

# QUEL RENOUVEAU POUR L'IMMOBILIER COMMERCIAL ?

Transformation des modèles et création de nouvelles sources de valeur : perspectives du marché de l'immobilier de commerces à horizon 2025

# Plan de l'étude

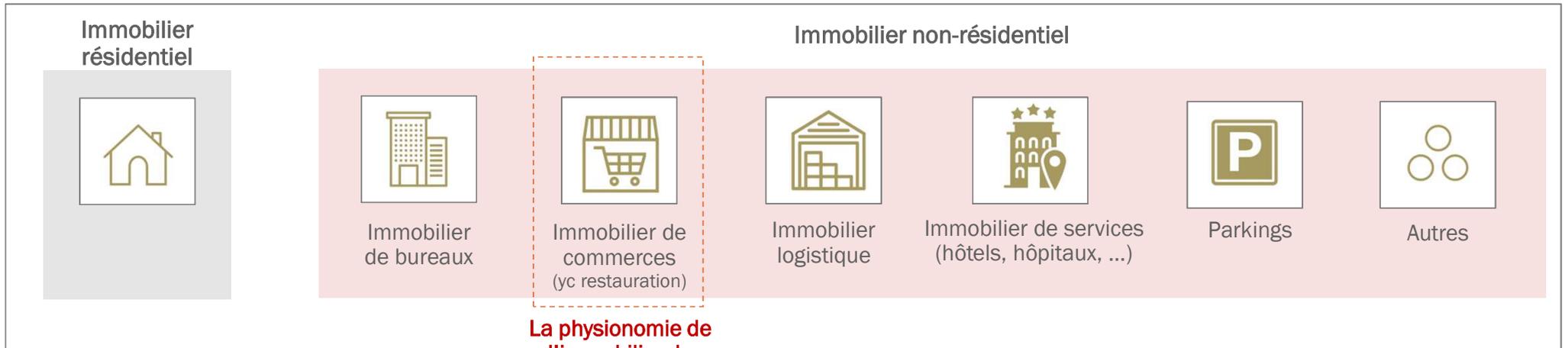
<b>Synthèse</b>	<b><a href="#">5</a></b>	<b>3</b>	<b>... mais les enjeux sont plus structurels</b>	<b><a href="#">94</a></b>	
<b>1</b>	<b>Vers une surcapacité de la superficie commerciale</b>	<b><a href="#">34</a></b>	<b>3.1</b>	<b>Passer de transactions de m<sup>2</sup> à une offre personnalisée qui réponde aux besoins protéiformes des « maîtres d'usage »</b>	<b><a href="#">95</a></b>
1.1	La physionomie de l'immobilier de commerces aujourd'hui : superficie totale et répartition par filière	<a href="#">35</a>	3.2	Ecologie et évolutions sociologiques vont faire évoluer certains segments de l'immobilier commercial	<a href="#">100</a>
1.2	Indicateurs clés et fondamentaux économiques du secteur	<a href="#">39</a>	<b>4</b>	<b>La nécessité de revoir le modèle économique</b>	<b><a href="#">104</a></b>
1.3	Un paysage Retail en pleine recomposition	<a href="#">48</a>	4.1	Flexibilité, modularité et porosité sont devenus des facteurs clés de succès de l'immobilier commercial	<a href="#">105</a>
1.4	Les perspectives par filière	<a href="#">57</a>	4.2	Collaboratifs et plus flexibles, de nouveaux modèles économiques vont émerger dans l'immobilier commercial	<a href="#">108</a>
1.5	La physionomie de l'immobilier de commerces demain : projections de l'évolution du parc et de la superficie commerciale	<a href="#">67</a>	4.3	... et de nouveaux acteurs vont s'inviter dans l'arène concurrentielle	<a href="#">111</a>
<b>2</b>	<b>Des mutations sont à l'œuvre ...</b>	<b><a href="#">71</a></b>	4.4	Les scénarios des 5 à 10 prochaines années	<a href="#">114</a>
2.1	Les frontières au sein de l'immobilier commercial sont devenues poreuses	<a href="#">72</a>	<b>Annexes</b>		<b><a href="#">117</a></b>
2.2	Apport des technologies, boutiques éphémères, Retailtainment... « aller vers » remplace « faire venir à » ...	<a href="#">80</a>	<b>Pour aller plus loin...</b>		<b><a href="#">118</a></b>
2.3	Neurosciences et design des espaces	<a href="#">89</a>	<b>Vos contacts</b>		<b><a href="#">119</a></b>



# 1. Vers une surcapacité de la superficie commerciale

## 1.1. La physionomie de l'immobilier de commerces aujourd'hui : superficie totale et répartition par filière

Notre étude se concentre sur l'immobilier de commerces (que nous appellerons « immobilier commercial »)... tout en tenant compte, dans une vision prospective, de la porosité croissante entre les différents segments de l'immobilier



**La physionomie de l'immobilier de commerces aujourd'hui : superficie totale et répartition par filière\***

\* Il est d'usage de classer la restauration dans les « Autres » actifs immobiliers non résidentiels. Toutefois, compte tenu de l'importance des mouvements de substitution entre commerces traditionnels et points de vente de restauration, nous incluons cette catégorie dans le périmètre de notre étude, à l'exception des restaurants d'hôtels.



### L'immobilier de commerces en quelques chiffres\*



4,5 milliards d'euros ont été investis en 2018 en France dans l'immobilier commercial, soit 15% des investissements immobiliers non-résidentiels. Le montant est en baisse continue depuis 2015 (-14% par an en moyenne)



En 2018, 11 opérations d'un montant supérieur à 100 M€ ont représenté 55% du total des montants investis en immobilier commercial

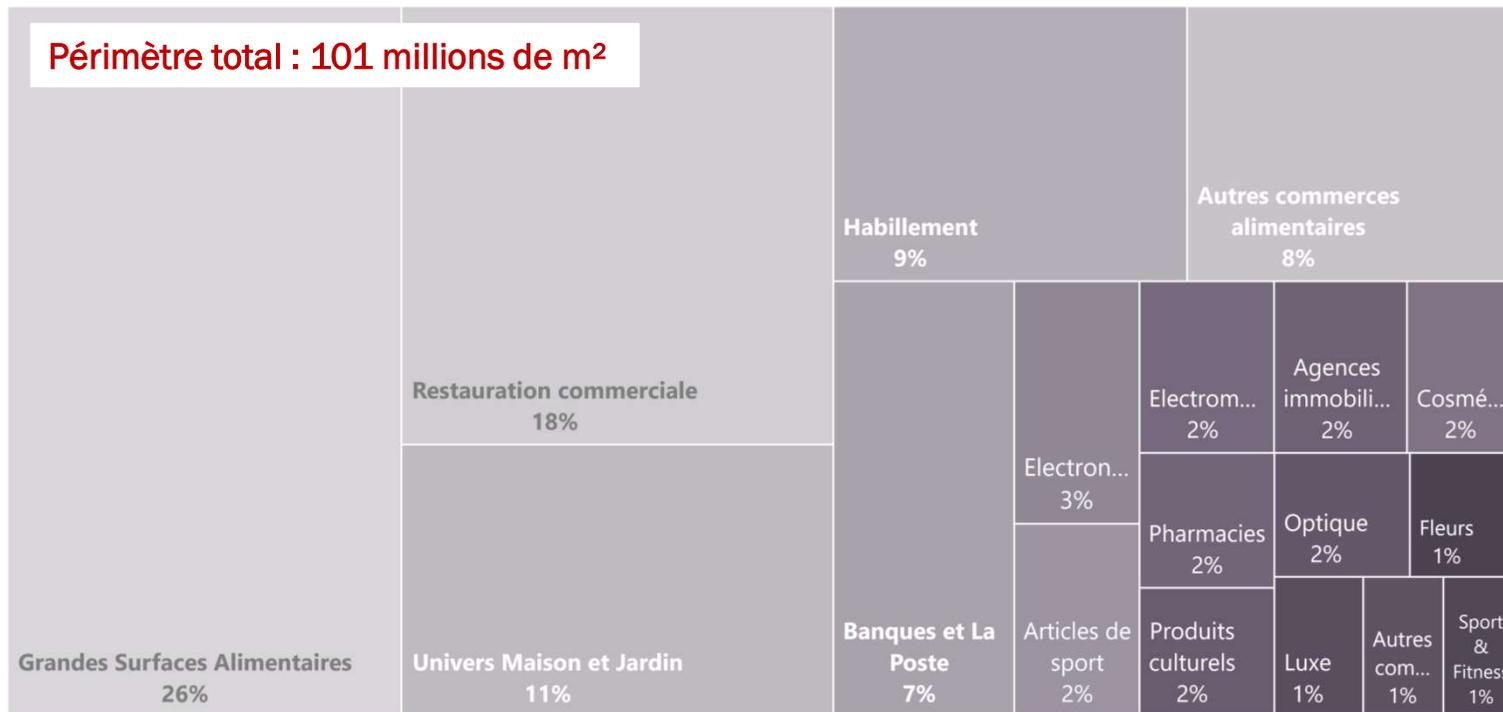


# 1. Vers une surcapacité de la superficie commerciale

## 1.1. La physionomie de l'immobilier de commerces aujourd'hui : superficie totale et répartition par filière

### Répartition de la superficie commerciale par secteur

Répartition de la superficie commerciale par secteur, en 2018



Le graphique ci-contre donne la répartition des superficies commerciales par secteur. Il est fondé sur nos propres estimations, croisant de multiples sources et bases de données (fédérations professionnelles, ministères, Insee, Euromonitor...).

Le champ d'analyse couvre l'ensemble des commerces alimentaires et commerces spécialisés, tout format confondu.

Il exclut les commerces liés à l'Automobile (réparations, stations-services) ainsi que les surfaces de loisirs (cinémas par exemple, y compris lorsqu'ils sont intégrés à un centre commercial).

Source : Les Echos Etudes, d'après données officielles multi-sources (fédérations professionnelles, ministères, bases de données statistiques dont Insee et Euromonitor...).