PROCOS

Conférence de presse

2 février 2022

REPRÉSENTER | PARTAGER | S'INFORMER | PROMOUVOIR | RASSEMBLER | VALORISER | FORMER | SE FORMER | DÉVELOPPER

Sébastien HOURS

Vice Président de Procos

PROCOS

Président du conseil de surveillance
groupe Kéria

Emmanuel LE ROCH

Délégué Général de Procos

PROCOS

Sami KITAR

Responsable Bureau d'Etudes

PROCOS

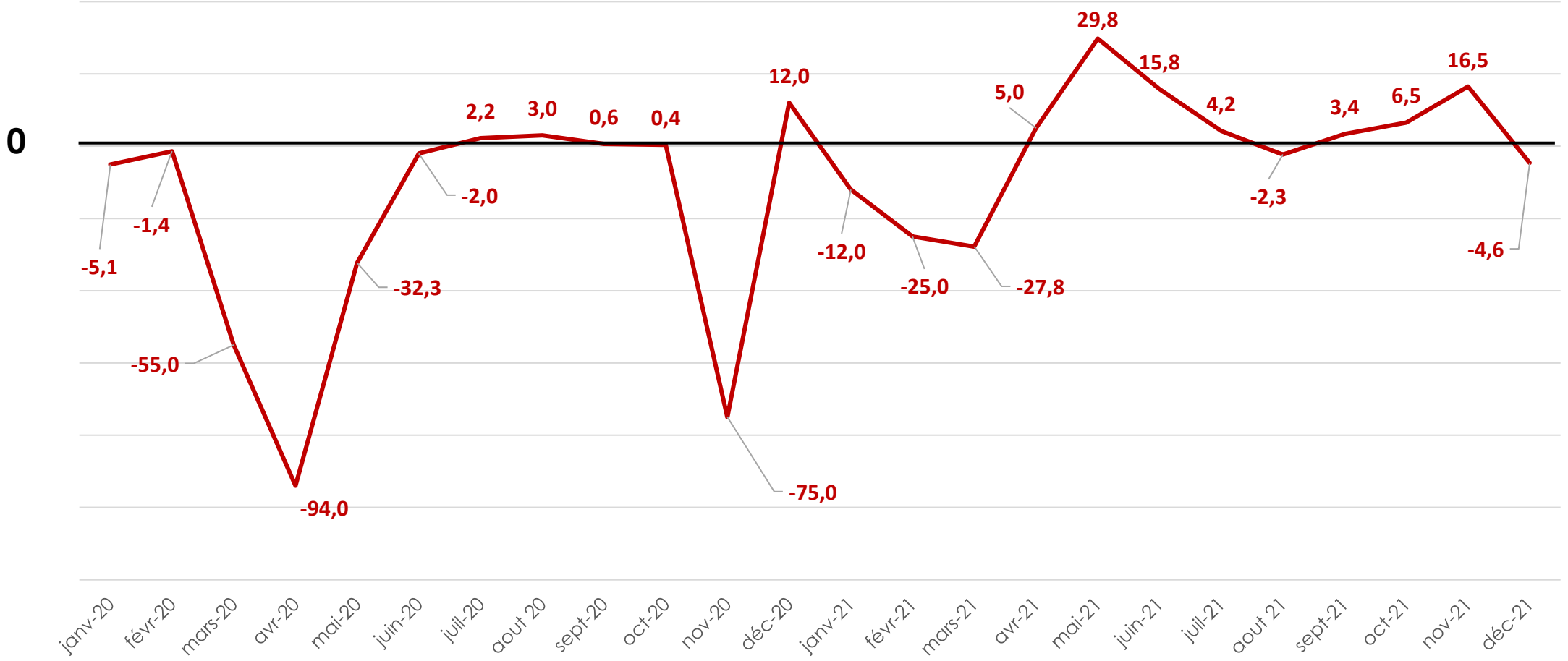
Ordre du jour

- Activité du commerce spécialisé en 2021
- Contexte et perspectives pour la consommation et le commerce en 2022
- Assises du Commerce et principaux enjeux pour le commerce
- RSE : présentation du Livre Blanc Procos des enseignes du commerce spécialisé
- Bilan et perspectives de l'immobilier commercial : la recherche de nouveaux relais
- Vos questions

Activité du commerce spécialisé année 2021 panel Procos

Commerce spécialisé : la crise sanitaire impacte moins mais le retard par rapport à 2019 reste important

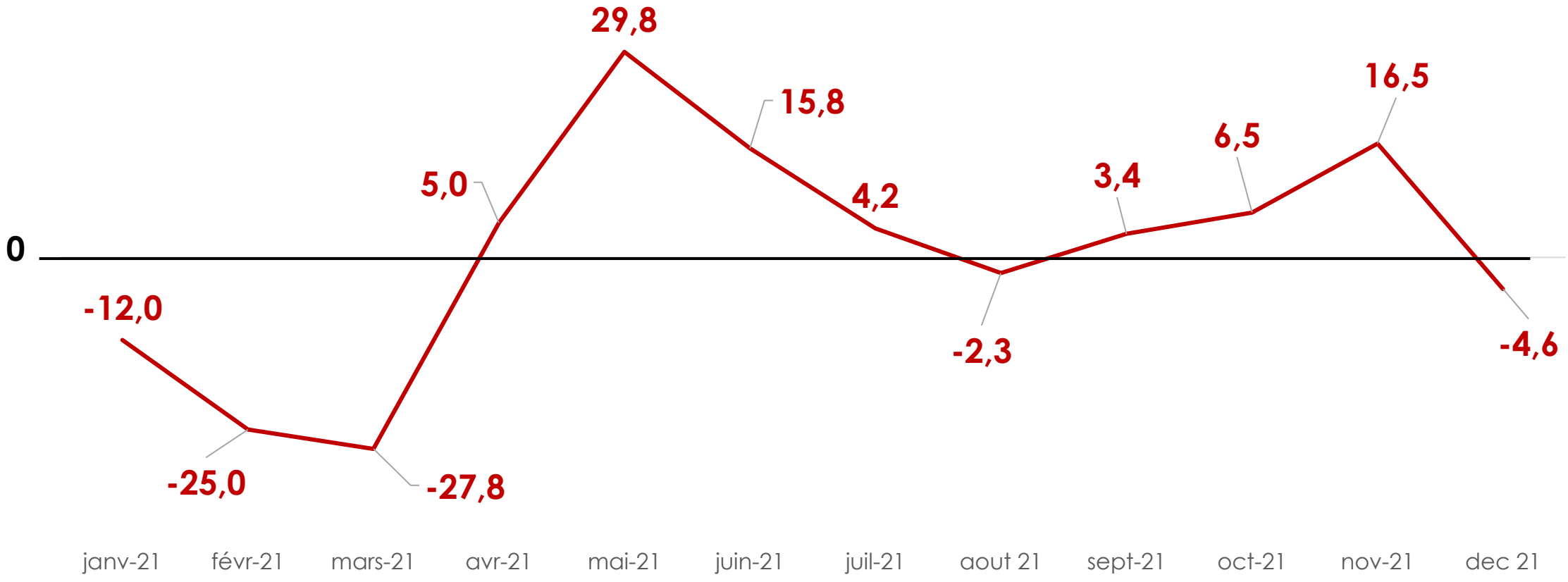
Evolution des CA magasins année N vs N-1 en %



Source : Panel Procos

2021, une année marquée par une longue fermeture des magasins et le pass sanitaire cet été

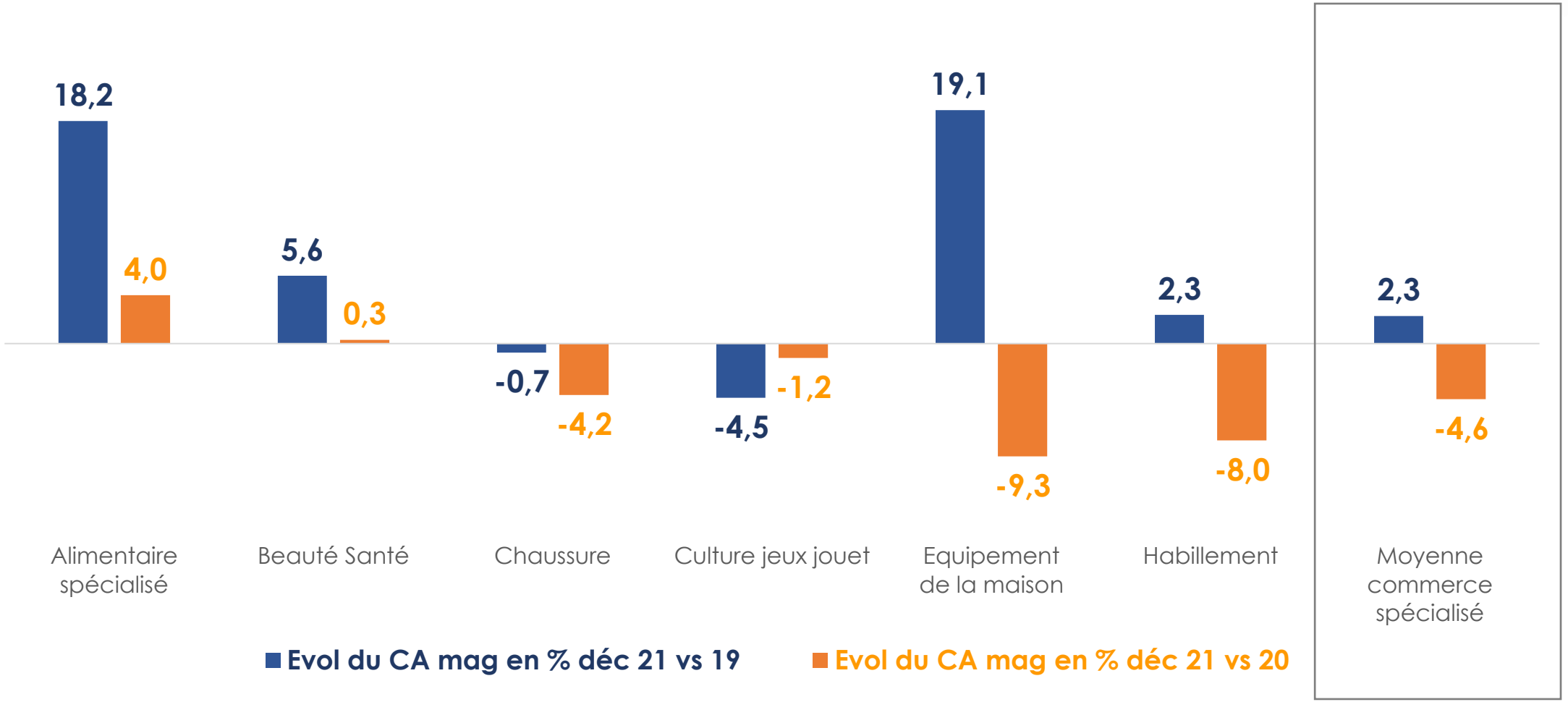
Evolution des CA magasins année N vs N-1 en %



Source : Panel Procos

Décembre 2021, une activité magasins en retrait par rapport à 2020 mais plus dynamique que décembre 2019

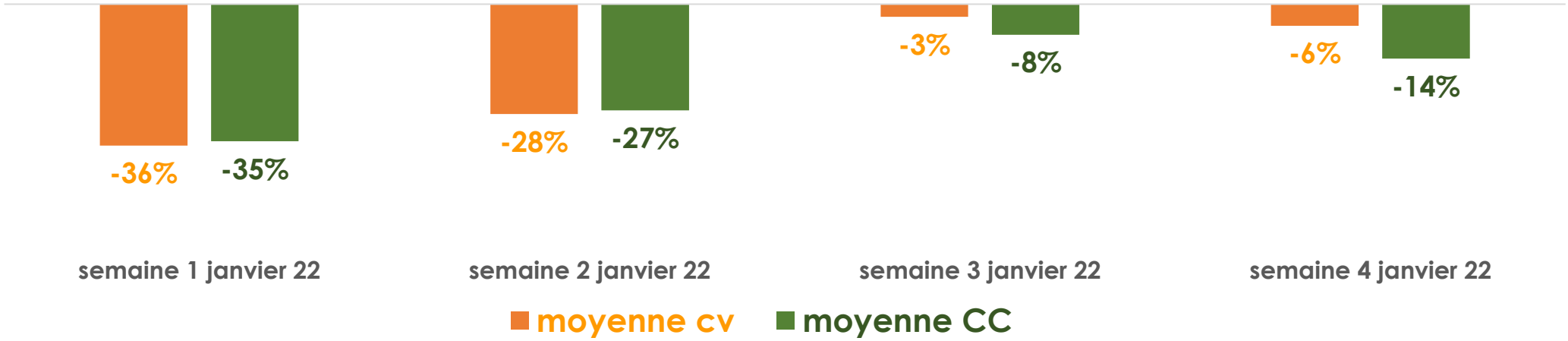
Evolution en % du CA des magasins en décembre 2021 vs décembre 2020 et 2019



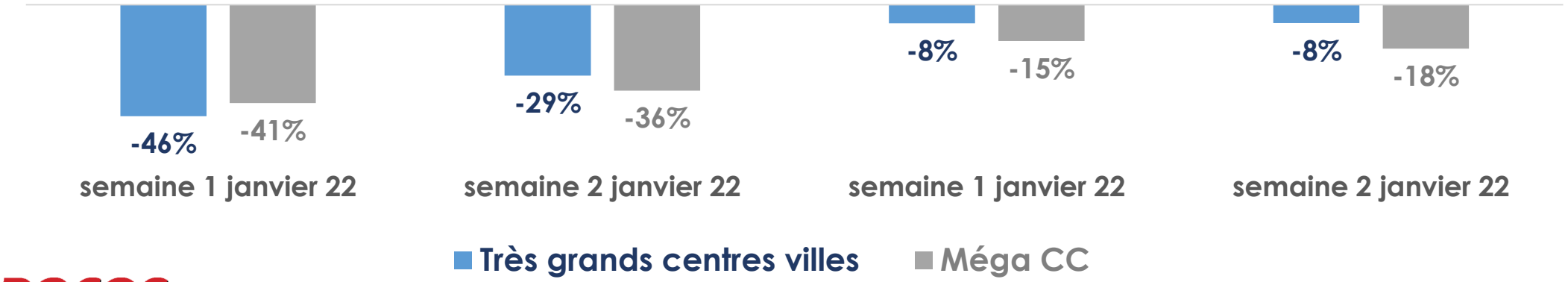
Source : Panel Procos

Janvier 2022 : un quasi-confinement– La Covid et ses conséquences restent le problème N°1 (fréquentation magasins)

Evolution en % de la fréquentation des magasins en janvier 2022 vs janvier 2019 moyenne centre ville et centres commerciaux

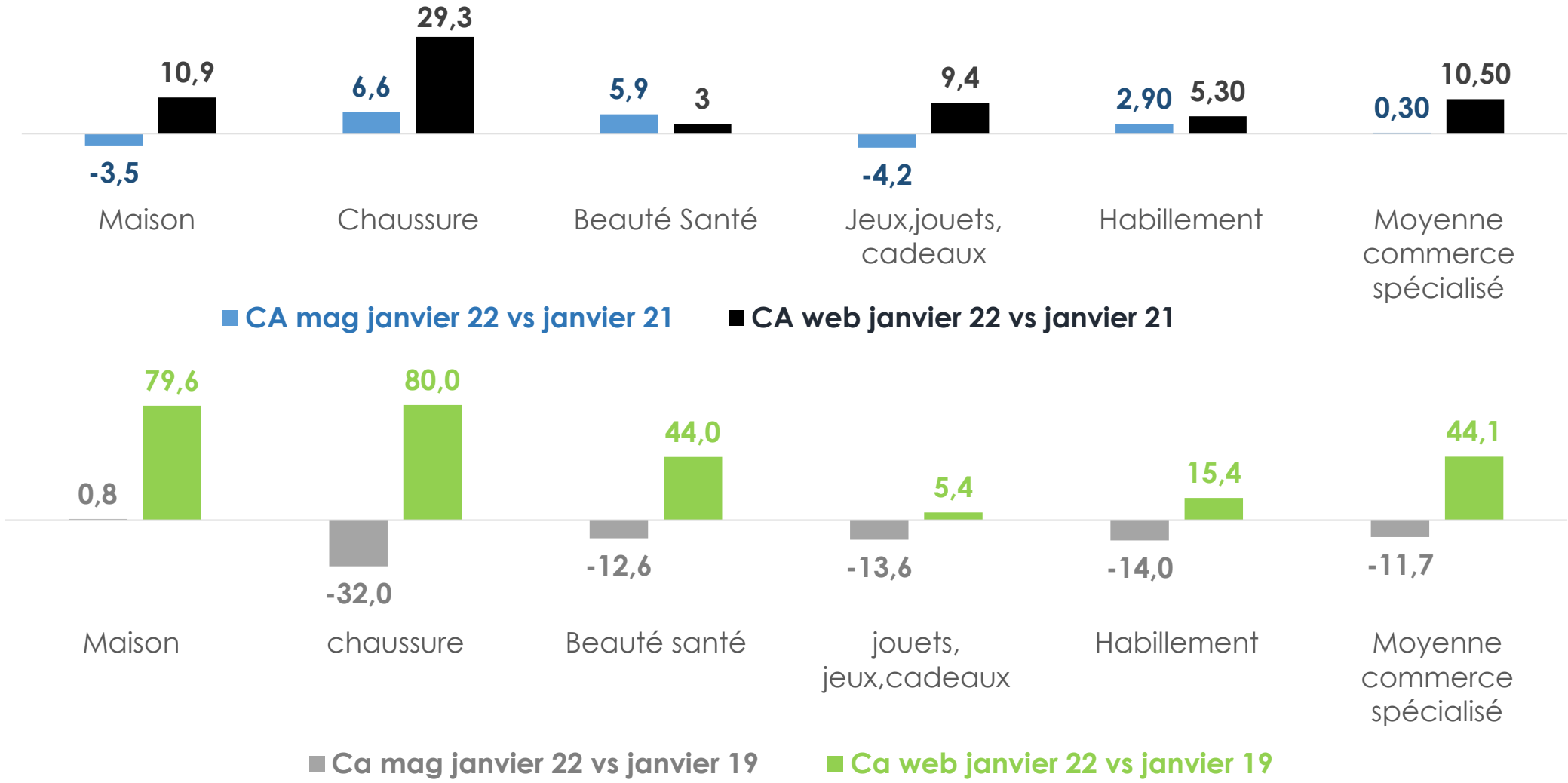


Evolution en % de la fréquentation des magasins en janvier 2022 vs janvier 2019 : les grands centres co toujours plus impactés



Source : Observatoire fréquentation des magasins Procos/Stackr

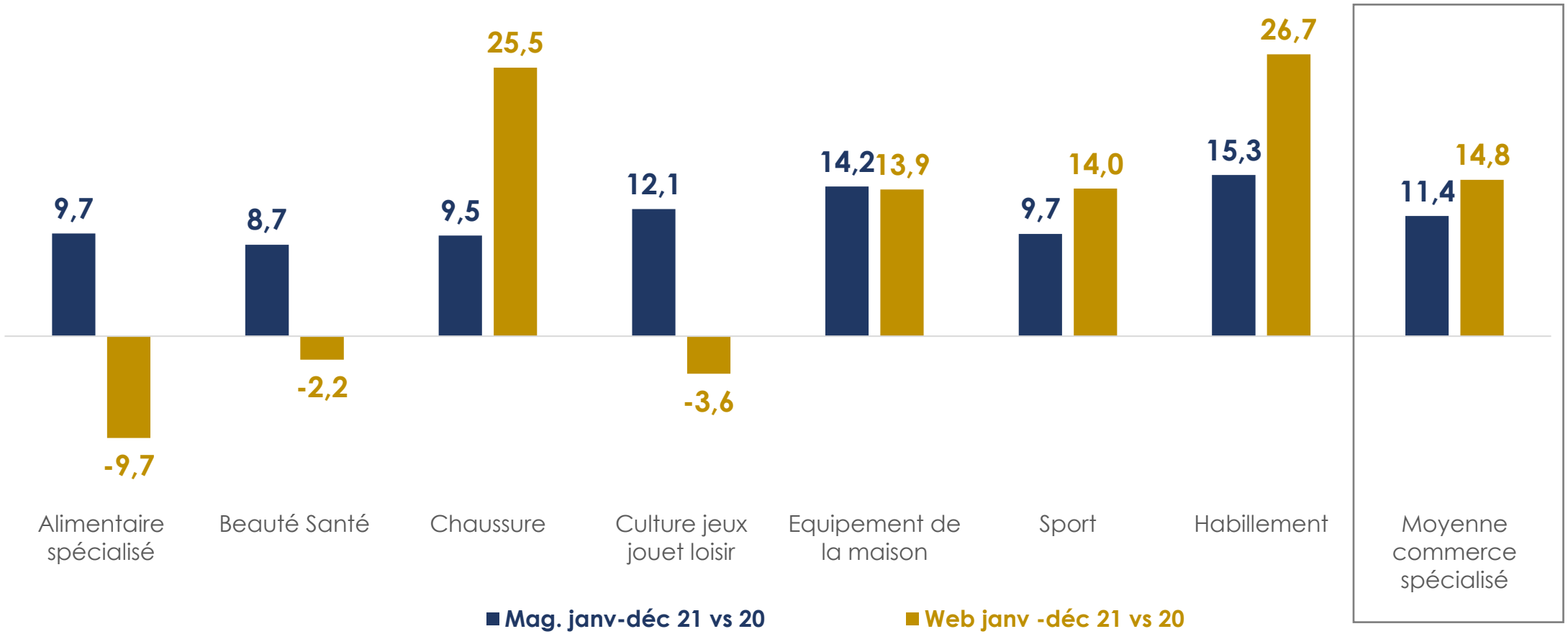
Evolution en % de l'activité magasins et web de janvier 2022 (estimation provisoire des chiffres d'affaires vs 2021 et 2019)



Source : Panel Procos

Année 2021 : les ventes magasins meilleures qu'en 2020. La croissance des ventes web se poursuivent sauf pour quelques secteurs.

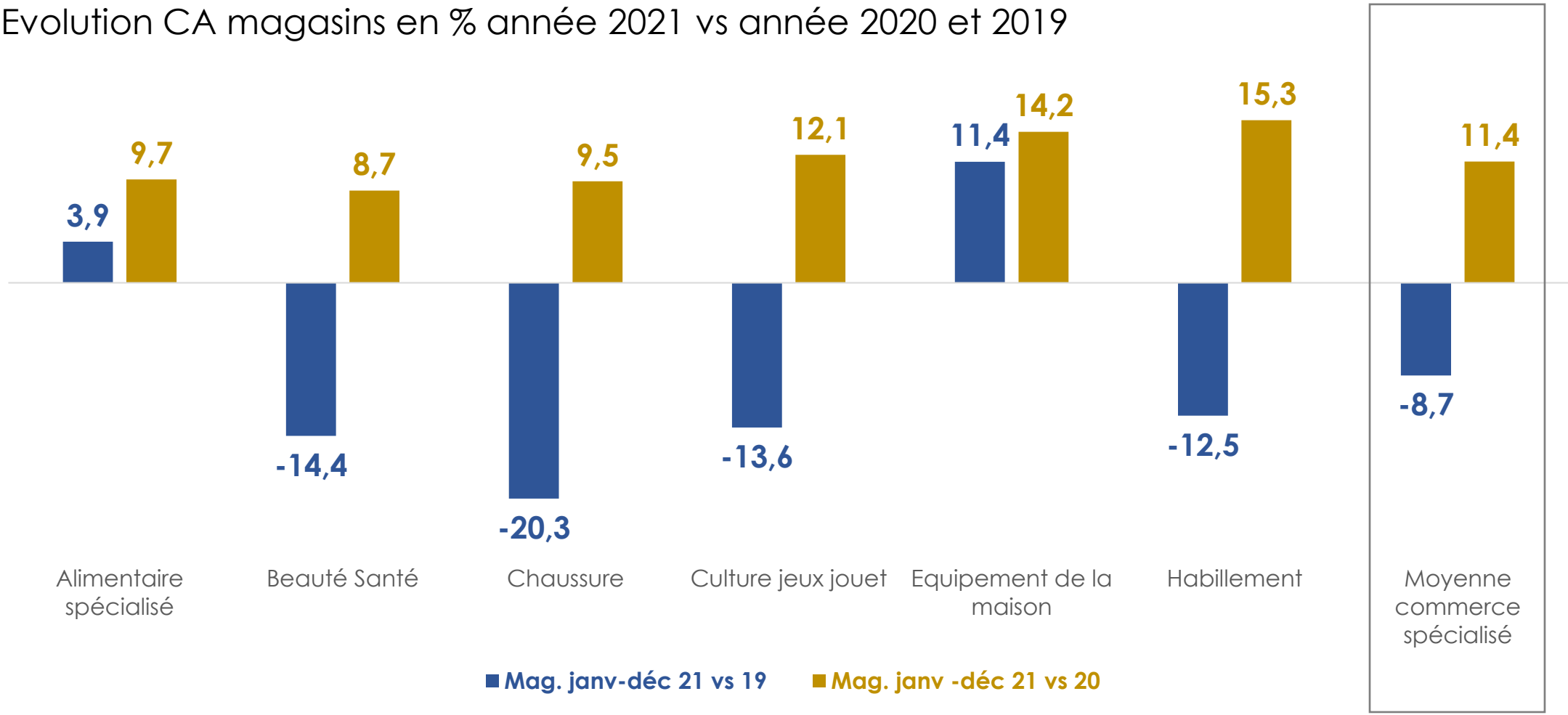
Evolution en % comparée du CA magasins et du CA web entre année 2021 et 2020



Source : Panel Procos

Les ventes magasins 2021 encore en fort retrait par rapport à 2019 sauf pour la maison et l'alimentaire

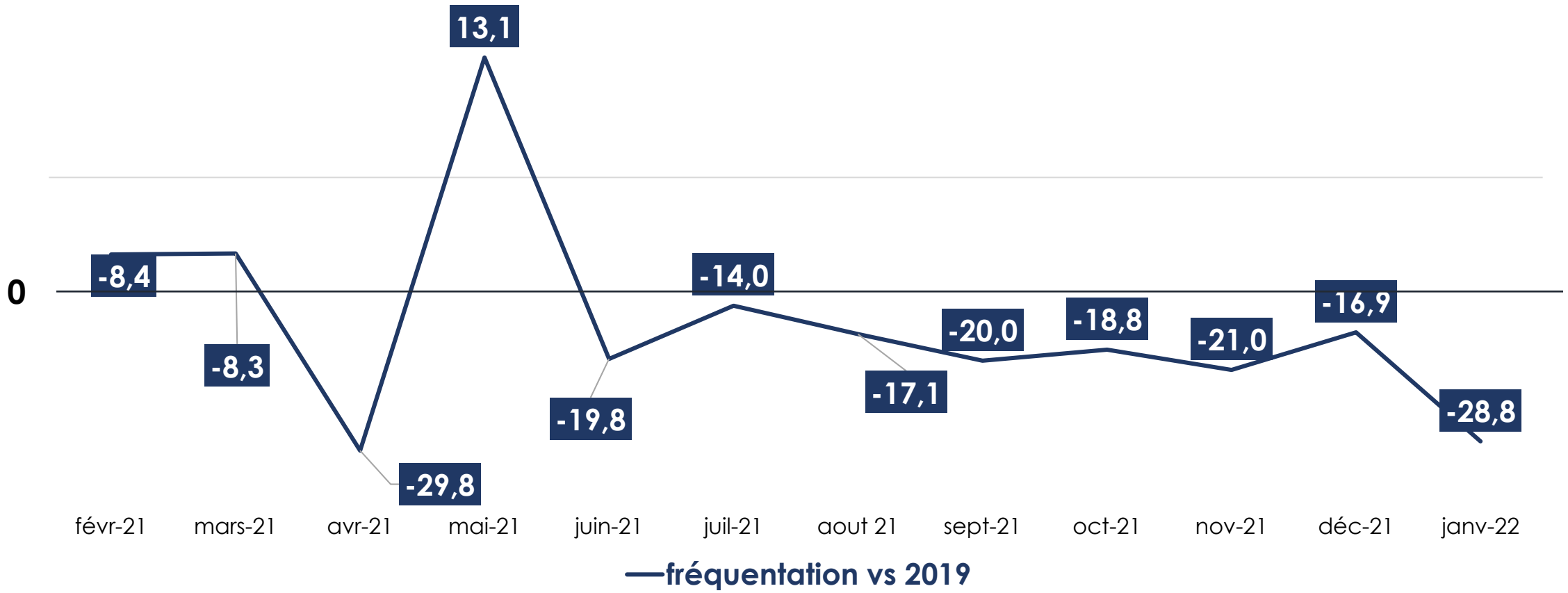
Evolution CA magasins en % année 2021 vs année 2020 et 2019



Source : Panel Procos

Une fréquentation des magasins très loin de celle de 2019

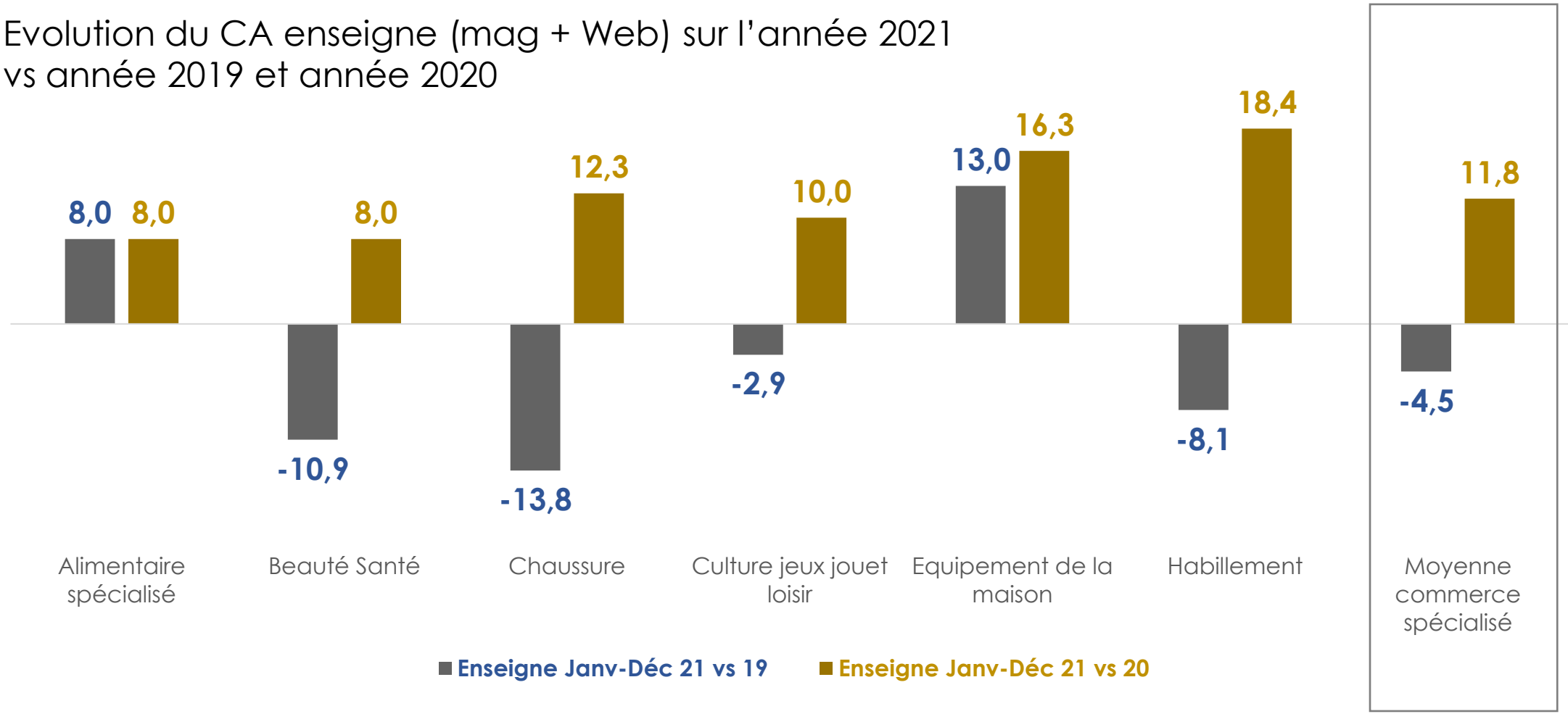
Fréquentation des magasins par mois vs N-1 et Vs 2019



Source : Observatoire fréquentation des magasins Procos/Stackr

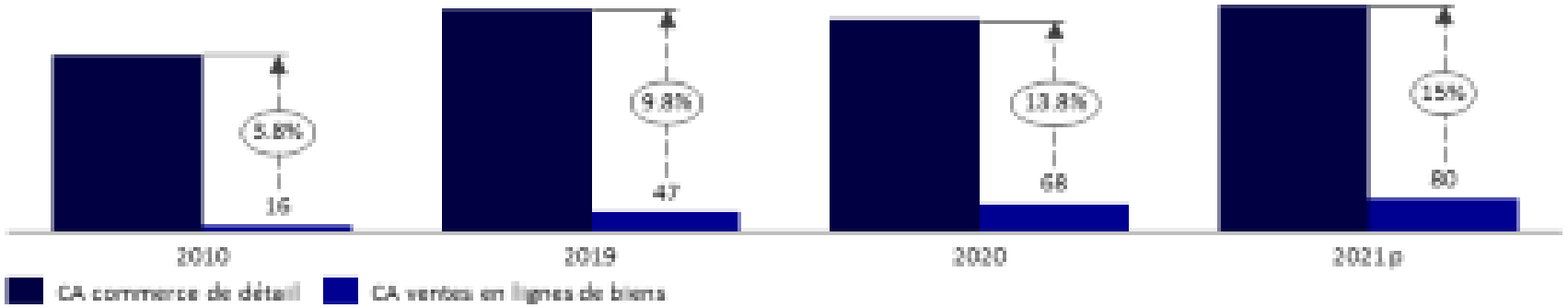
En cumul magasins + web : une activité 2021 inférieure à celle de 2019 sauf pour l'alimentaire et l'équipement de la maison.

Evolution du CA enseigne (mag + Web) sur l'année 2021
vs année 2019 et année 2020

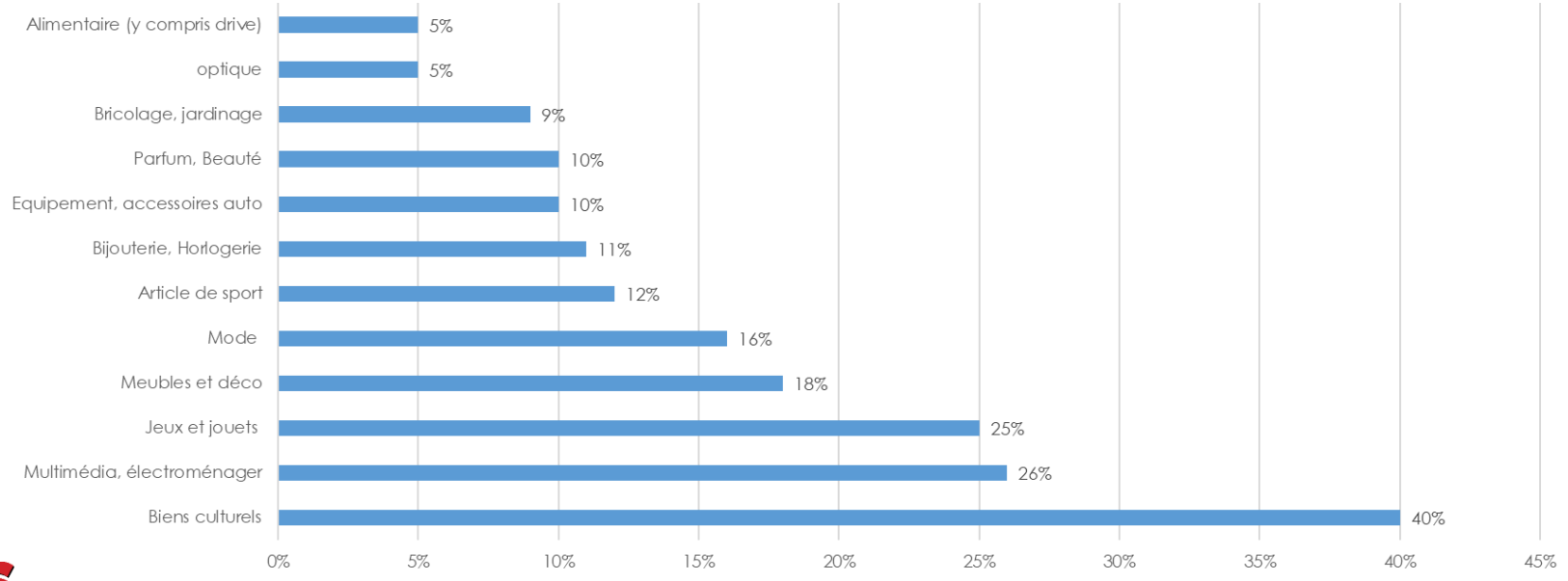


Source : Panel Procos

Le poids des ventes web à près de 15 %

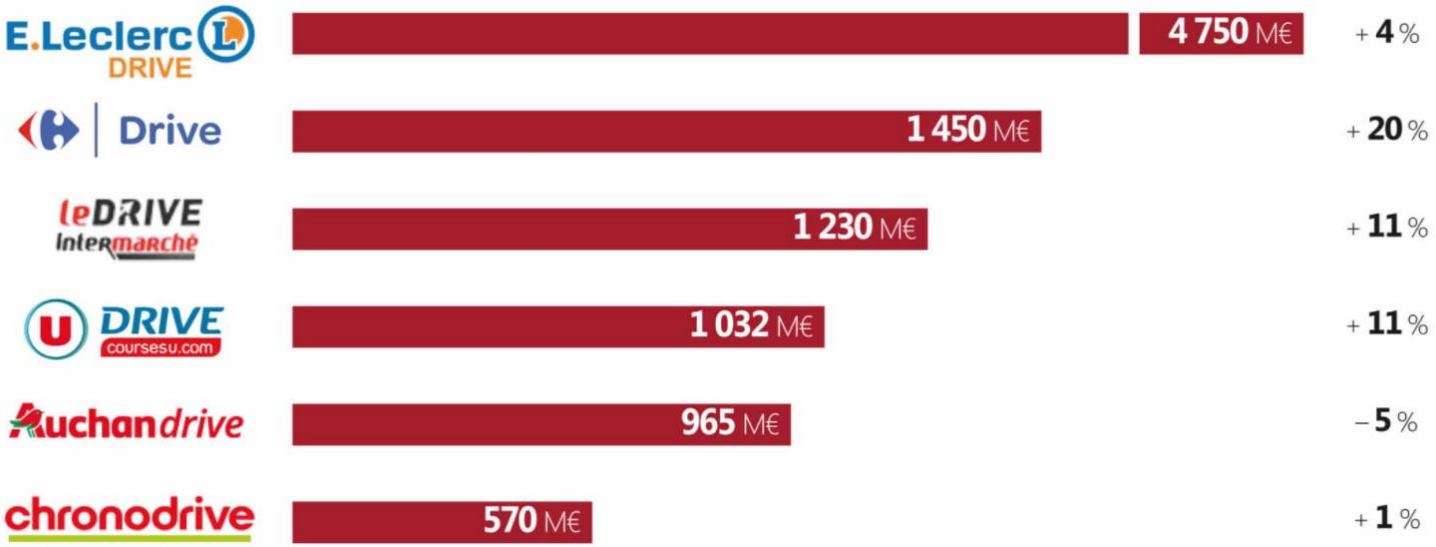


Sources : Xerfi, d'après Insee et Fevad, opérateurs, organismes professionnels divers, données 2019



Source : Fevad

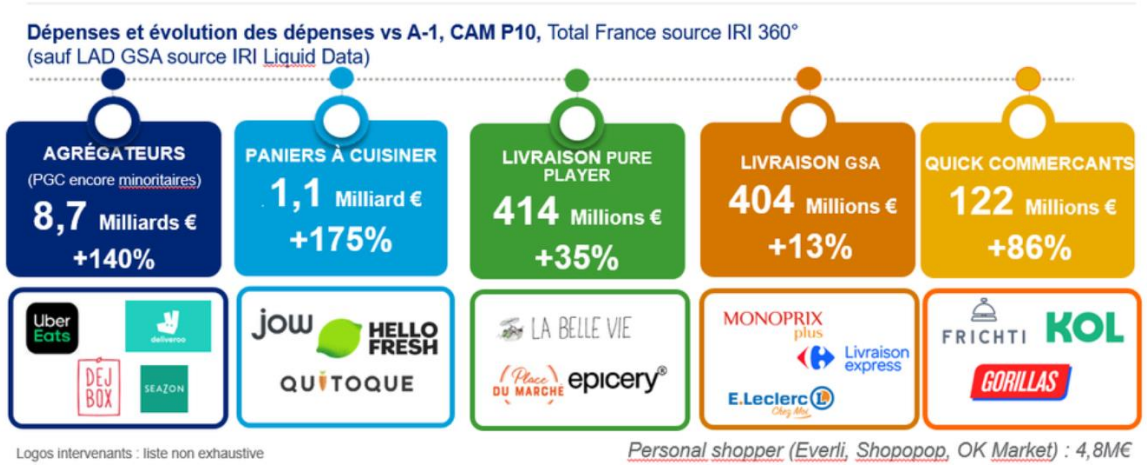
L'omnicanal poursuit son accélération dans l'alimentaire et le non alimentaire

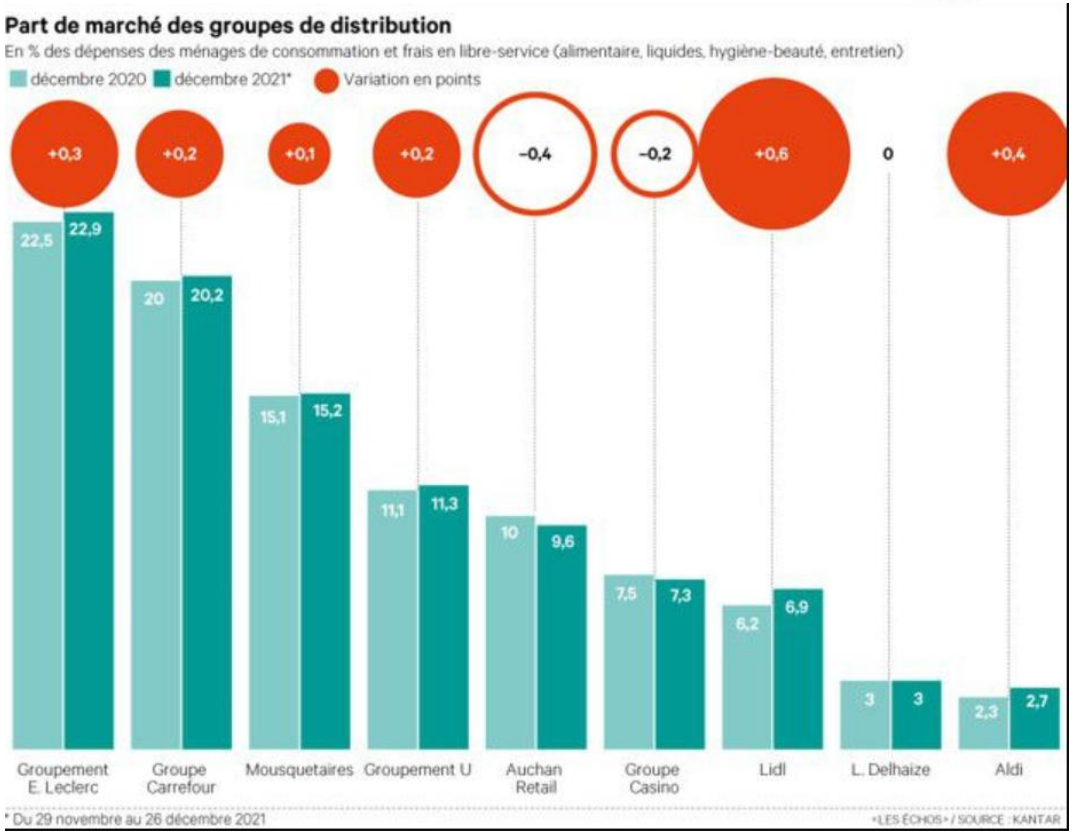


Source : Editions Dauvers

Source : Fevad

Alimentaire : la bataille de la livraison, le prix et le discount en vogue



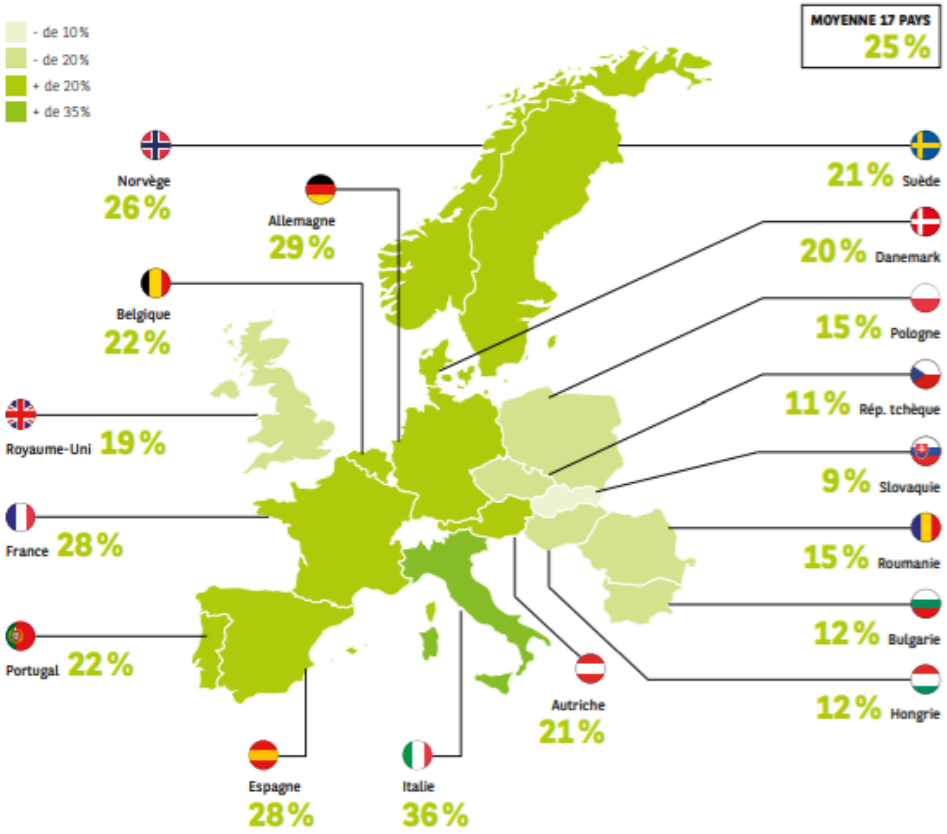


Economie circulaire, le consommateur devient vendeur

Fig. 1

Avez-vous déjà entendu parler de l'économie circulaire ?

En % de réponses « Oui, et vous voyez précisément ce dont il s'agit ».

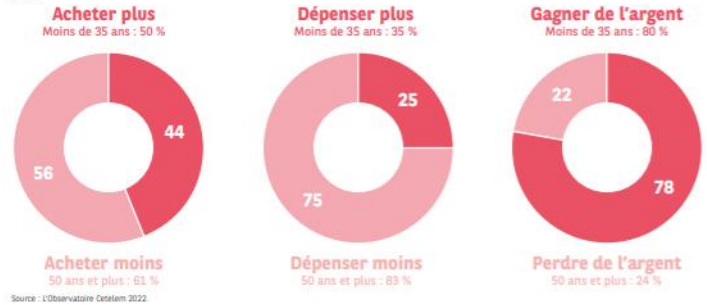


Source : L'Observatoire Cetelem 2022.

Fig. 9

D'une manière générale, avec le développement des produits d'occasion, recyclés, de seconde main, la possibilité de louer ou réparer, avez-vous le sentiment de... ?

En %.

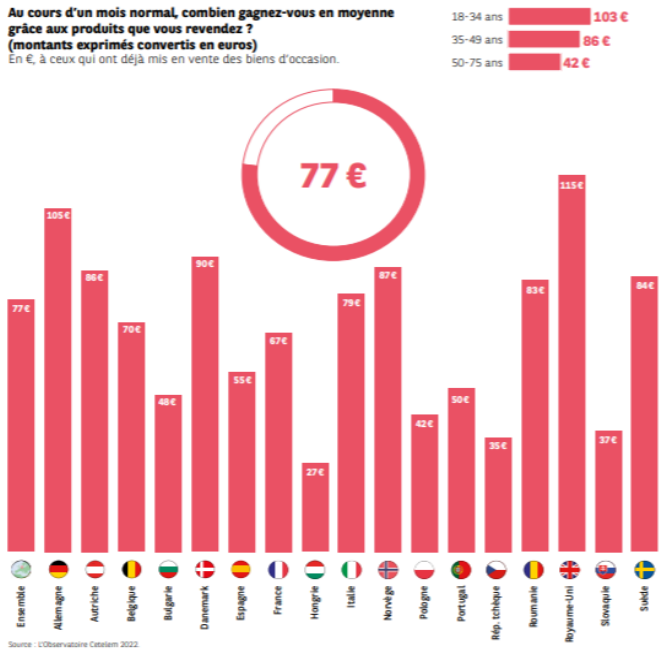


Source : L'Observatoire Cetelem 2022.

Fig. 14

Au cours d'un mois normal, combien gagnez-vous en moyenne grâce aux produits que vous revendez ? (montants exprimés convertis en euros)

En €, à ceux qui ont déjà mis en vente des biens d'occasion.



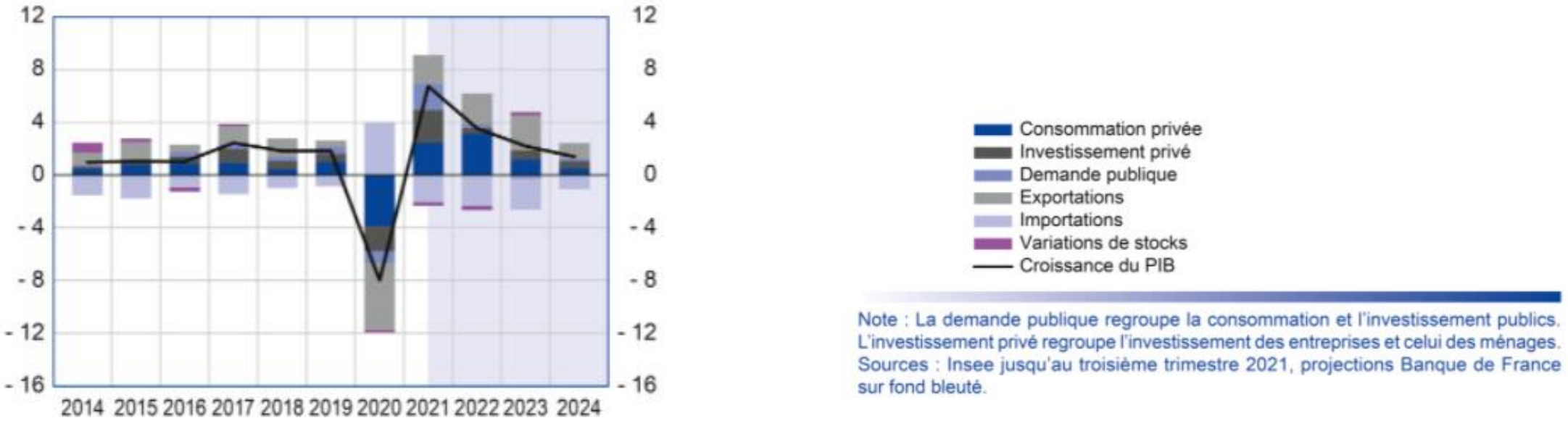
Source : L'Observatoire Cetelem 2022.

Contexte et perspectives pour la consommation et l'activité du commerce en 2022

Une forte croissance française (+ 7 % en 2021, + 3,6 % en 2022) très dépendante de la consommation

Graphique 2 : Contributions à la croissance du PIB

(croissance en %, contributions en points de pourcentage, moyenne annuelle)



Note : La demande publique regroupe la consommation et l'investissement publics. L'investissement privé regroupe l'investissement des entreprises et celui des ménages.
Sources : Insee jusqu'au troisième trimestre 2021, projections Banque de France sur fond bleuté.

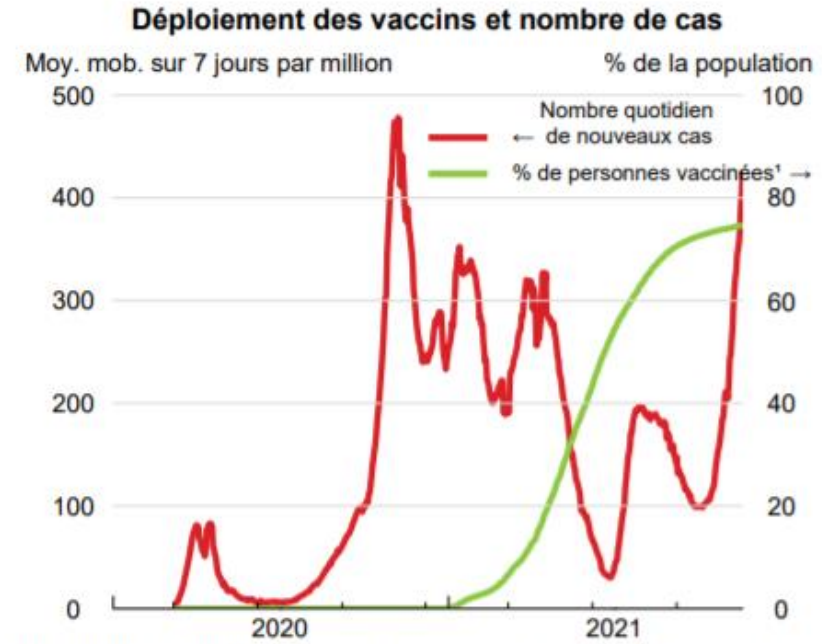
Une situation sanitaire incertaine

- Un taux de vaccination qui devrait permettre un meilleur contrôle dans les pays développés

- Une production mondiale qui reste exposée au faible niveau de vaccination dans de nombreux pays entrainant

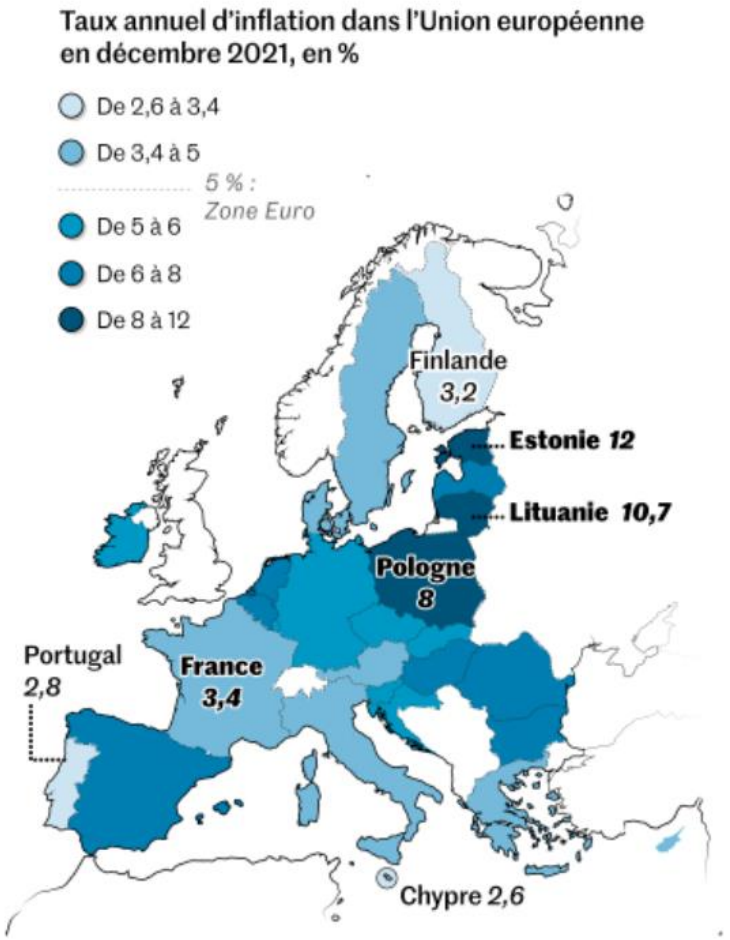
  - Des risques sur les approvisionnements
  - Des tensions sur les coûts d'approvisionnement et de transport : demande supérieure à l'offre

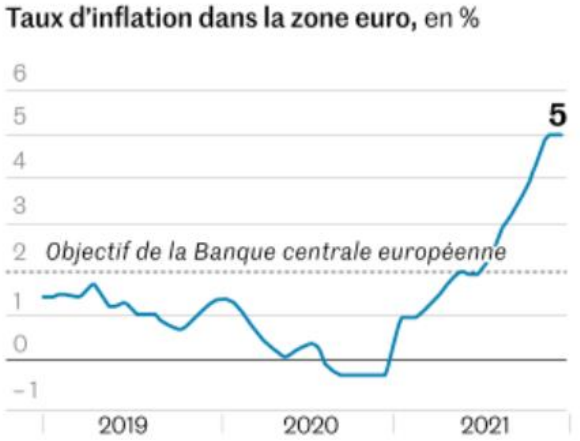
Zone euro 1

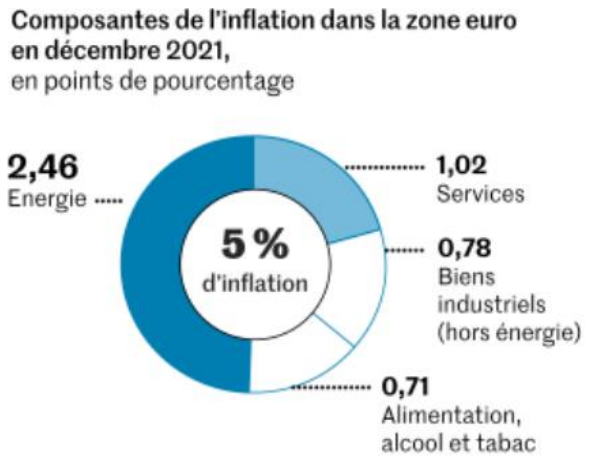


1. Part de la population ayant reçu au moins une dose de vaccin.
Source : Our World in Data ; Eurostat ; et calculs de l'OCDE.

Hausse ponctuelle des prix ou retour de l'inflation ?



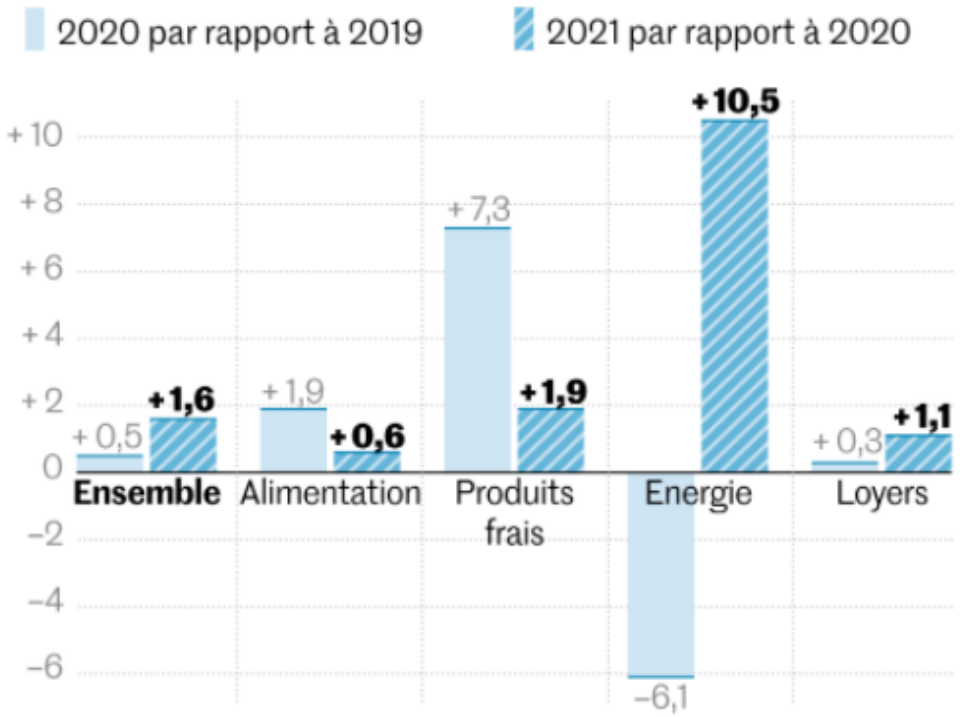




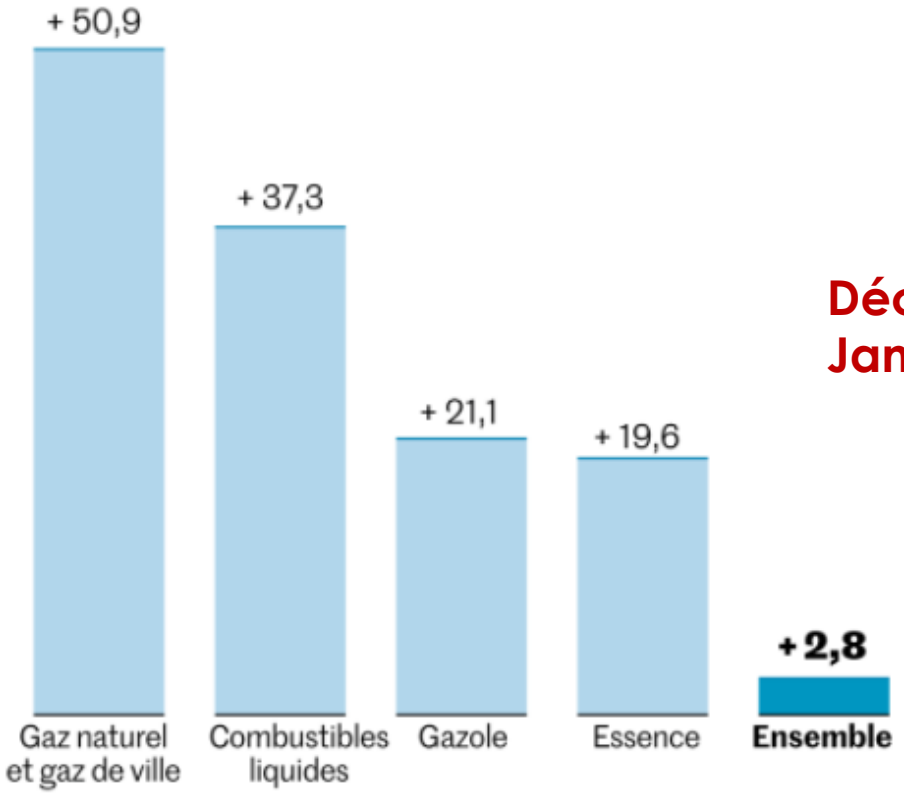
Source : Eurostat, infographie Le Monde

Une forte hausse des prix de l'énergie : de forts impacts sur le pouvoir d'achat à court terme

Variations des indices des prix, en 2020 et en 2021, par secteur, en % (France hors Mayotte)



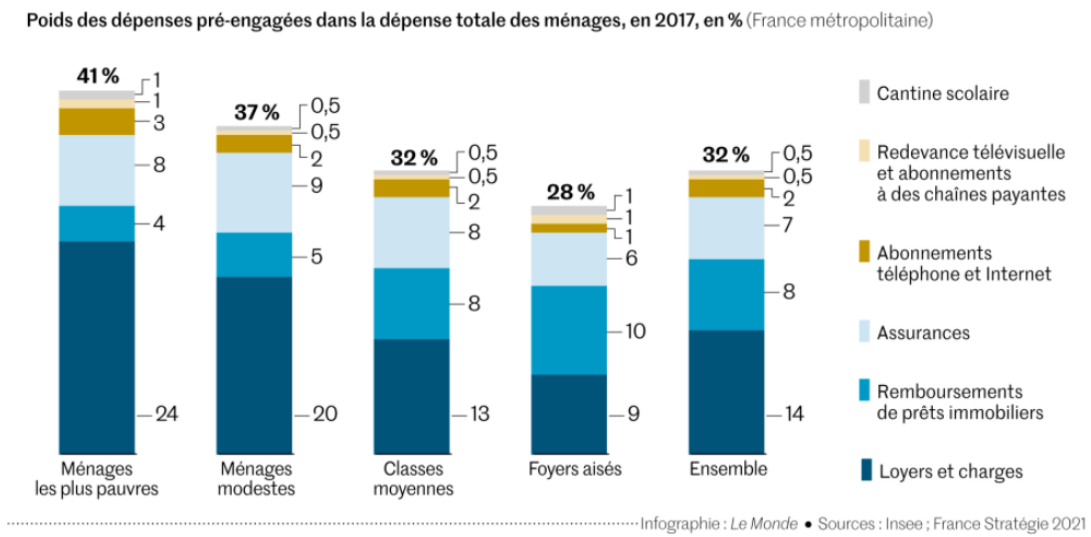
Hausse des tarifs sur un an, en décembre 2021, en %

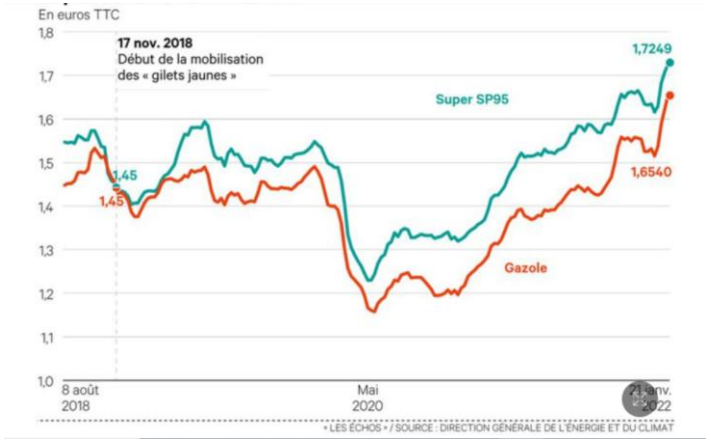


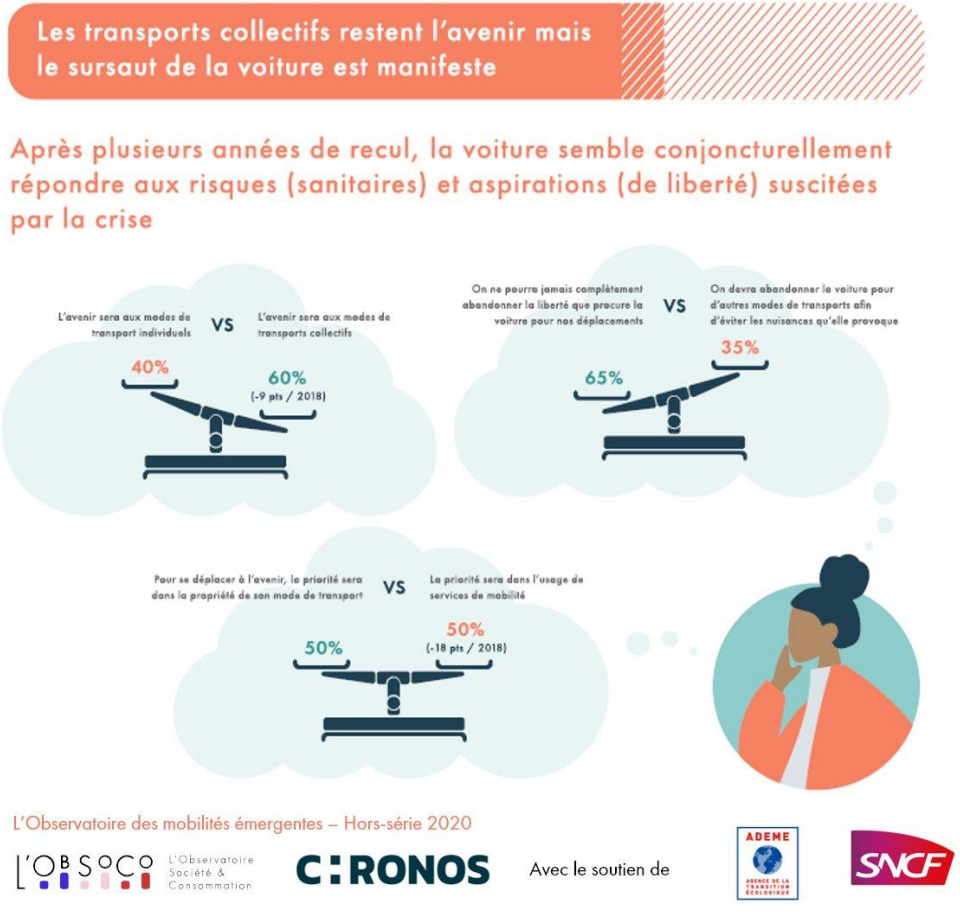
Déc 21: + 2,8 %
Janv 22 : + 2,9 %

Infographie : *Le Monde* • Sources : Insee ; France Stratégie 2021

A court terme, une partie des ménages fortement impactée par les hausses des prix : dépenses contraintes, carburants automobiles…

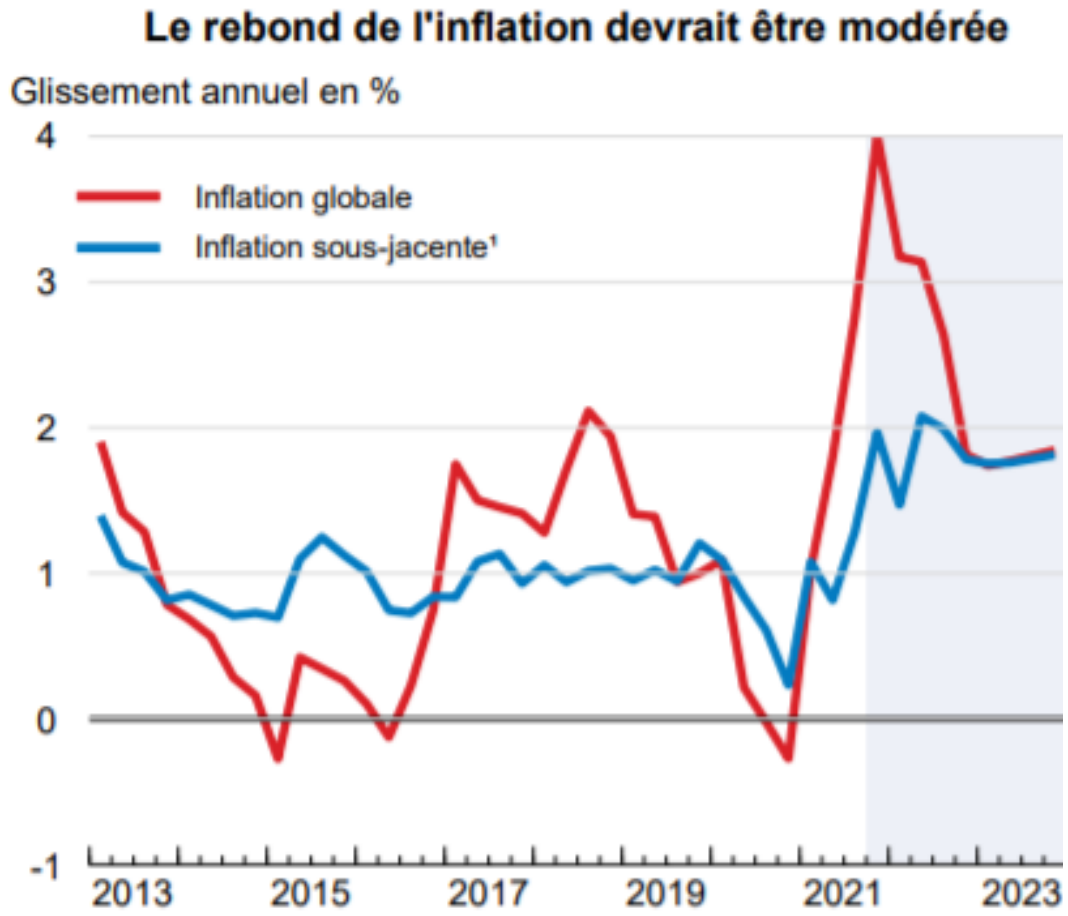






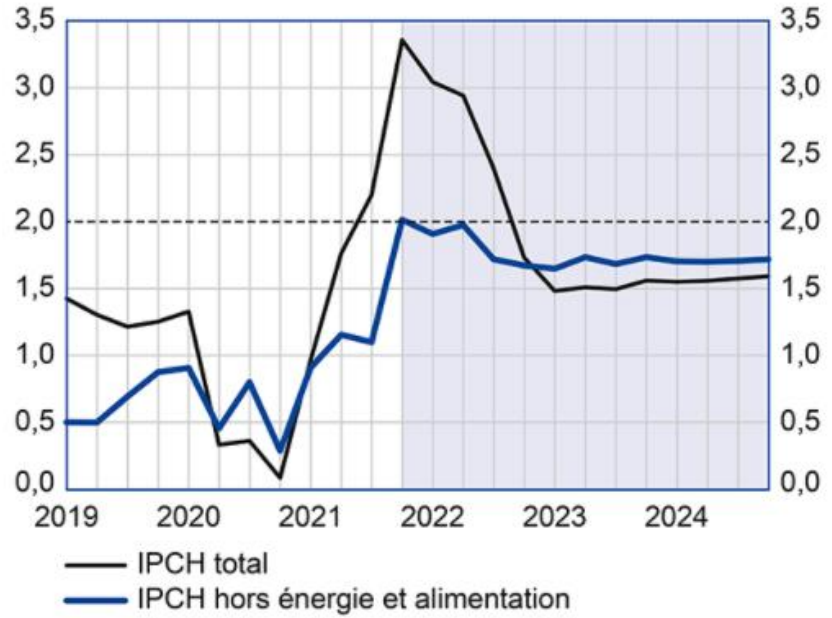
Un rebond de l'inflation qui devrait être modéré selon l'OCDE et l'INSEE

Zone euro 2



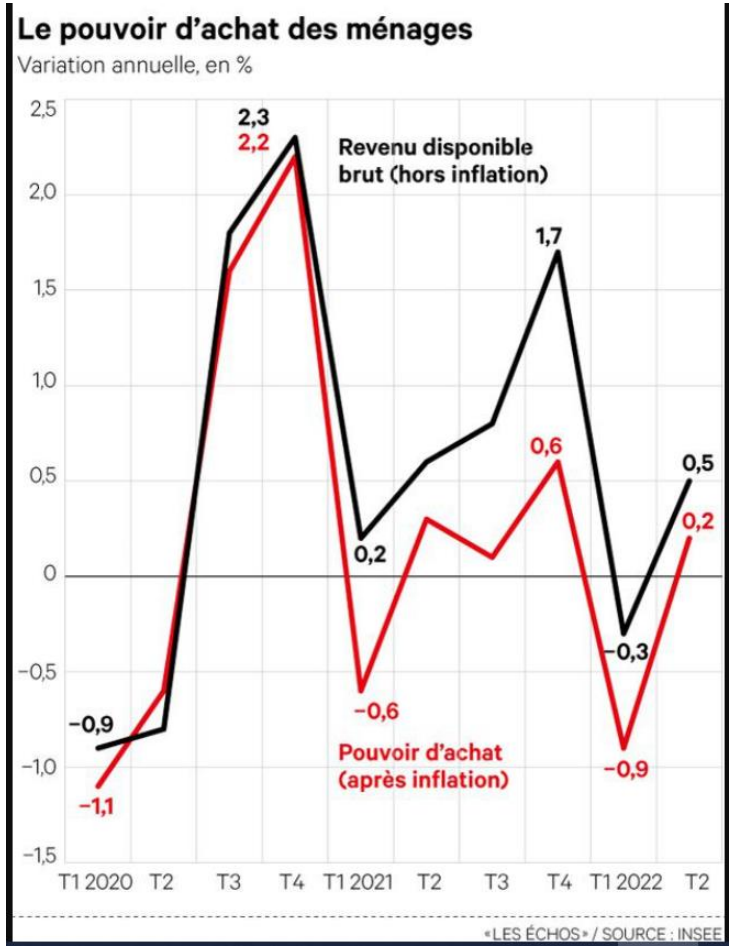
Graphique 3 : IPCH et IPCH hors énergie et alimentation

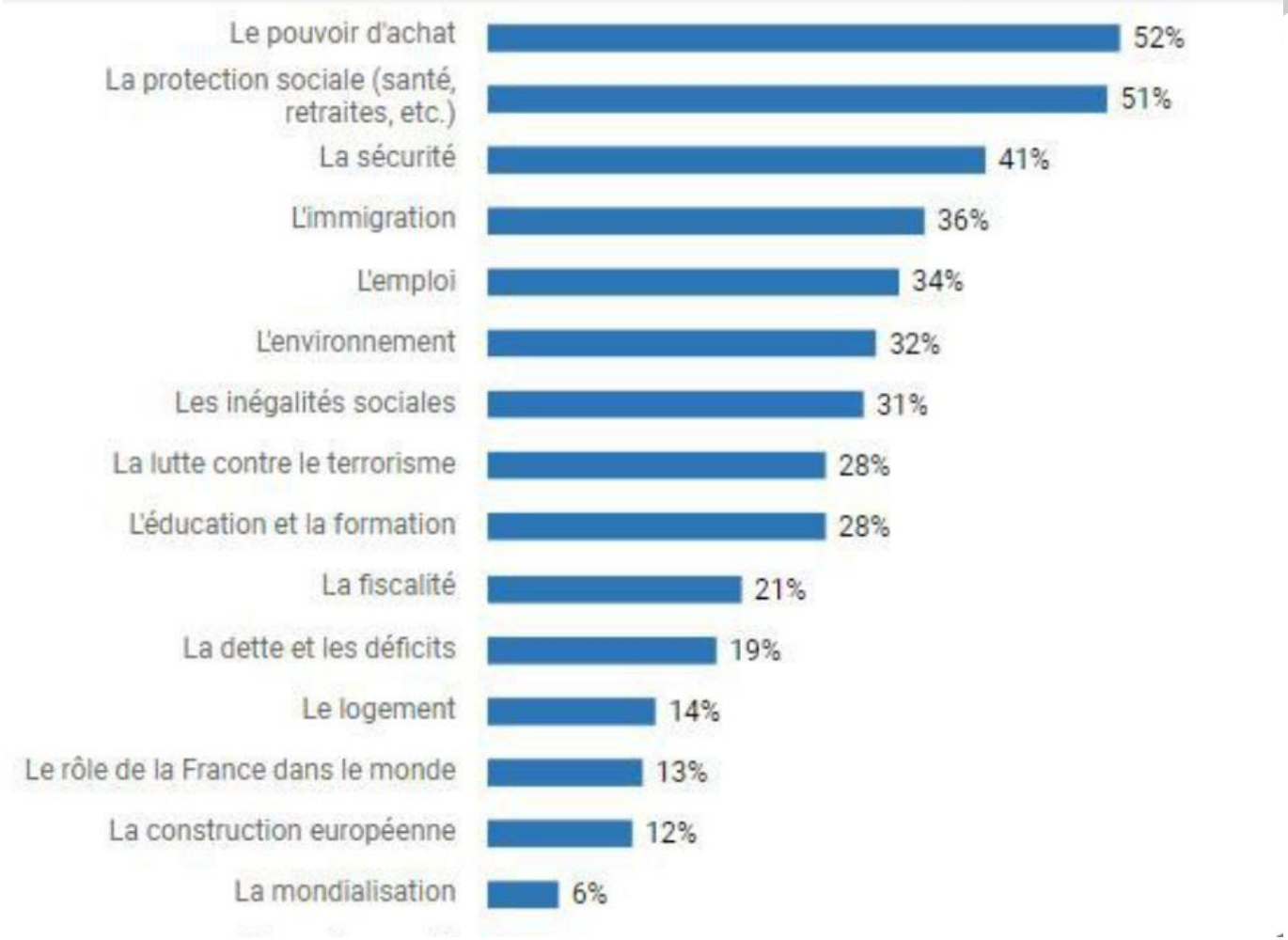
(glissement annuel de séries trimestrielles, en %)



Sources : Insee jusqu'au troisième trimestre 2021, projections Banque de France sur fond bleuté.

Le pouvoir d'achat en hausse selon l'INSEE mais une forte inquiétude des français





Source : sondage Opinionway

- **Une consommation dynamique selon l'INSEE (+ 6,1 % en 2022) mais qui reste soumise aux contraintes sanitaires et à l'évolution des prix**
- **Le chômage revenu à son niveau d'avant Covid (7 %)**
  - Des tensions sur le marché de l'emploi, une pression à la hausse des salaires
- **Vers une inflation durable ?**
  - Une hausse ponctuelle du prix des produits manufacturés
  - Une hausse durable des prix des services (forte composante salaire)

Quel contexte pour le commerce spécialisé ?

De nombreuses incertitudes

- **Contexte sanitaire : encore de grandes incertitudes**
  - Un très mauvais mois de janvier
  - Des activités très impactées : restauration, commerce
- **Quelle consommation au premier semestre 2022 ?**
  - Incertitudes sanitaires
  - Hausse des prix des dépenses contraintes
  - Inquiétudes sur le pouvoir d'achat
  - Elections présidentielle et législatives
- **Accélération d'une bipolarisation des consommateurs**
  - Des impacts forts sur le pouvoir d'achat des plus modestes
    - Des risques sociaux et sociétaux
    - Les coûts des déplacements peuvent influer sur la consommation (dépendance à la voiture)
  - Deux tendances qui s'opposent : le prix/le discount et une consommation plus responsable et plus frugale
- **Incertitudes, des risques de report de projets d'achat**

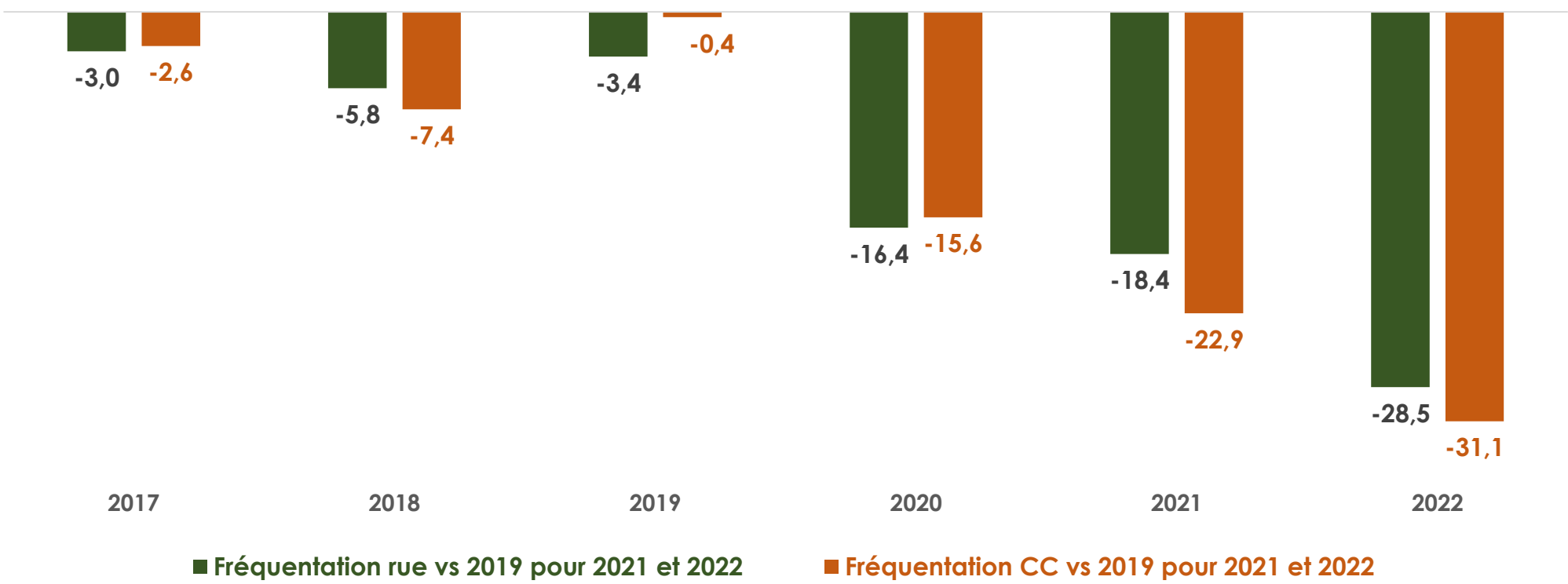
De fortes pressions sur le modèle économique

- Augmentation forte des coûts d'approvisionnement. Des incertitudes persistantes (risques sanitaires et impacts possibles sur les capacités de production, matières premières, énergie, transport, contexte politique (Ukraine)…)
- Un report partiel sur les prix de vente consommateur mais une forte élasticité prix pour une grande partie des ménages (concurrence, pouvoir d'achat)
- Difficultés de recrutement et pression sur les salaires
- Un écrasement des marges
- De fortes craintes sur coûts immobiliers (ILC…)
- Une réduction de la rentabilité

La baisse de fréquentation des points de vente et ses effets ciseaux au cœur des préoccupations

- **Une baisse de fréquentation des magasins accélérée par la Covid**
  - Des impacts ponctuels
  - Des impacts durables
- **Un premier effet ciseau en terme de chiffre d'affaires magasins**
- **Un second effet ciseau entre chiffre d'affaires et loyers : une déconnexion accélérée**

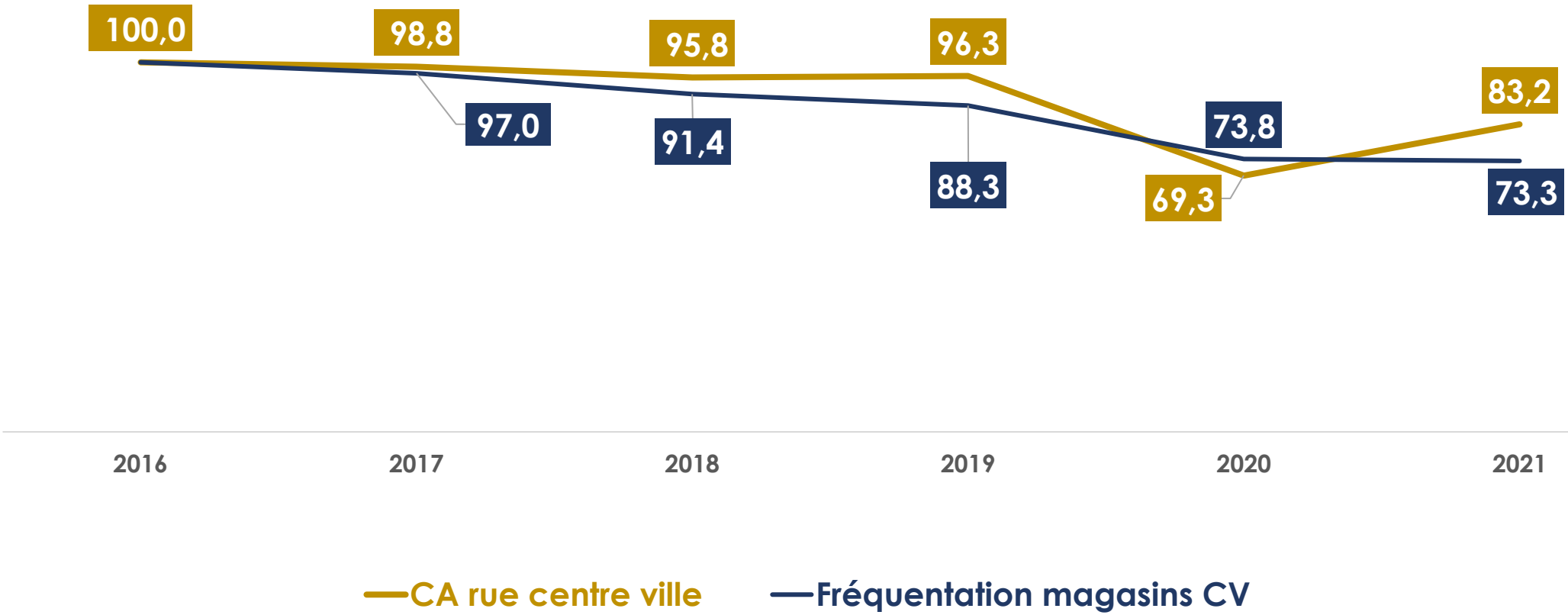
La Covid accélère la baisse de fréquentation des magasins qui sont très en dessous de 2019 en centres commerciaux comme en centres villes (évolution de la fréquentation annuelle des points de vente)



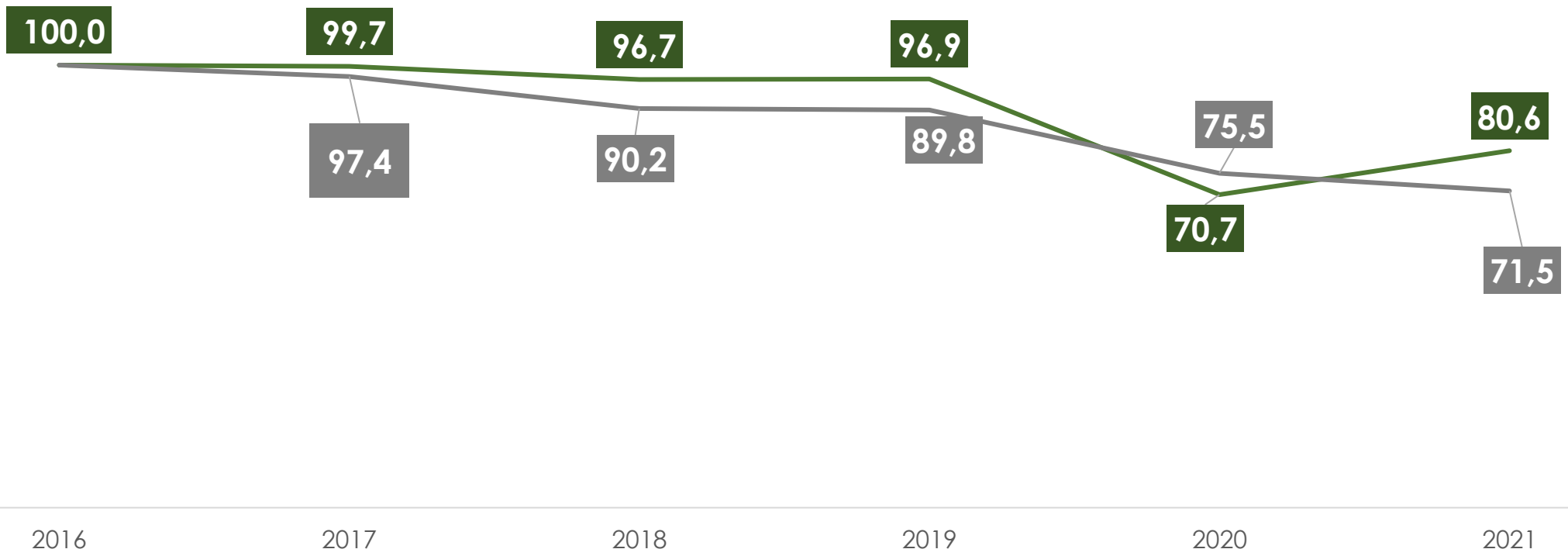
NB : Pour 2017, 2018,2019, 2020 : évolution vs N-1
Pour 2021 et janvier 2022, évolution vs 2019

Source : Observatoire fréquentation des magasins Procos/Stackr

Rues marchandes : Evolution comparée des fréquentations magasins (Procos/Stackr) et des CA magasins (panel Procos) base 100 en 2016



Centres commerciaux : Evolution comparée des fréquentations magasins (Procos/Stackr) et des CA magasins (panel Procos) base 100 en 2016



Les éléments qui impacteront la fréquentation des magasins

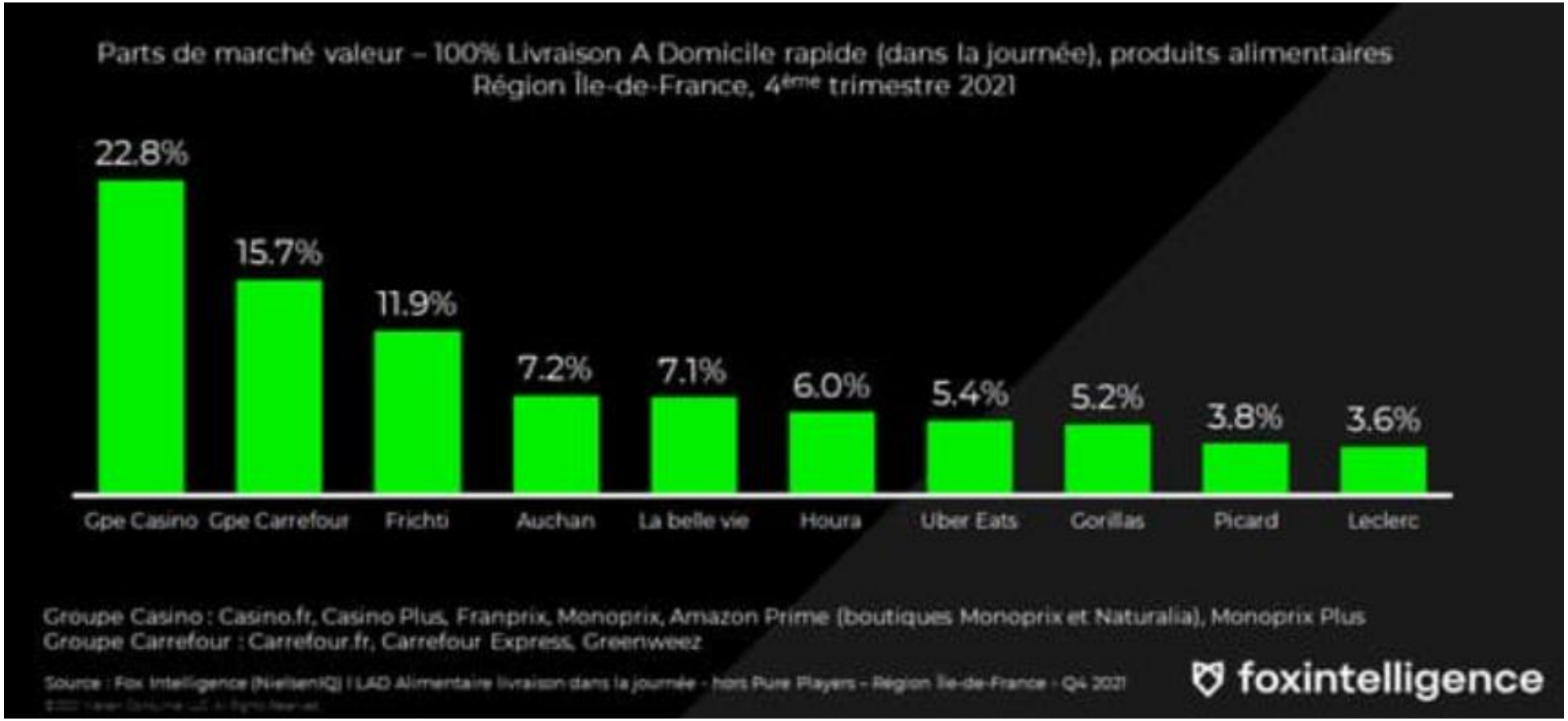
- **Le taux de télétravail d'après Covid pour 30 à 40 % des salariés**
  - Détermine la mobilité
  - Détermine le temps passé entre bureaux et domicile
  - Détermine le temps passé dans la ville et dans une autre résidence
- **Le poids de la livraison à domicile**
- **La résilience du modèle omnicanal face aux pure players**

La développement exponentiel de livraison à domicile : un enjeu de société

- **Fragilisation des points de vente**
  - Baisse de flux
  - Baisse de rentabilité
  - Des modèles non rentables qui fragilisent l'existant
  - La livraison perçue comme gratuite
- **Différencier un commerce qui livre « exceptionnellement » son client à domicile, d'un modèle d'entrepôt urbain pour livrer en moins de 15 mn**
- **Comment espère-t-on faire vivre les lieux de commerce, en particulier dans l'urbain, en réduisant drastiquement les raisons pour les citoyens consommateurs de se déplacer ?**
- **Les risques de spirale de la vacance commerciale**

Le quick commerce vient exacerber et accélérer les risques

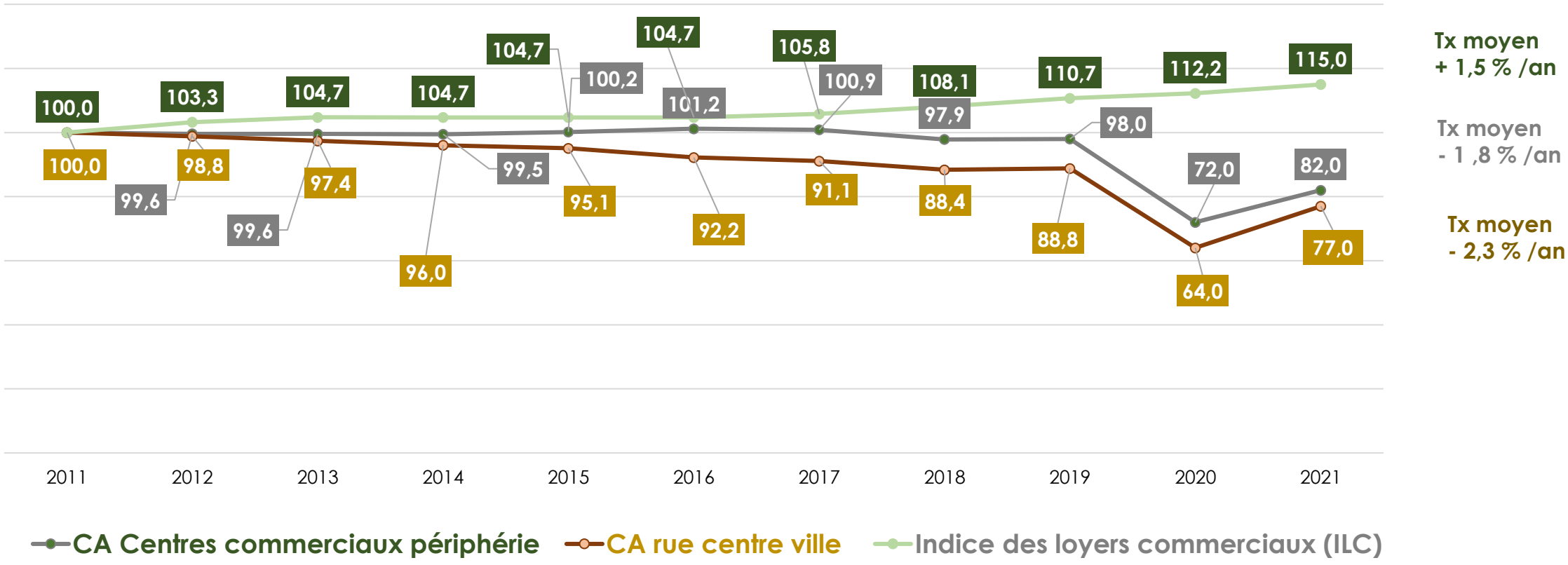
La livraison alimentaire rapide en Ile-de-France (4 T 2021)



Le commerce urbain tiraillé entre la ville du quart d'heure et la livraison en un quart d'heure !

Une évolution des loyers de plus en plus décorrélée avec celles des chiffres d'affaires des magasins

Evolution comparée (indice 100 en 2011) des chiffres d'affaires magasins en centres villes et centres commerciaux, et de l'indice des loyers commerciaux (ILC)



Tx moyen + 1,5 % /an

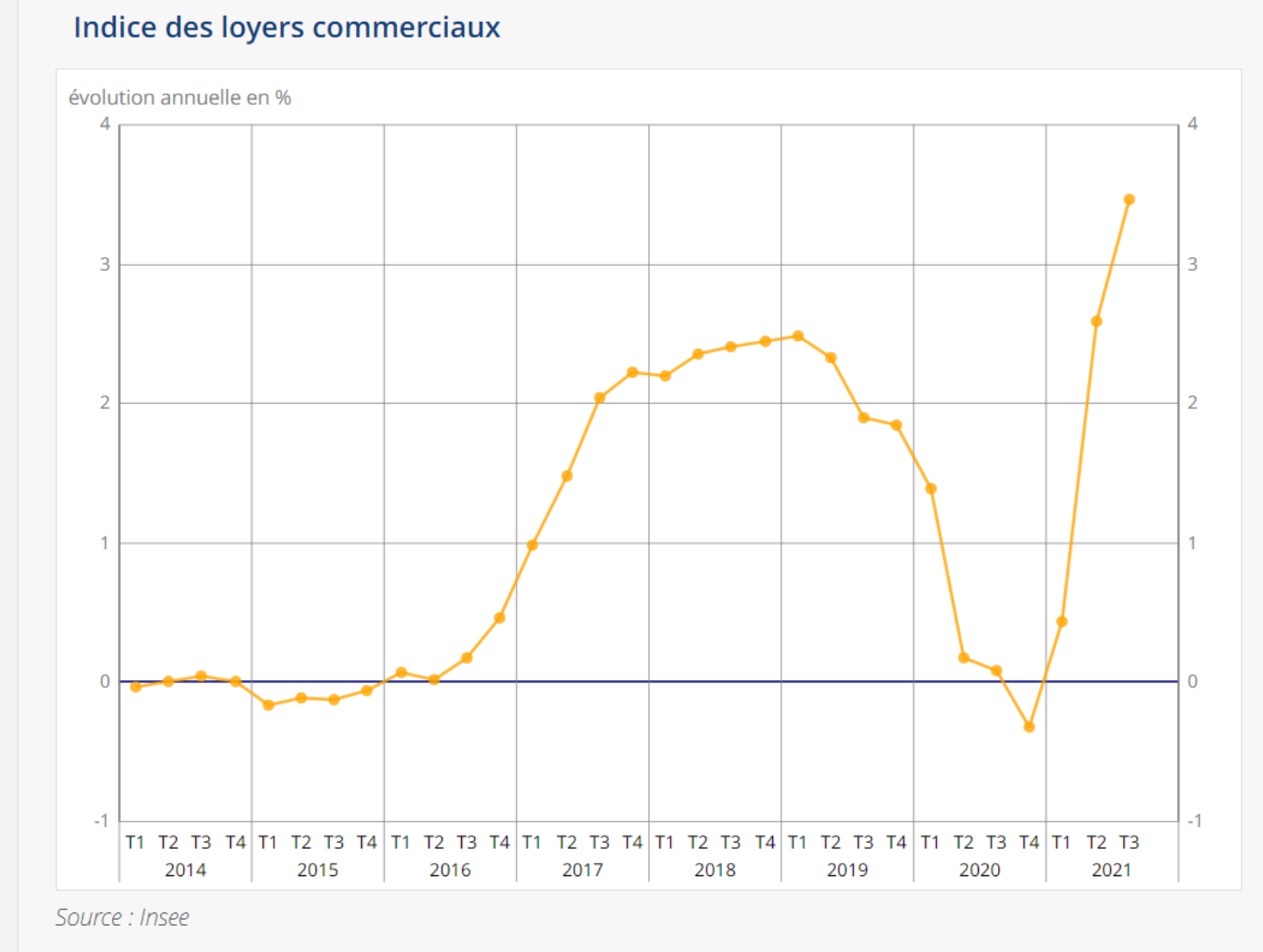
Tx moyen - 1 ,8 % /an

Tx moyen - 2,3 % /an

Source : Panel Procos et Insee

L'explosion de l'Indice des Loyers Commerciaux, un modèle à revoir

+ 3,46 % pour le 3 T 2021

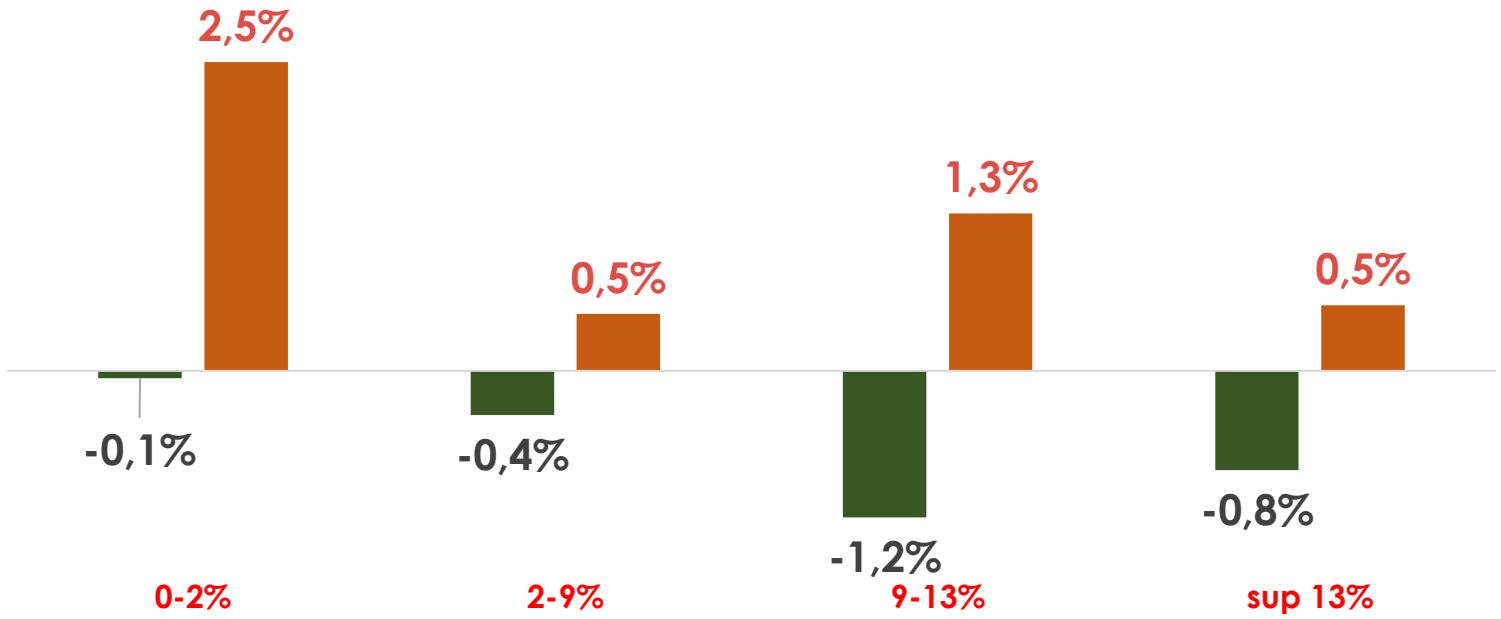


Pour les prochains mois

- **Quid des difficultés des pôles les plus affectés par le télétravail ?**
  - Le test de la fin du télétravail obligatoire
  - Pôles bureaux, Paris, Gares
- **Quid des stratégies immobilières des enseignes ?**
  - Le développement n'est pas stoppé mais est variable selon les secteurs
  - Format plus petit et densification ou arbitrage est grand format ?
- **L'évolution des loyers : aura-t-on appris ?**
  - Les loyers Covid 2021 : avec l'aide de l'Etat
  - Une évolution des valeurs locatives en fonction des sites
  - La transcription d'un changement de modèle dans les loyers futurs
  - L'évolution des taux de vacance

Quels liens entre taux de vacance et évolutions des loyers et du chiffre d'affaires ?

Centre ville - Relation entre taux de vacances et évolution du loyer et du CA
(taux de vacance 2021, analyse loyer et CA : 2013-2020)



Source : Baromètre Procos

Les Assises du Commerce

Assises du COMMERCE

Assises du COMMERCE

4 macro-tendances font peser un risque systémique sur les acteurs du commerce et sur les territoires

Les aspirations contradictoires du citoyen consommateur

90% des Français déclarent acheter au moins un produit responsable au moins une fois par mois

La concomitance de la montée en gamme et de l'essor du discount

X 4 pour le bio en valeur sur la période 2010-2020 (vs +25% sur tous les produits alimentaires sur la période)
Succès des "bazars du XXIe" siècle

Le tsunami de la numérisation du commerce accéléré par le COVID

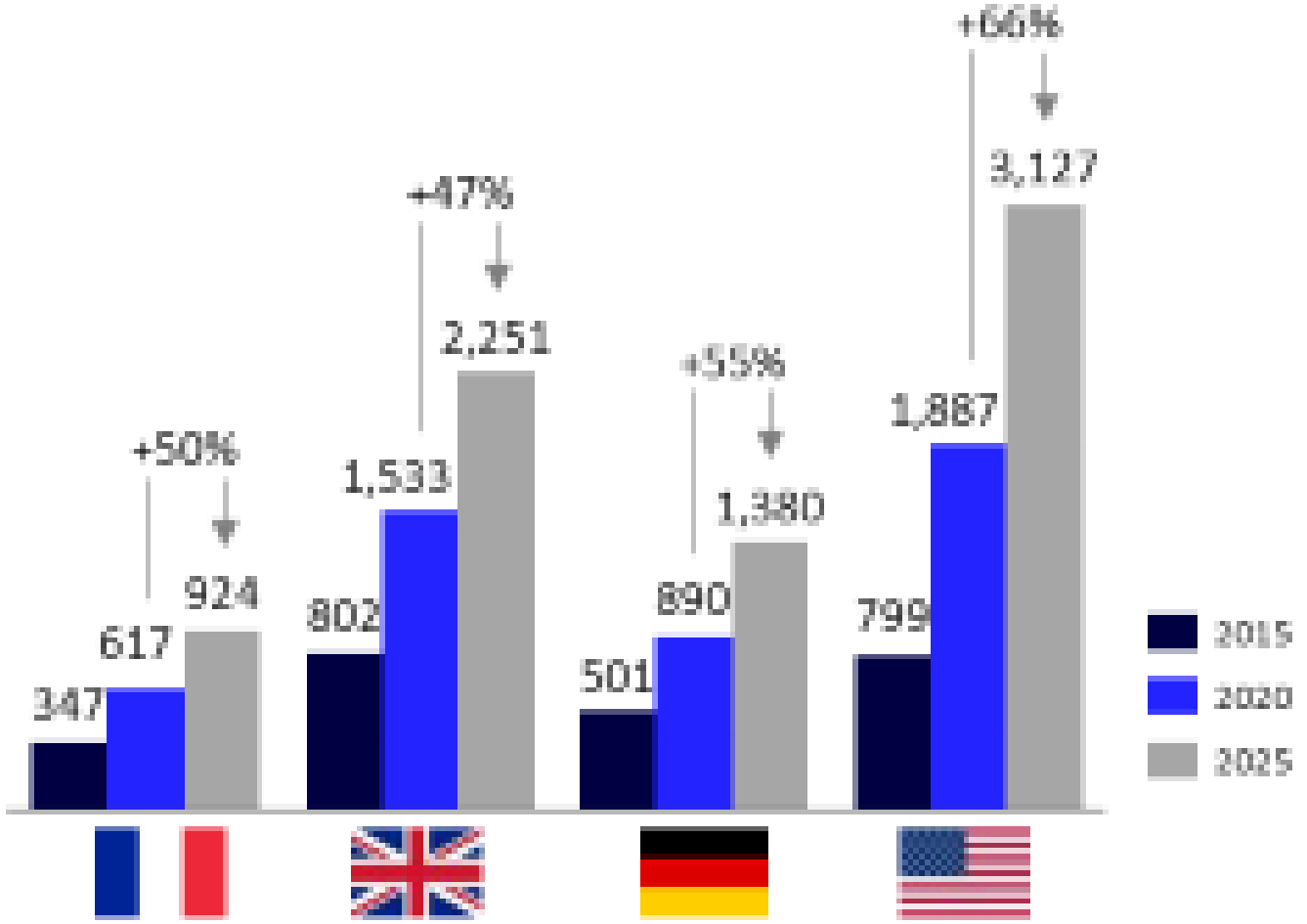
X3 pour les ventes de e-commerce entre 2010 et 2020 (+25% pour les ventes de commerce de détail sur la période)

Des nouveaux acteurs internationaux avec une force de frappe inégalée

Amazon a investi 51 milliards de dollars en 2021 soit 9% de son CA (x3 vs 2019) ...
... quand le commerce français a investi 11Mds € par an, soit 2% de son CA

Vers une croissance de 50 % des dépenses

Dépenses annuelles en e-commerce par habitant (en €)



Source : Euromonitor

Vers un plan commerce 2030 : le commerce et ses acteurs au cœur des changements sociétaux et des territoires – Les Assises du Commerce comme point de départ

- **Les Assises du commerce auront-elles créé une électrochoc suffisant : pour les pouvoirs publics, pour l'écosystème (bailleurs, banquiers …)**
- **Ne pas prendre le risque d'une « décommercialisation ». Un choix de société : majoritairement lieu de vie ou excellente dans la livraison « à domicile »**
- **Créer les conditions d'un investissement qui doit passer de 2 % à 5/6 % du CA**
  - Omnicanal : logistique, compétence, technologie
  - RSE et commerce durable : éco-conception, sources d'approvisionnement, investir dans les magasins …
- **Améliorer l'image du secteur pour attirer les jeunes, les talents et fidéliser les collaborateurs**
- **Lancer la modernisation de périphérie commerciale**
  - Zones tests, gouvernance
  - Fond de modernisation
- **Construire une nouvelle relation durable entre bailleurs et commerçants dans le cadre d'un commerce omnicanal : réduire les coûts immobiliers, permettre l'adaptation rapide des business modèles**

→ Transformer l'essai après les élections présidentielles et législatives

Election présidentielle – plateforme commune Procos – Alliance du Commerce Conférence de presse le jeudi 14 février à 9 h 00

Livre Blanc Procos
RSE

Sébastien HOURS

Vice Président de Procos

PROCOS

Président du conseil de surveillance
groupe Kéria

Livre Blanc RSE

Objectifs

- **faire connaître les actions menées** par les enseignes,
- **sensibiliser aux enjeux** de la mise en place d'une politique RSE pour les retailers,
- **mettre en avant les contraintes** inhérentes au déploiement de ces politiques,
- **faire des propositions opérationnelles d'accompagnement** de la transformation RSE du retail et prendre la parole auprès des élus et gouvernants.

Le commerce spécialisé se veut acteur positif des transformations sociétales. Sa capacité d'innovation, son rôle au niveau de l'emploi local, sa relation avec les territoires en font une véritable chance pour la France.

Une volonté partagée d'aller plus loin, plus vite et l'ambition de réussir

LE COMMERCE, UNE PLACE CENTRALE DANS LA SOCIÉTÉ

Porteur du dynamisme des villes et pourvoyeur d'emploi local

Soutien de l'activité économique de la filière

La volonté de réduire l'empreinte environnementale

Des actions pour contribuer au bien-être des salariés, de la société, des sous-traitants

La volonté des commerçants

Répondre aux attentes des consommateurs,

s'intégrer en tant qu'acteur responsable de la société et de l'économie locale

contribuer à réduire l'impact environnemental des activités humaines.

En 2018

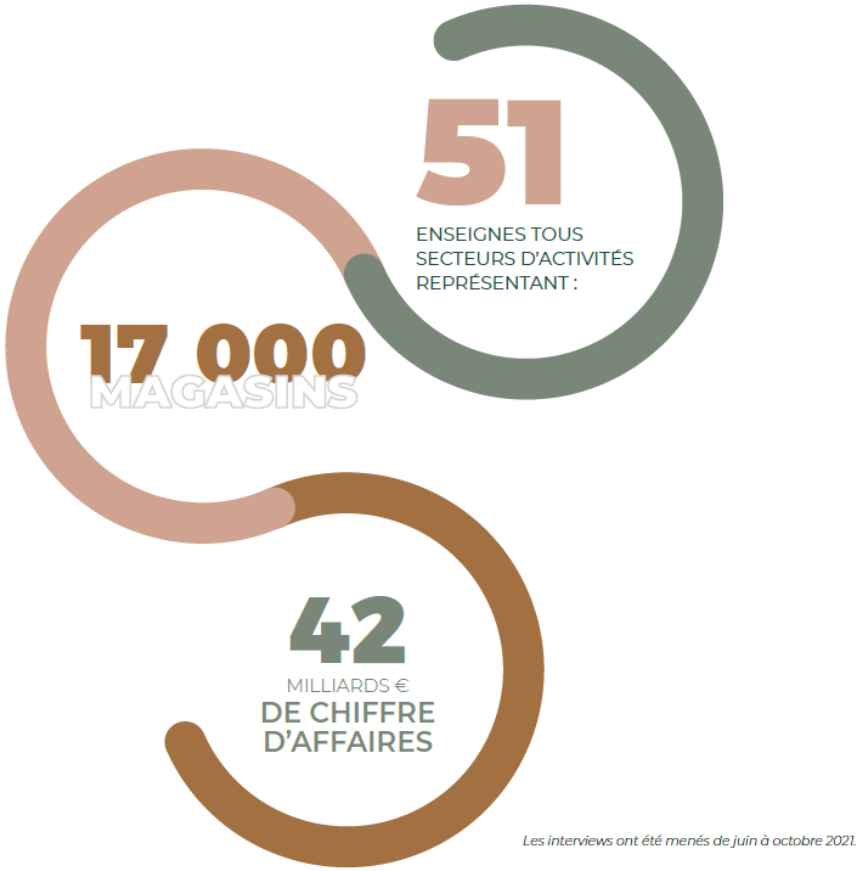
466 800 commerces de détail

1,434 million d'emplois ETP

472,3 milliards € CA

MÉTHODOLOGIE

Sondage réalisé auprès des enseignes adhérentes Procos du 1er au 31 juillet 2021



Les interviews ont été menés de juin à octobre 2021.

27 enjeux et actions issues d'un sondage réalisé auprès de

- 51 enseignes
- 13 témoignages de dirigeants d'enseignes et direction RSE

Les partenariats

Deloitte.

LE COLLECTIF GÉNÉRATION RESPONSABLE
RETAIL & DÉVELOPPEMENT DURABLE

ILS TÉMOIGNENT DE LEUR EXPÉRIENCE ET ATTENTES

COURIR

Thomas BURETTE,
Directeur RSE, Immobilier et Expansion international, Travaux et Frais Généraux

GROUPE ERAM

Hubert Aubry,
Directeur de la stratégie Groupe

Etam

Laurent MILCHIOR,
Co-gérant Groupe

FNAC DARTY

Géraldine OLIVIER,
Directrice de la RSE

Jeff de Bruges

Philippe JAMBON,
Président Fondateur

KERIA LUMIÈRE LAURIE

Sébastien HOURS,
Président du Directoire

KIABI
la mode à petits prix

Caroline BOTTIN,
Responsable RSE

MICROMANIA ZING

Matthieu DUQUESNOY,
Directeur Immobilier et Travaux

MONOPRIX

Karine VIEL,
Directrice Développement durable - Fondation Monoprix

Nihel MOULOUA
Directrice Générale opérations

PYLONES
créateur de sourires

Thomas BUCAILLE,
Directeur RH et RSE

PETIT BATEAU

Romain TOULEMONDE,
Directeur Général

SALAD&CO

Sandrine MIGNAUX,
Directrice France

RITUALS

COURIR

Label
« Enseigne Responsable »

Etam

96% des usines de fabrication **auditées**

MONOPRIX

Label
Top Employer

Jeff de Bruges

Emballages carton et papier **100% recyclables**

GROUPE ERAM

-47% d'énergie consommée entre 2013 et 2019

RITUALS

Certification
B Corp ™

KERIA LUMIÈRE LAURIE

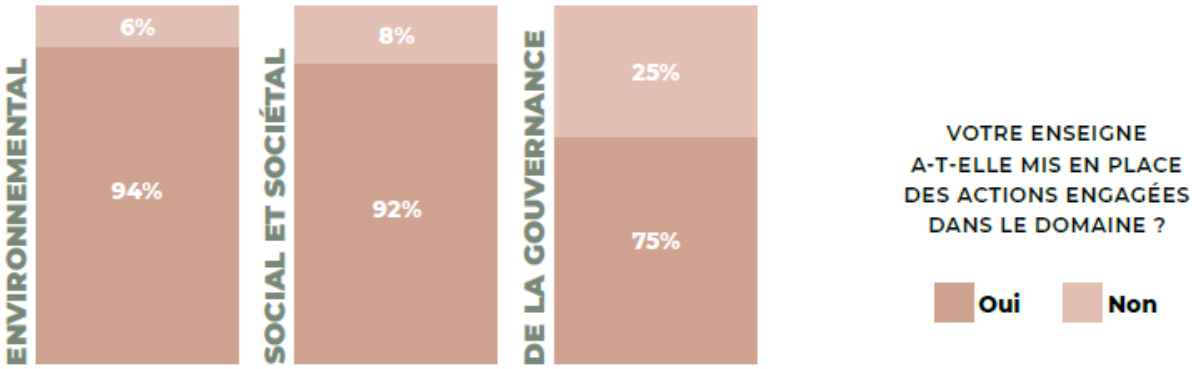
45 critères d'engagement dans le tableau de bord extra-financier

FNAC DARTY

Score de durabilité
Objectif :
Passage de 100 à 135 en 2025

UN ENGAGEMENT FORT DES ENSEIGNES DANS LES DIFFÉRENTS VOLETS DE LA POLITIQUE RSE

Plus de **90%** des enseignes ont mis en place des actions environnementales et sociales.



Sondage réalisé auprès des enseignes adhérents Procos du 1er au 31 juillet 2021 – 51 enseignes tous secteurs d'activités,
17 000 magasins, 42 milliards de chiffre d'affaires.

L'ENVIRONNEMENT : LES ACTIONS CONCRÈTES

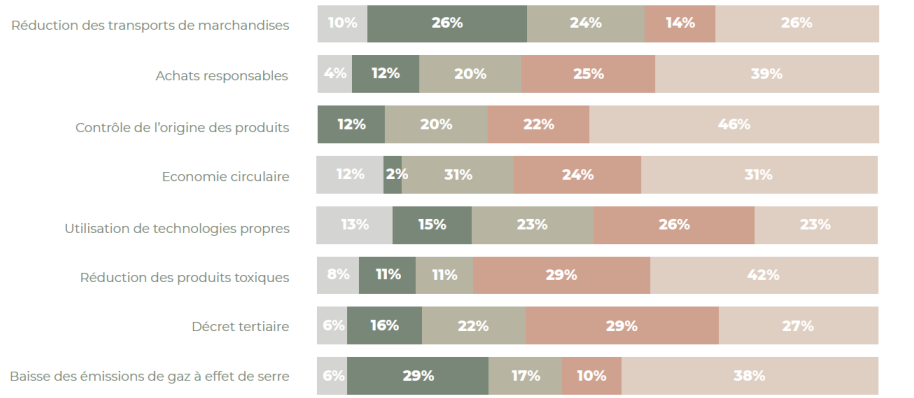
68% des enseignes interrogées **contrôlent l'origine des produits.**

Elles sont **64%** à avoir mis en place **des processes pour assurer des achats responsables.**

86% des enseignes interrogées mènent des actions visant à réduire, supprimer ou recycler les déchets.

Le développement des labellisations fait partie des démarches.

SUR LES THÉMATIQUES ENVIRONNEMENTALES,
QUEL EST VOTRE DEGRÉ D'AVANCEMENT DANS LA MISE EN PLACE
OU LE SUIVI DE LA POLITIQUE RSE AU SEIN DE VOTRE ENTREPRISE ?



L'ENGAGEMENT SOCIÉTAL DES ENSEIGNES : AU QUOTIDIEN AU CŒUR DE LA VIE DES CITOYENS

De nombreuses actions suivies et mesurées mises en place par une grande majorité d'enseignes :

86% d'entre elles pour la formation,

81% en faveur de la mixité et de l'amélioration des conditions de travail.

63% des enseignes déclarent avoir un ancrage territorial.

70% des enseignes interrogées ont un engagement associatif fort. La variété des actions est à l'image de la diversité des enseignes et de leur activité.

27 ENJEUX ET ACTIONS
POUR ACCÉLÉRER LA TRANSFORMATION DU COMMERCE SPÉCIALISÉ

Les préconisations présentées n'ont pas vocation à être exhaustives et ne répondent pas à l'ensemble des attentes et préoccupations des enseignes,

Elles correspondent aux besoins identifiés par les sondés de tout secteur pour accélérer leur transition.

Des actions déclinées autour des thèmes environnementaux sur des sujets liés à réglementation, la traçabilité, le recyclage… et des thèmes sociétaux comme le recrutement, la formation, la solidarité…

A titre d'exemple :

Clarifier les lois & règlementations

- **Stabilisation du cadre réglementaire et législatif**
- **Création d'un guichet unique centralisant les réglementations, dispositifs**

Financer la transition

- **Aides fiscales pour mettre en place des politiques ambitieuses en termes RSE, transformation de l'offre et du transport.**
- **Mécanisme simple de crédit d'impôts ou de subventions pour favoriser la réalisation de bilans carbone**

Attirer les talents

- **Communication sur les métiers du commerce pour réduire les difficultés de recrutement.**
- **Mise en place d'une aide de l'Etat pour un accompagnement par des experts en Recherche et Développement.**

PROCOS

Bilan et perspectives de l'immobilier de commerce

REPRÉSENTER | PARTAGER | S'INFORMER | PROMOUVOIR | RASSEMBLER | VALORISER | FORMER | SE FORMER | DÉVELOPPER

Sami KITAR

Responsable Bureau d'Etudes

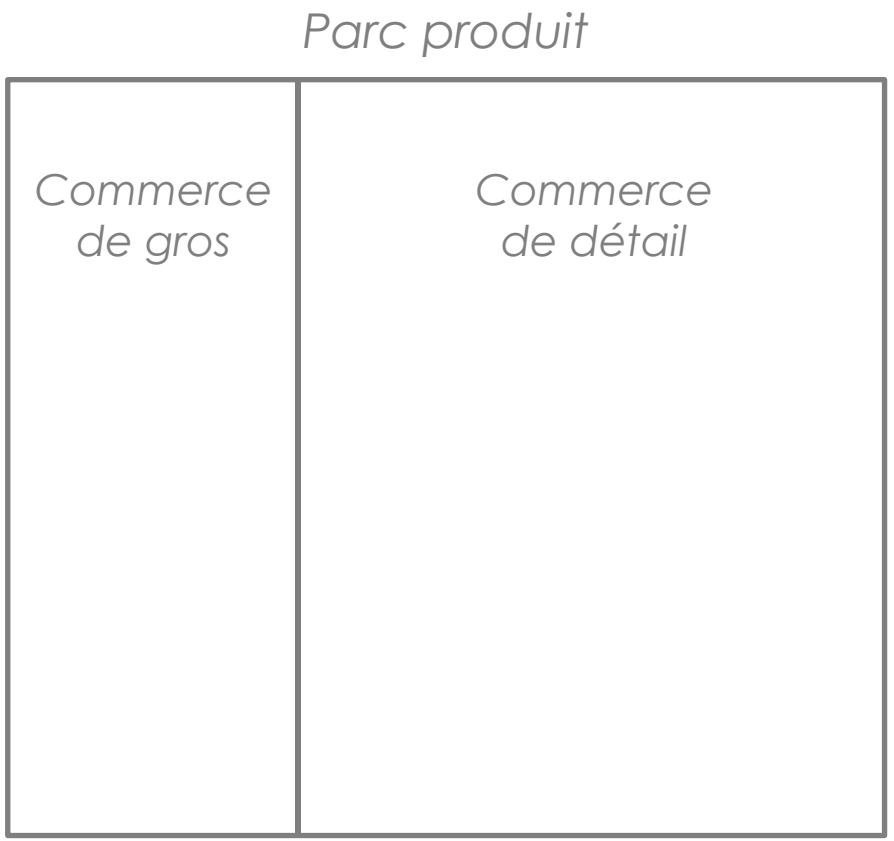
PROCOS

Méthodologie

- **Trois indicateurs**
- Les permis de construire (Source ministère : Sitadel2)
- Les autorisations des commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC) et de la CNAC
- L'Observatoire de l'Immobilier de Commerce : stock des projets des grands promoteurs (Source PROCOS)

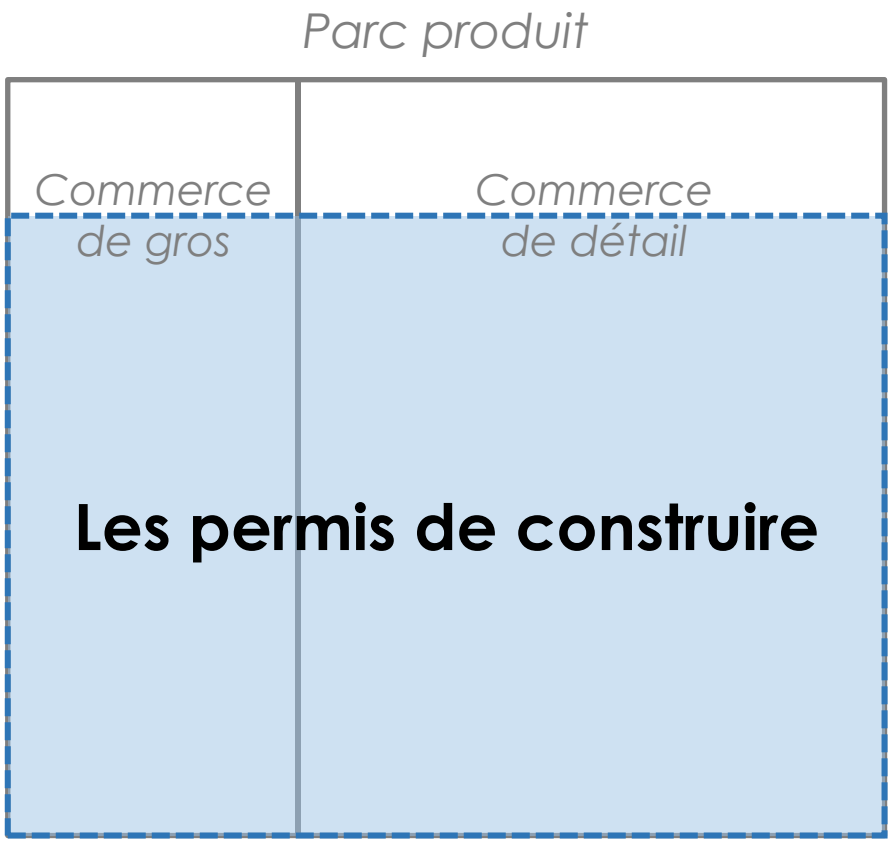
Méthodologie

- **Trois indicateurs**



Méthodologie

- **Trois indicateurs**



Projets commerciaux nécessitant :

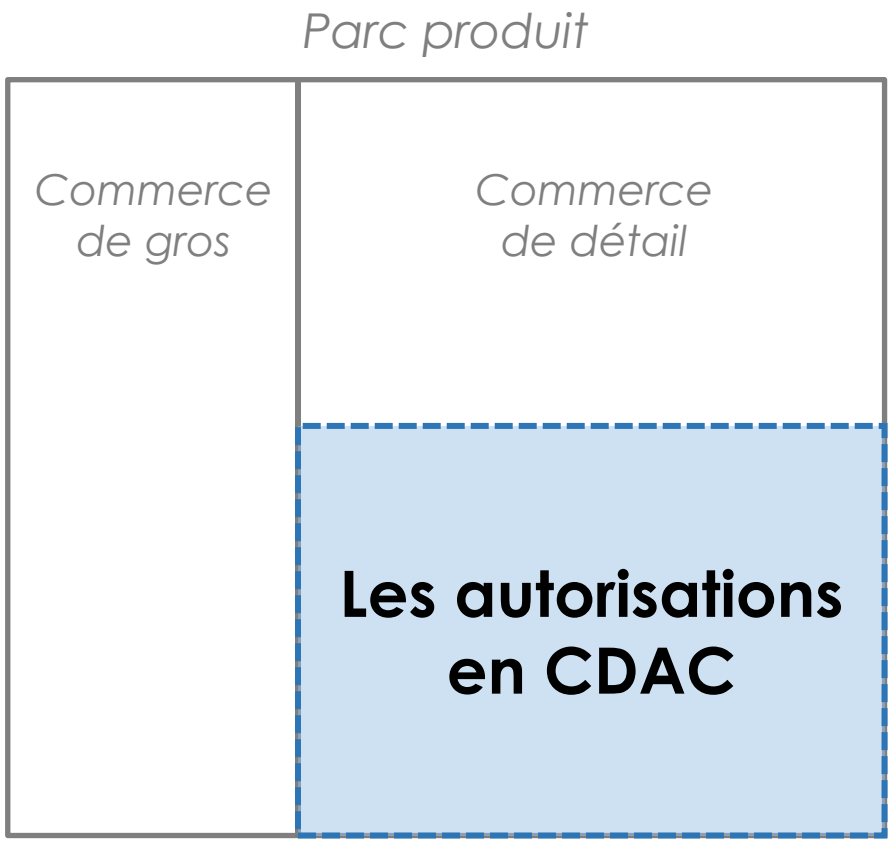
- Constructions

ou

- Travaux de structure ou de façade

Méthodologie

- **Trois indicateurs**

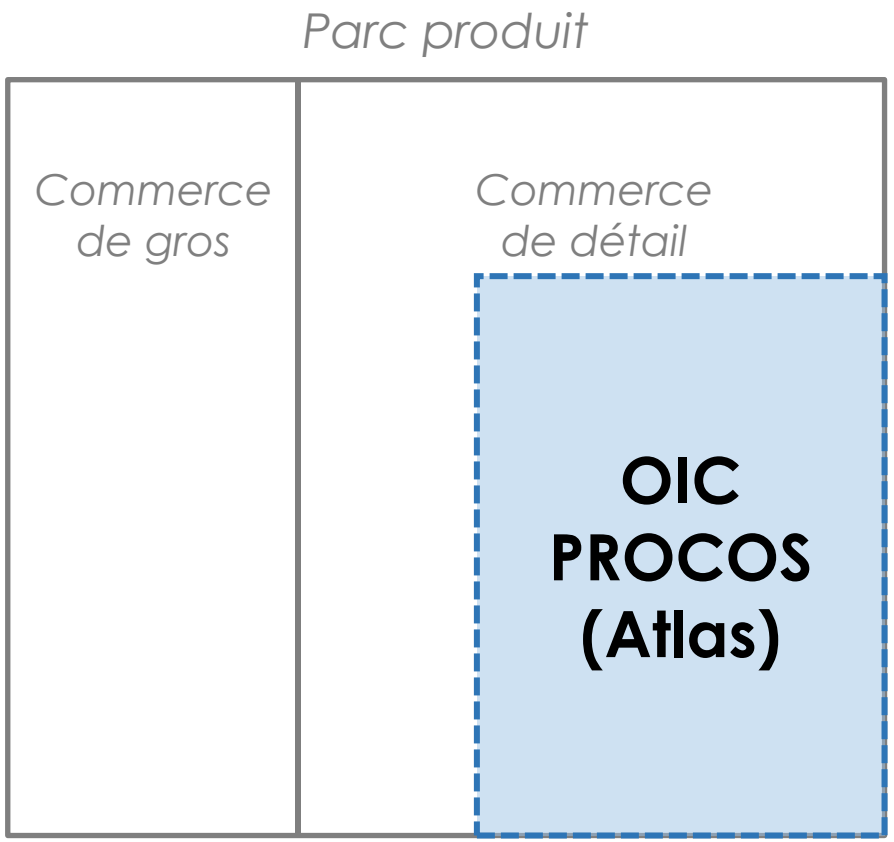


Projets examinés en préfectures

- Projets commerciaux > 1.000 m² de surface de vente
- Cinémas
- Hors loisirs et restauration

Méthodologie

Trois indicateurs



Stock de projets des promoteurs, autorisés ou non :

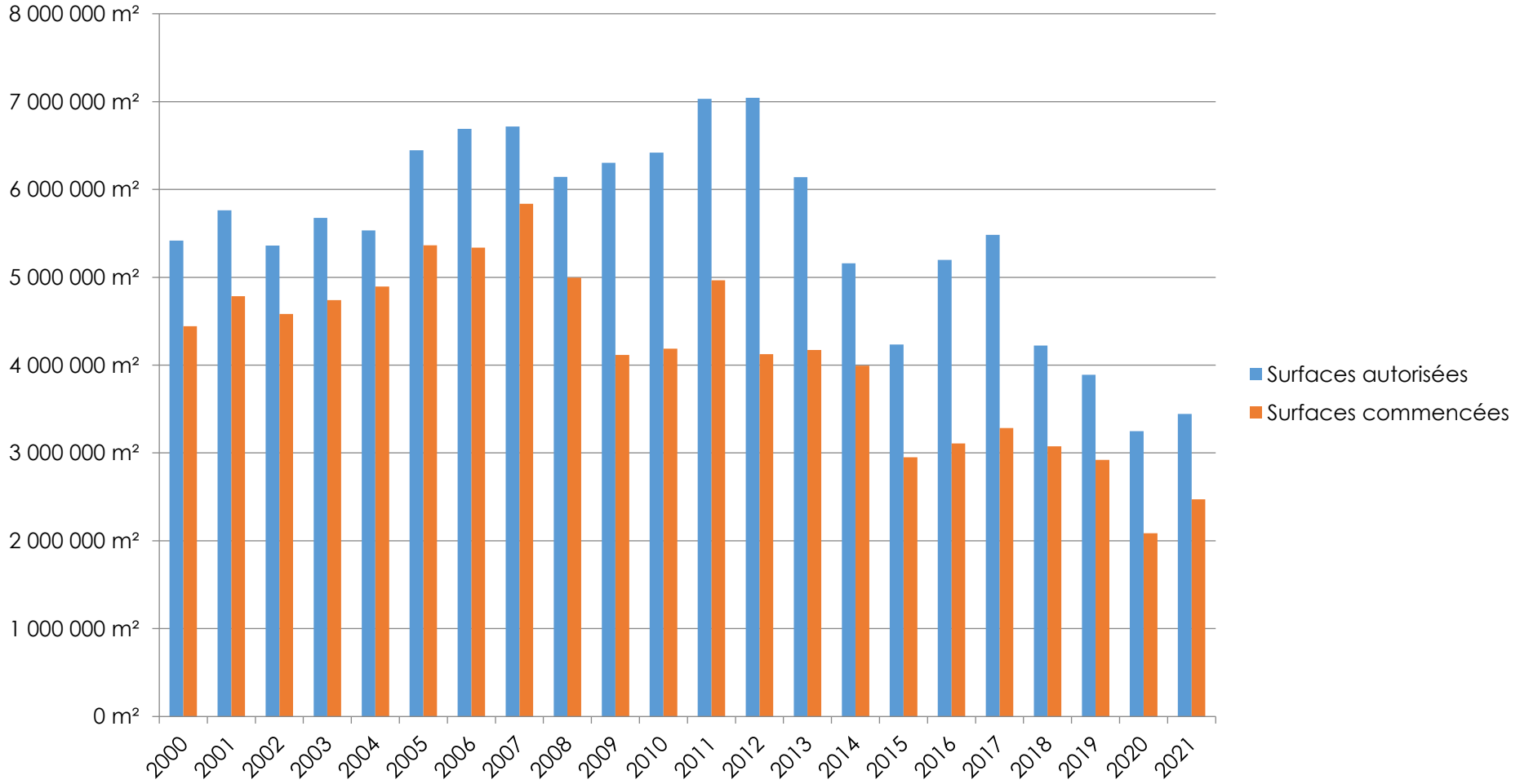
- Projets > 2.000 m² de Surface de Vente

+ Restructurations importantes
+ Projets mixtes significatifs

- Surface CDAC + restau
- Hors hypermarchés

Les permis de construire : légère reprise

Evolution annuelle des surfaces de plancher commercial autorisées par les permis de construire, et de la part de ces surfaces mises en chantier



Source : Sitadel2, chiffres de janvier à décembre

Les CDAC* : en chute libre

** CDAC : Commissions départementales d'Aménagement Commercial*

Surfaces déposées et surfaces autorisées en CDAC

Nombre de dossiers examinés en 2021 : 525 (contre 813 en 2019)

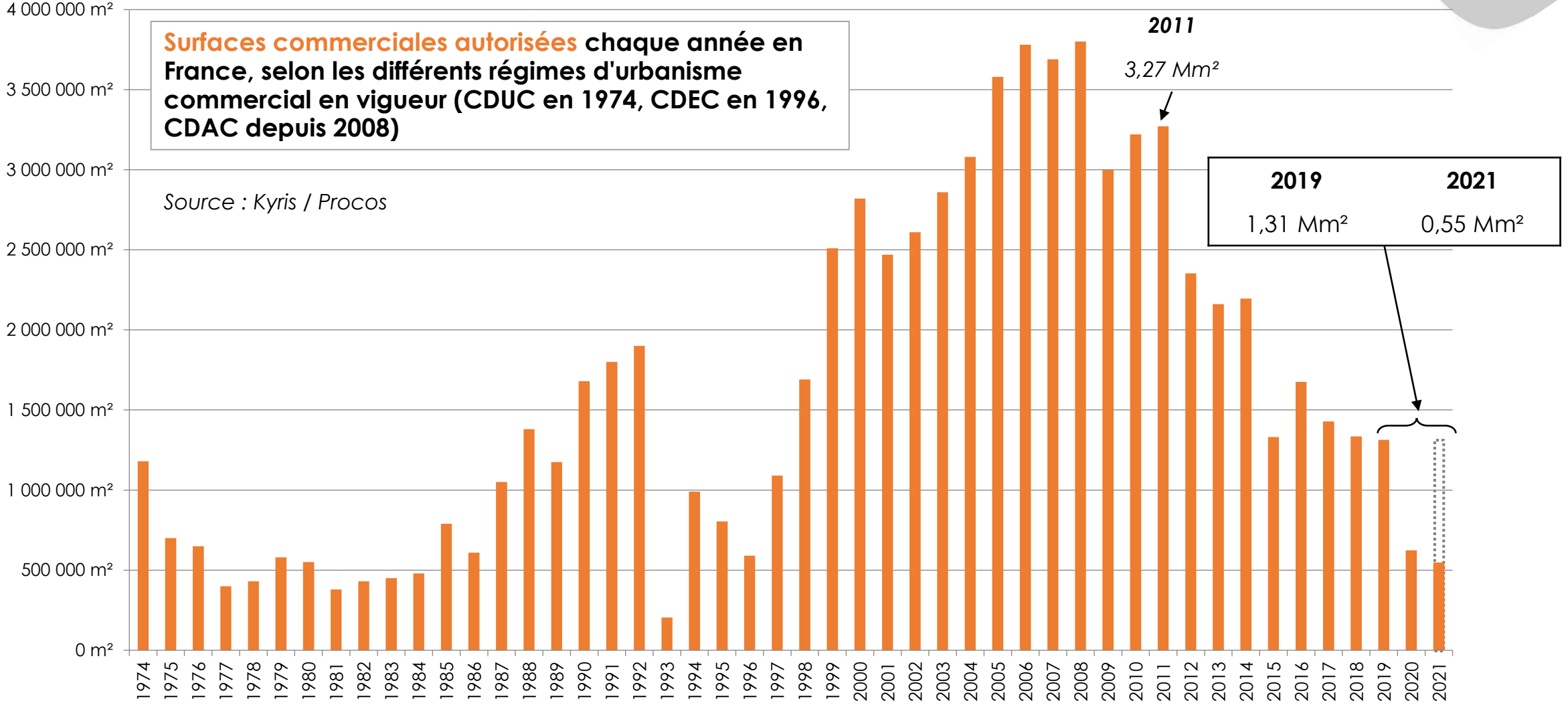
	2017	*2018*	*2019*	*2020*	***2021***
Nbre de dossiers	1.030	852	813	548	**525**
Surfaces déposées*	1,98	1,68	1,55	0,76	**0,62**
Surfaces autorisées*	1,43	1,33	1,31	0,62	**0,55**
Taux d'autorisation*	75 %	79 %	85 %	82 %	**88 %**

* En millions de m²

Source : Kyris / Procos

Les CDAC* : en chute libre

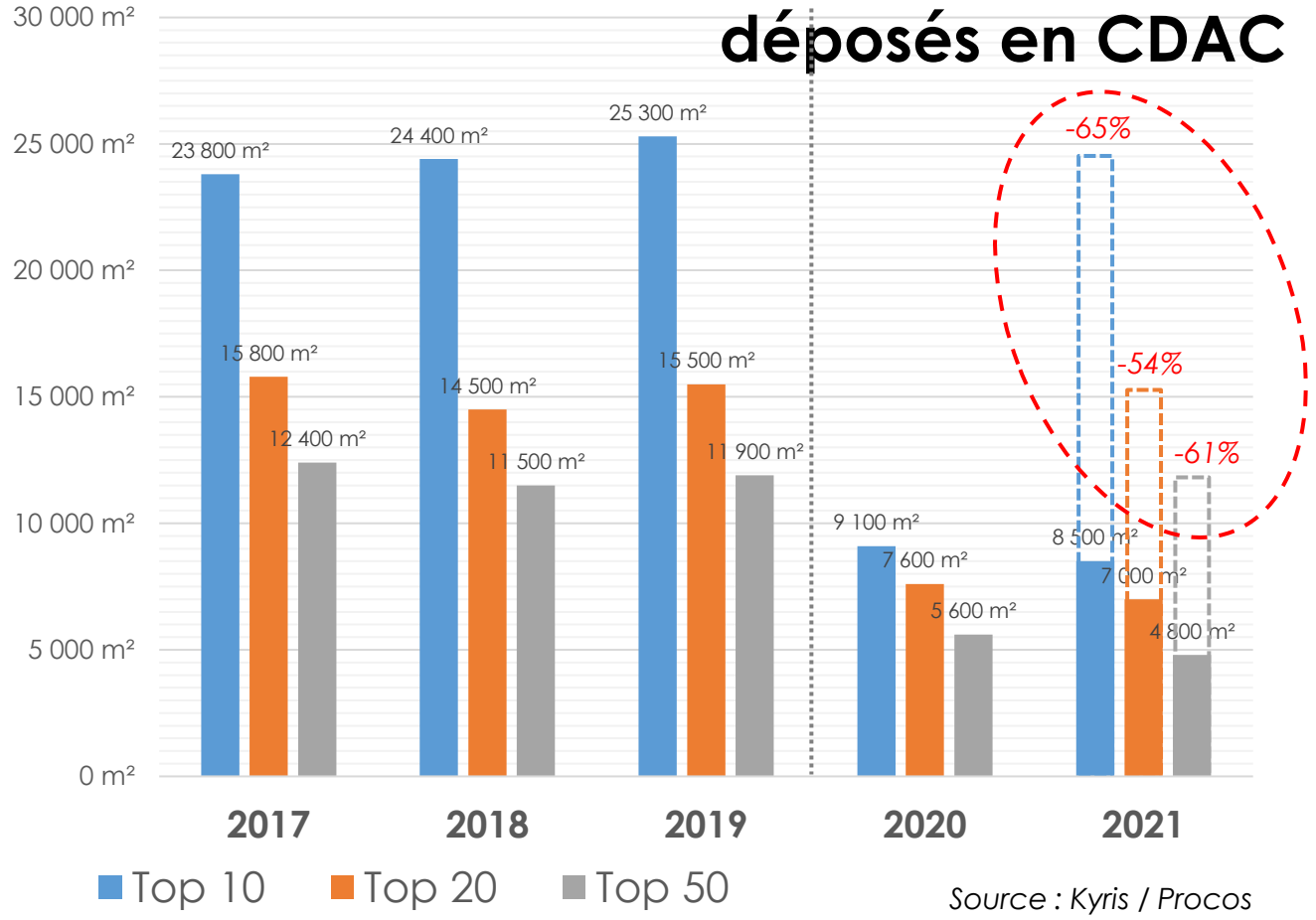
** CDAC : Commissions départementales d'Aménagement Commercial*



Les CDAC* : la fin des grands projets

** CDAC : Commissions départementales d'Aménagement Commercial*

Surface moyenne des plus grands projets déposés en CDAC



Source : Kyris / Procos

Tops 2021
vs.
moyenne 2017-2019

CDAC	2017	2018	2019	2020	**2021**
Plus grand projet recensé	43.200 m²	55.000 m²	33.900 m²	14.000 m²	**12.100 m²**

La CNAC* : de plus en plus sévère

** CNAC : Commission Nationale d'Aménagement Commercial*

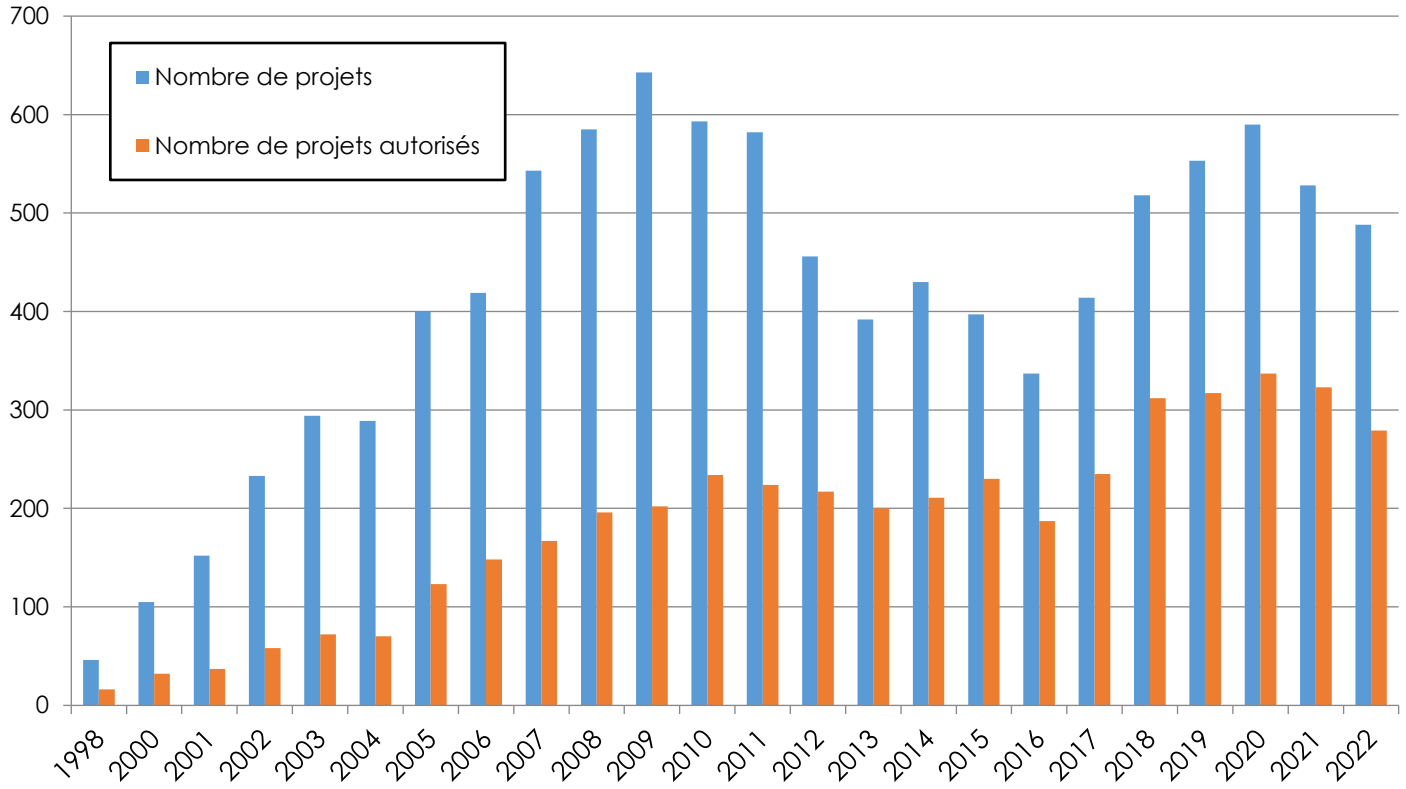
Nombre de dossiers examinés en CNAC

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Nombre de dossiers examinés en CNAC	243	271	238	251	194	221
Dont autosaisine de la CNAC	*2*	*6*	*1*	*8*	*0*	*0*
Taux d'autorisation CNAC	**60 %**	**61 %**	**58 %**	**59 %**	**52 %**	**46 %**
Nombre de dossiers examinés par les CDAC	*1 327*	*1 030*	*852*	*829*	*548*	*525*
Comparaison volume dossiers CNAC vs. CDAC, par année	*18 %*	*26 %*	*28 %*	*30 %*	*35 %*	*42 %*

Source : CNAC, Kyris et Procos
Nombre de dossiers examinés, hors retraits et divers non-lieu

L'observatoire de l'immobilier de commerce

Stock de projets à 5 ans recensés au 1er janvier



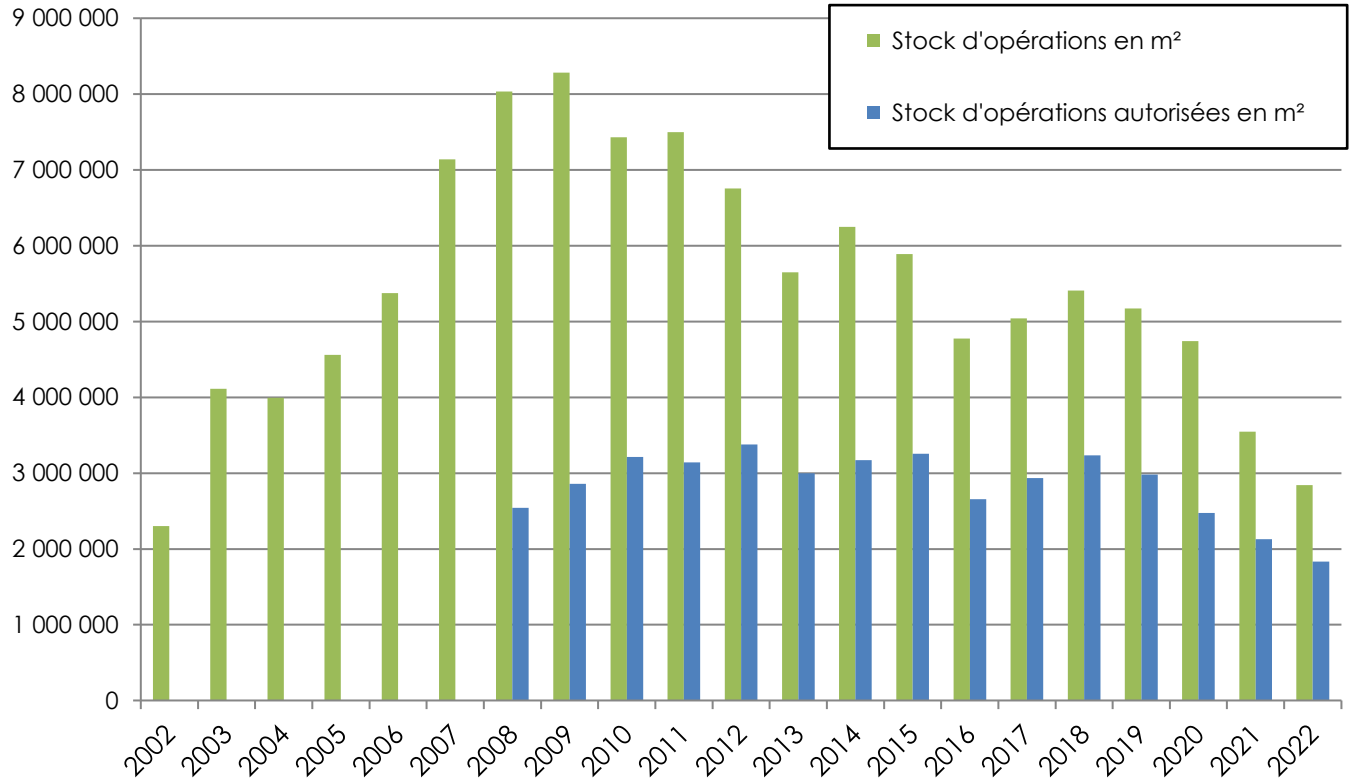
STOCK À 5 ANS
à janvier 2022
488 projets
dont **280** autorisés

dont Île-de-France :
132 projets (27 %)
dont 58 autorisés.

Source : OIC Procos

L'observatoire de l'immobilier de commerce

Stock des surfaces projetées à 5 ans recensées au 1er janvier



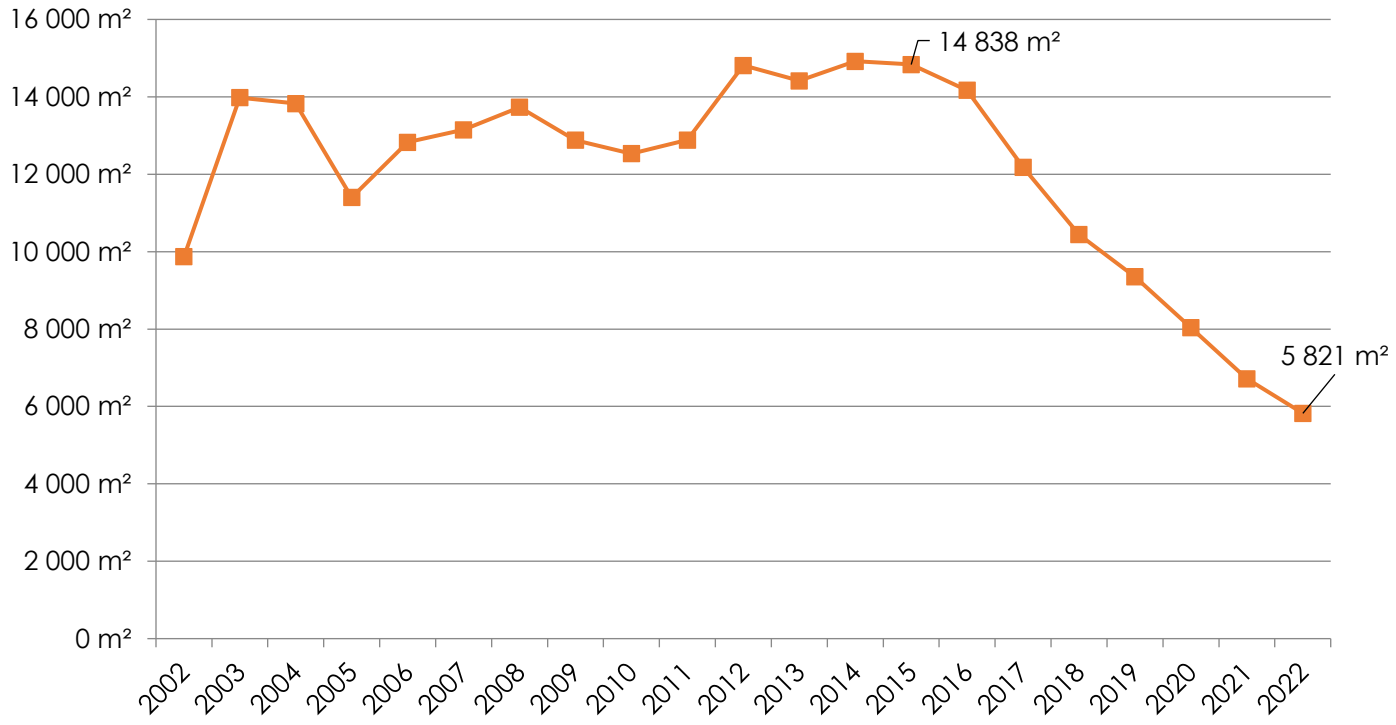
Source : OIC Procos

STOCK À 5 ANS
à janvier 2021
2,8 millions de m² en projet
dont **1,8 million** autorisés

dont Île-de-France :
0,9 millions de m² (26 %)
dont 0,4 millions autorisés.

L'observatoire de l'immobilier de commerce

Evolution de la taille moyenne des projets en stock

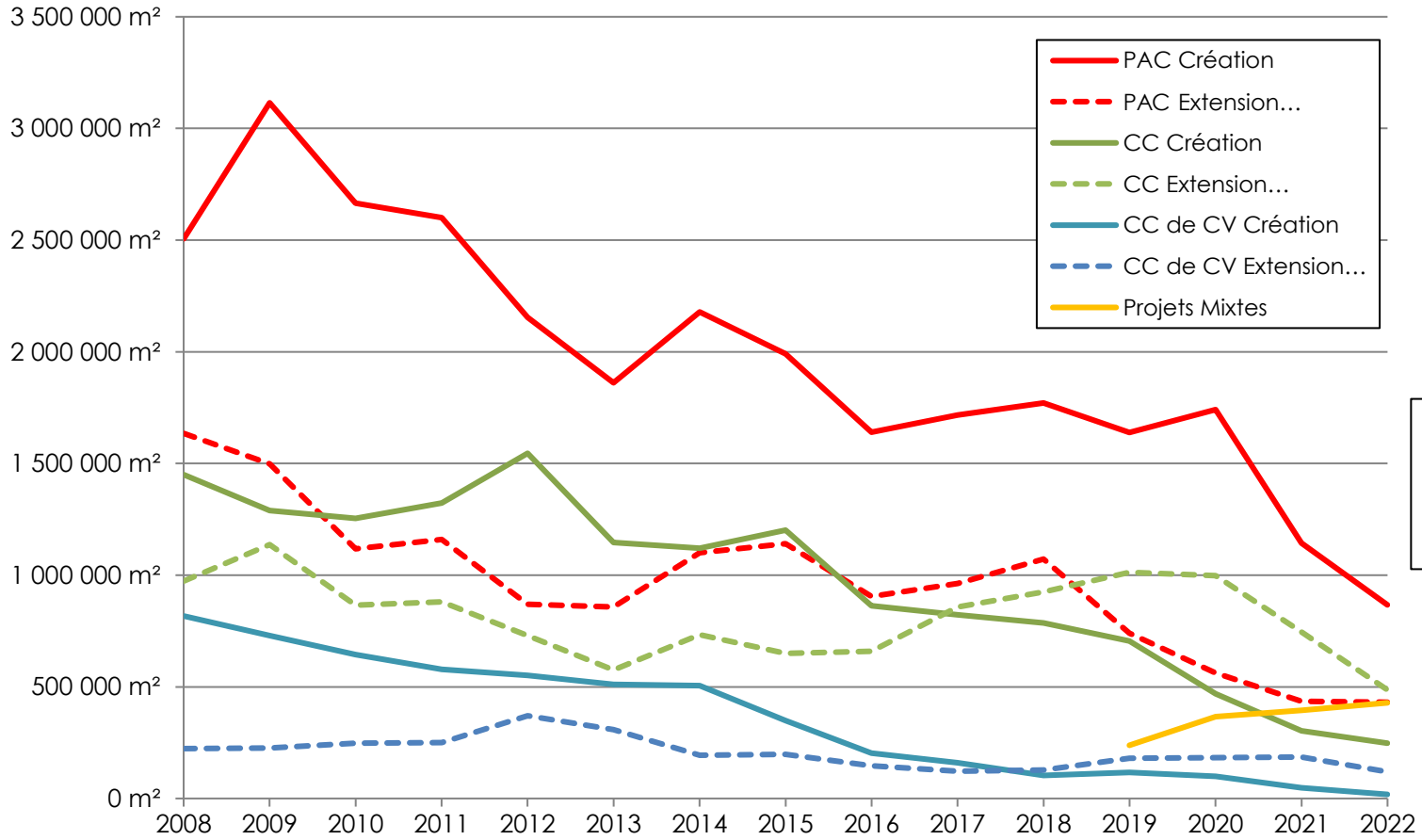


STOCK À 5 ANS
à janvier 2022
Taille moyenne :
5.821 m² SV

Source : OIC Procos

L'observatoire de l'immobilier de commerce

Evolution des types de projets en stock



Glossaire
***PAC** : parc d'activités commerciales*
***RP** : retail park*
***CC** : centre commercial / galerie*
***CC de CV** : centre commercial de centre-ville*
***Projets mixtes** : commerces intégrés dans un projet de logements*

Entre 2008 et 2022:

Créations de PAC/RP	**-65 %**
Créations de CC	**-83 %**
Créations CC de CV	**-98 %**

Source : OIC Procos, stock de projets à 5 ans au 1er janvier

L'observatoire de l'immobilier de commerce

Quelques ouvertures emblématiques en 2021

Shopping Promenade
Claye-Souilly
Frey
30.023 m²
Mars 2021

Shopping Promenade
Cœur Alsace
(Strasbourg)
Frey
48.553 m²
Mars 2021

Centre Commercial
La Sablière
(Aurillac)
Atout 15 / Obazyne
19.514 m²
Mai 2021

L'observatoire de l'immobilier de commerce

Quelques ouvertures emblématiques en 2021

Extension La Part-Dieu*
(Lyon)
URW
+17.000 m²
Juin 2021

Le 31
(Lille)
Redevco
7.830 m²
Septembre 2021

La Samaritaine
(Paris)
LVMH
21.302 m²
Juin 2021

Extension Lingostière
(Nice)
Carmila
+ 9.343 m²
Mai 2021

(*) La Part-Dieu: ouverture par phases entre fin 2020 et début 2021

L'observatoire de l'immobilier de commerce

En 2022, 198 projets « prévus »…
860.000 m² ?

Le top 10 des ouvertures prévues en 2022

Prévision	Surface de vente m² (1)	PROMOTEUR
IKEA NICE (Nice, 06)	**27.054**	IKEA FRANCE / BOUYGUES IMMOBILIER
LES PORTES DU BASSIN (Arès, 33)	**21.424**	LECLERC
ROCADEST (Carcassonne, 11)	**19.905**	SOFILIT
PARENTHESE - CHEMIN HERBU PH.1 (Persan, 95)	**18.000**	HURBAN (SOPIC NORD OUEST)
EXT. CC 3 FONTAINES (Cergy-Pontoise, 95) (2)	**16.603**	HAMMERSON FRANCE
LES COMMAILLES PH. 1 (Varennes-Vauzelles, 58)	**14.679**	IMMO MOUSQUETAIRES
ATELIERS GAÎTÉ (Paris, 74)	**13.848**	UNIBAIL RODAMCO WESTFIELD
ISSY COEUR DE VILLE (Issy-les-Moulineaux, 92)	**12.000**	ALTAREA
ZAC ENTREE SUD (Sélestat, 67)	**11.000**	VILLE / S.E.M.
MAJUSCULE (Marmoutier, 67)	**10.400**	HURBAN (SOPIC NORD OUEST)

(1) Surface de vente CDAC, hors alimentaire, hors restauration et loisirs
(2) Extension partiellement réalisée en septembre 2020

Source : OIC Procos

Synthèse

- **La pandémie a révélé et accéléré la fin d'un cycle pour l'immobilier commercial.**
- En 2021, PROCOS constate un **nouveau ralentissement** des projets commerciaux, et la disparition progressive des grands projets en stock, au profit de projets moins consommateurs d'espace.
- Des injonctions plus forte de responsabilité et de sobriété (foncière, énergétique), et de protection des centres-villes.
- La **politisation et la judiciarisation** de l'aménagement commercial font peser une insécurité sur l'ensemble des projets commerciaux, même autorisés.
- La poursuite **des abandons de projets**, même ceux qui sont autorisés.
  - Un **risque d'enfrichement** des pôles commerciaux vieillissants.
  - Un risque réel de voir la **vacance commerciale exploser** sur certains sites, en centre-ville comme en périphérie.
- Une crise majeure des modèles traditionnels du commerce de détail, en particulier des **centres commerciaux**.
- **Les projets urbains mixtes sont-ils l'avenir du commerce spécialisé ?**

VOS QUESTIONS

MERCI ET TOUTES ET À TOUS

TRÈS BONNE JOURNÉE