d'Inclusion (DEI) et d'Environnement, de Social et de Gouvernance (ESG).

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.cushmanwakefield.com

- Agency Leasing
- Asset Services
- Capital Markets
- Facility Services
- Global Occupier Services

- Investment & Asset Management
- Project & Development Services
- Tenant Representation
- Valuation & Advisory

CHIFFRES CLÉS

Dans le monde

400	60
bureaux	pays
52 000	\$9,5 Mds
collaborateurs	USD de CA en 2023

En France

17	+500
bureaux	collaborateurs



CONTACTS

VANESSA ZOZOWSKY

Head of Capital Market Retail France
+33 (0) 6 71 69 25 47

vanessa.zouzowsky@cushwake.com

TYPHAINE GAILLARD

Retail Research Analyst France
+33 (0)1 86 46 10 84

typhaine.gaillard@cushwake.com

CHRISTIAN DUBOIS

Head of Retail Services France
+33 (0)1 53 76 92 93

christian.dubois@cushwake.com

JEAN-PHILIPPE CARMARANS

Chair EMEA Valuation & Advisory
Head of Valuation & Advisory France
+33 (0)1 41 02 71 11

jean-philippe.carmarans@cushwake.com

CUSHMAN & WAKEFIELD RESEARCH

Il ne saurait être initié de transaction, basée sur le présent document, sans l'appui d'un avis professionnel spécifique et de qualité. Bien que les données aient été vérifiées de façon rigoureuse, la responsabilité de Cushman & Wakefield ne saurait être engagée en aucune manière en cas d'erreur ou inexactitude figurant dans le présent document. Toute référence, reproduction ou diffusion, totale ou partielle, du présent document et des informations qui y figurent, est interdite sans accord préalable exprès de Cushman & Wakefield. En tout état de cause, toute référence, reproduction ou diffusion devra en mentionner la source.

©2025 Cushman & Wakefield, Inc. Tous droits réservés

www.cushmanwakefield.com.

Better never settles

