

HOTELTAINMENT, TRANSIT RETAIL, METAVERSE... L'IMMOBILIER COMMERCIAL EXPLORE DE NOUVEAUX TERRITOIRES

Dans sa dernière publication « Les nouveaux territoires de l'immobilier commercial », Les Echos Etudes dresse un état des lieux chiffré et prospectif des 5 tendances qui redessinent l'immobilier commercial.

Après le choc de 2020, et ses deux mois de confinement strict, les commerces physiques ont quasiment retrouvé en 2021 leur chiffre d'affaires de 2018. Mais la préservation de la rentabilité s'est, parfois, faite au prix d'une baisse des m². En 4 ans, la superficie commerciale occupée s'est réduite de 4% en France, selon les Echos Etudes. Et le mouvement devrait se poursuivre. L'étude estime à 2,1 millions de mètres carrés la superficie totale en risque à horizon 2025.

Parallèlement, l'évolution des modes de vie et la généralisation du télétravail induit de nouvelles habitudes de consommation, amenant les consommateurs à mixer encore plus qu'avant leurs lieux d'achats, off-line comme on-line, et à fractionner leur temps de course (entre midi et deux...). Face à des enseignes qui cherchent à multiplier les points de contact avec leur clientèle et à capter de nouveaux flux, les acteurs de l'immobilier commercial accélèrent le renouvellement de leur modèle et explorent de nouveaux horizons. Plusieurs tendances s'affirment comme la nouvelle donne.

1. Le centre commercial devient un lieu de vie

La tendance n'est pas nouvelle. Elle surfe sur la vague du « Retailtainment » initiée au tournant des années 2015. Mais ce mouvement de convergence entre immobilier commercial et industrie des loisirs s'accélère, avec la création de véritables « parcs urbains de loisirs », organisés



autour d'une offre lifestyle mêlant boutiques, services de quotidien (centres de santé...) et divertissements.

2. L'hoteltainment : vers une hybridation des usages

Parallèlement, le secteur du tourisme fait son incursion dans l'immobilier commercial. Alors que les grands opérateurs hôteliers évoluent vers un modèle économique basé sur la rentabilité au m² et non plus à la nuitée, ils intègrent de plus en plus d'activités commerciales et de loisirs au sein de leurs établissements, jusqu'à devenir, demain, de mini pôles retail.

3. Grandes installations sportives : des mètres carrés à exploiter

Les grandes enceintes sportives sont de plus en plus souvent dotées d'espaces de restauration et commencent à développer, de façon marginale et ciblée, des commerces de détail. Les plus grandes d'entre elles, d'une capacité supérieure à 10 000 spectateurs, pourraient devenir progressivement des centres commerciaux. L'intérêt est double : rentabiliser des m² inexploités, et lisser le risque lié à l'attractivité du club en résidence, grâce à une activité commerciale en dehors des jours de matchs.

4. Le Grand Paris rebat les cartes du travel retail

Les espaces commerciaux en gares ou en stations de métro et de RER drainent des flux colossaux, parfois supérieurs à ceux d'un centre commercial. En plein renouveau, le travel retail va être dynamisé par l'arrivée du Grand Paris, qui ajoutera 68 stations au réseau francilien à l'horizon 2030 et 3 millions de voyageurs supplémentaires par jour.

5. Le metaverse : une « tendance » médiatique... mais des investissements risqués

Phénomène fortement médiatisé, le metaverse s'est invité dans les réflexions stratégiques des distributeurs et des opérateurs immobiliers. L'entrée peut se faire en développant une offre 100% virtuelle ou dans une logique « Metaverse to Store », poussant encore un peu plus loin les stratégies omnicanales. Un projet dans le metaverse présente toutefois un niveau de risque tel, qu'il est fondamental d'avoir une visibilité du ROI de l'opération (et donc de l'objectif stratégique qui est mené) avant de la lancer. Le metaverse doit-il vraiment être une priorité quand on sait que les autres territoires offrent un potentiel de 10 millions de consommateurs supplémentaires à capter ?



Sommaire de l'étude

Aller à l'essentiel : les points clés à retenir

La surcapacité de superficies commerciales a augmenté avec la crise, mais pas dans toutes les filières

Cartographie chiffrée des filières commerciales les plus attractives pour les points de vente

Evaluation de la surcapacité ou sous-capacité de superficies commerciales à horizon 2027

L'immobilier commercial opère un tournant stratégique

Centres commerciaux : le Retailtainment est une réalité. Etat des lieux des pratiques

« Hoteltainment » : les grands opérateurs hôteliers et les centres sportifs transforment leurs établissements en pôles de shopping et de divertissement

Les grandes ruptures qui redessineront l'immobilier commercial

Travel Retail : quelles perspectives dans un contexte

de crise géopolitique majeure ?

Télétravail : quel impact sur les zones de chalandise, la restauration et le commerce ?

Dark stores hybrides : Qu'est-ce que cela signifie pour l'immobilier commercial ?

Arenas, stades, grands auditoriums : demain des lieux de vie et des opportunités d'implantations commerciales

Metaverse et immobilier commercial

Du Retailtainment à la cité virtuelle : le metaverse peut-il devenir structurellement un terrain de jeu pour les promoteurs d'immobilier commercial ?

Et donc ? ...

SWOT des différentes mutations à l'œuvre : où se trouvent les potentiels de développement d'immobilier commercial ?

Au-delà des foncières et promoteurs déjà présents, quels seront les profils de nouveaux acteurs dans l'immobilier commercial ? A quoi ressemblera l'écosystème en 2027 ?

À PROPOS DES ECHOS ÉTUDES

Les Echos Études est le pôle d'expertise sectorielle du Groupe Les Echos, spécialisé dans la réalisation d'études de marché, d'analyses concurrentielles et de diagnostics d'entreprises. Nous accompagnons depuis plus de 35 ans les acteurs publics et privés dans la compréhension de leurs marchés, leurs réflexions stratégiques et la vision prospective de leur métier.

VOUS SOUHAITEZ RECEVOIR UN EXTRAIT DE L'ÉTUDE, CONTACTEZ LE :

Service Client : tél. 01 49 53 63 00 ou par mail : etudes@lesechos.fr

Service Presse : Charlotte Saiman tél. 01 87 39 76 35 ou par mail : csaiman@lesechos.fr

La reproduction de tout ou partie de ce communiqué, sur quelque support que ce soit, est autorisée sous réserve de l'ajout de façon claire et lisible de la source « Les Echos Etudes ».