

# MARKETBEAT

 CUSHMAN &  
WAKEFIELD

BILAN 2023

## COMMERCES

### FRANCE



## Panorama Economique 2023

+0,8%



PIB

2023 (p)

+4,9%



Inflation

Moy. 2023

100,3



Climat des affaires

Moy. 2023

84,8



Moral des ménages

Moy. 2023

+0,6%



Consommation des ménages

2023 (p)

7,5%



Chômage

France (hors Mayotte)  
2023 (p)

17,7%



Taux d'épargne

2023 (p)

2,54%



OAT TEC 10 ans

29/12/2023

(p) prévisions  Tendance récente

Sources : INSEE, Banque de France





### Creux de vague ou ligne de crête ?

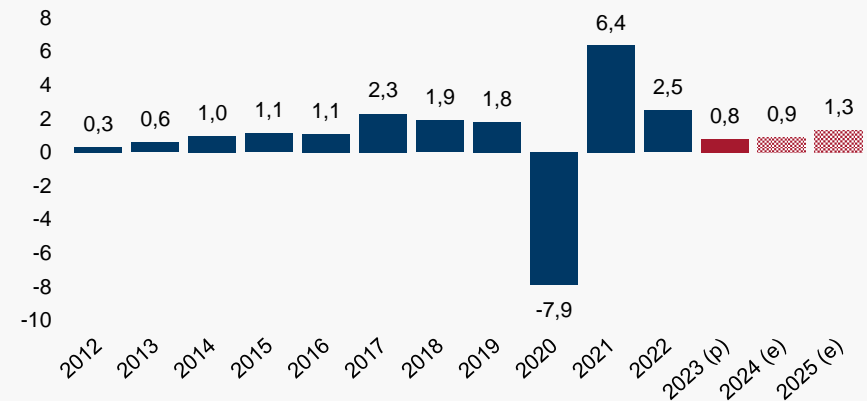
#### Entre « post-crise » et « pré-reprise »

La France n'a pas échappé à la confusion liée aux dernières perturbations mondiales d'ordre sanitaire, politique et économique. Elle tente de maintenir ses indicateurs à flot dans un contexte de recul de la demande et de fortes tensions, notamment sur les prix de l'énergie. La croissance atone du 4ème trimestre (0% contre +0,2% prévue par le gouvernement) fait suite à un 3ème trimestre dans le rouge (-0,1%). L'année 2023 s'achève ainsi sur une croissance cumulée de +0,8%, en net recul au regard des 2 années précédentes (+6,4 en 2021 et +2,5% en 2022), permettant au pays d'échapper de peu à la récession. Cette tendance molle devrait se poursuivre en 2024, avec une croissance attendue de +0,9%, insuffisante pour contenir le déficit public à 4,4% du PIB comme promis par le gouvernement.

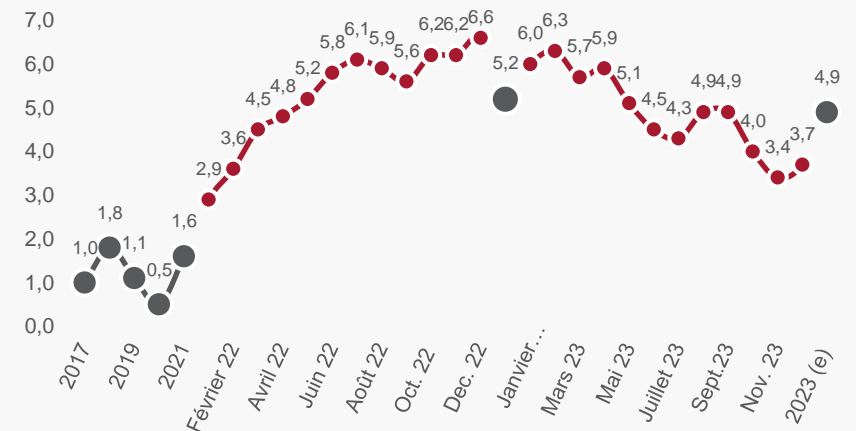
Ce résultat intervient par ailleurs dans un contexte où l'inflation annuelle s'établit autour de 5%, malgré une décélération entamée depuis l'été. Cette dynamique plus favorable devrait se poursuivre dans les mois à venir, y compris pour l'inflation sous-jacente. Ainsi, après l'énergie et les services, le ralentissement de l'inflation devrait toucher l'alimentation et les produits manufacturés, contribuant par la même à la reprise de la consommation des ménages. Cette dernière a en effet quasiment stagné en 2023, avec +0,6% seulement, après +2,1% en 2022. Le pouvoir d'achat (+0,8% en 2023) reste au cœur des préoccupations des français, qui continuent donc à préserver leur épargne lorsqu'ils le peuvent (17,7% du revenu). En fin d'année, les indicateurs de climat des affaires et de confiance des ménages restent inférieurs à leurs tendances long terme, dans l'attente de perspectives de reprise tangible.

La progression du taux de chômage à 7,5% fin 2023 semble marquer la fin d'un cycle de 7 années de repli, de plus de 10% à 7,1%, son point bas atteint au T1 2023. La stagnation de la croissance et la mise en place de la réforme des retraites devraient réduire le rythme des créations d'emploi (moins de 25 000 par trimestre en 2024 vs 100 000 en moyenne en 2022). En parallèle, la fin des mesures d'aide de l'Etat et les difficultés rencontrées par les TPE et PME pour rembourser leur PGE accélèrent les défaillances d'entreprises, qui ont augmenté de +34,4% en 2023, particulièrement dans les secteurs de l'hébergement-restauration et de l'information-communication. L'ensemble de ces éléments devrait conduire le taux de chômage aux alentours de 7,8% d'ici fin 2025, s'éloignant de fait du plein emploi visé à horizon 2027 par le gouvernement.

// Croissance annuelle du PIB France, (%)



// Evolution taux d'inflation France, (%)



Sources : INSEE, Banque de France

### Consommation et chiffres d'affaires

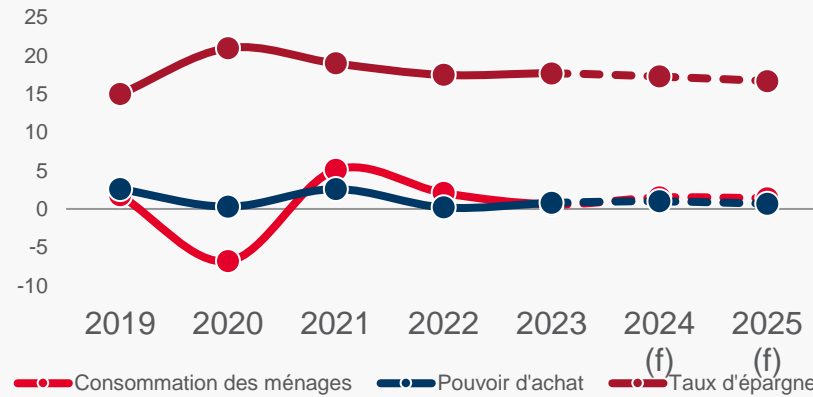
#### Déprime passagère ?

En dépit d'une légère amélioration de l'indice moyen du climat des affaires du commerce de détail (+2,6 pts entre 2022 et 2023), l'indice des ventes du secteur poursuit sa lente décélération entamée depuis la fin de la crise (-4,3% en volume sur 12 mois à fin 2023). Le marché des commerces reste pénalisé par une inflation qui persiste dans un contexte géopolitique pour le moins incertain.

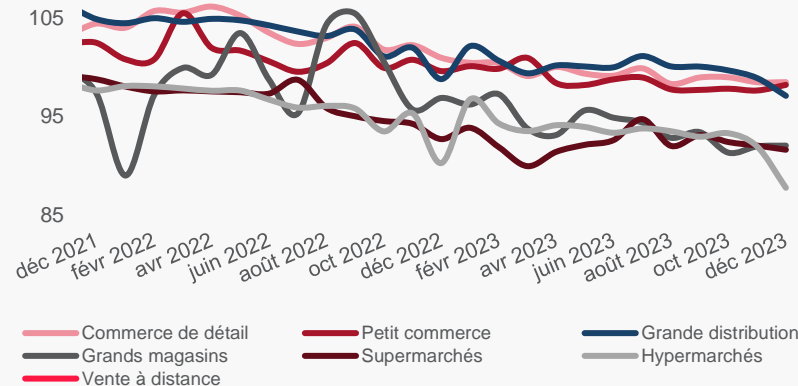
Face à la hausse des prix, les consommateurs ont majoritairement opté pour une réduction de leurs dépenses. Le secteur alimentaire a vu son indice de ventes reculer de 8% sur l'année en raison de la forte hausse des prix de certains produits de base. C'est également le cas de l'équipement de la maison (meubles -8,6% et électroménager -9,1%), qui accuse un grand coup de frein après la vague de rééquipement des ménages réalisée durant la pandémie. Seul, le secteur de la beauté/santé s'en sort en positif avec une croissance de l'indice des ventes supérieure à 3% sur 2023.

Tous les formats de distribution affichent une évolution négative sur 12 mois, le petit commerce reste moins impacté (-2,4%) que la Grande Distribution (-3,3%) et principalement les Grands Magasins (-5%) qui peinent à retrouver leurs flux d'avant Covid malgré la réapparition d'une grande partie de la clientèle touristique.

// Principaux indicateurs de consommation - France



// Evolution de l'indice des ventes du commerce de détail



- +1,7%**  
(cumul fin nov.23)  
Activité du commerce spécialisé
- +1,9%**  
(vs 2022)  
Fréquentation centres commerciaux
- 4,3%**  
(12 mois)  
Indice CA commerce de détail 2023
- +12,3%**  
CA e-commerce T1/T3 2023 vs 2022
- 310 000 m<sup>2</sup>**  
inaugurés en 2023  
(toutes typologies confondues)
- 36%**  
Taux d'ouvertures moyen 2023

Sources : INSEE, Banque de France, FEVAD, FACT

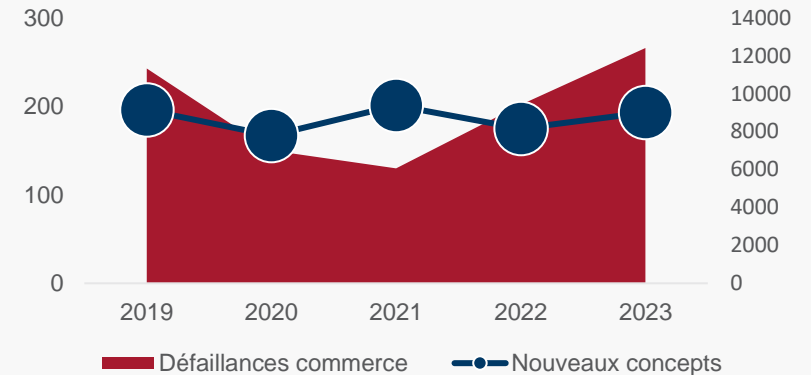
### Enseignes

#### Une de perdue, dix de retrouvées...

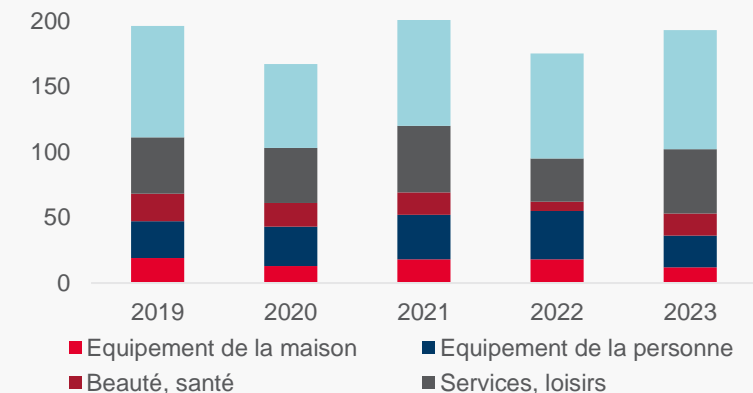


Le dernier rapport réalisé par ALTARES fait état d'un nombre de défaillances d'entreprises en hausse sur l'année 2023 de +35,8% avec près de 60 000 procédures ouvertes sur l'année. Cette hausse est principalement due à la détérioration de la conjoncture économique (inflation, baisse de la consommation) qui vient après la fin des mesures de soutien du gouvernement. Si les procédures en commerces affichent une hausse contenue et inférieure à la moyenne (+31,8%), la progression des défaillances est particulièrement élevée en habillement avec +51,3% et en équipement de la maison, notamment dans le secteur du meuble (+59,8%). Néanmoins, toutes les enseignes n'ont pas disparu du paysage commercial, certaines ont eu l'opportunité d'être reprises en tout ou partie comme KOOKAI, MOA ou KAPORAL. le monde des commerces étant en renouvellement perpétuel, les arrivées de nouveaux concepts sur le marché français restent plus nombreuses que le nombre d'enseignes en difficulté, ce qui constitue un signe encourageant, même si l'écart tend à se réduire depuis peu. Loisirs et food & beverage sont en tête de liste en termes d'implantations nouvelles.

#### // Rapport entre les défaillances en commerce et les nouveaux concepts



#### // Nouveaux concepts par secteur d'activité



Sources : Altares, La Correspondance de l'Enseigne, Cushman & Wakefield





# CENTRES-VILLES



### Centres-villes

#### Les centres-villes renouent avec la fréquentation

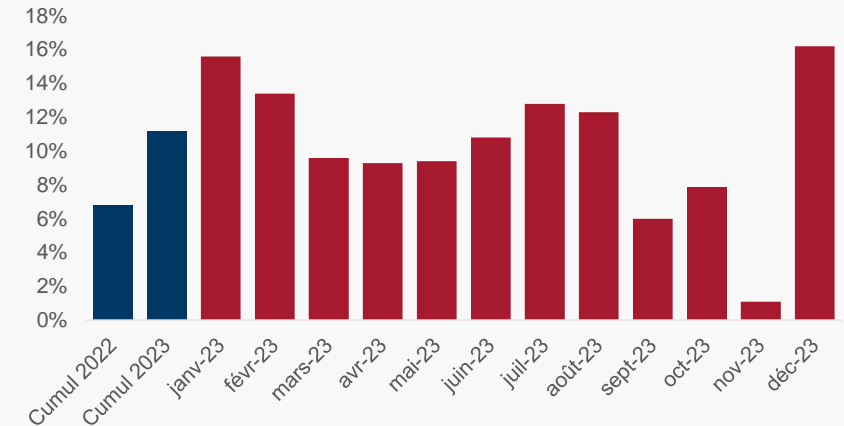
L'année 2023 a permis aux commerces de centres-villes de retrouver leurs flux piétons en témoigne la croissance moyenne sur 12 mois de +11% (vs +6,8% en 2022) enregistrée par MyTraffic, portée par le poids des villes moyennes et des grandes villes. Cette reprise de la fréquentation peut s'expliquer par le retour d'une partie des salariés sur leur lieu de travail et aussi par la reprise du tourisme. Le retour des flux touristiques en centres-villes ont été profitables aux commerces notamment sur les artères prime de Paris et des grandes agglomérations. En Ile-de-France, les chiffres du tourisme durant la Coupe du Monde de Rugby affichent une hausse de +7% de la fréquentation sur la période septembre/octobre (600 000 visiteurs supplémentaires) avec une forte présence de la clientèle internationale (+10%). Cette devrait se prolonger sur une grande partie de l'année 2024, au moins jusqu'à la fin des Jeux Paralympiques.

Les projets de développements d'envergure en centres-villes continuent de mobiliser les promoteurs et les collectivités locales et portent pour la plupart sur la requalification de cœurs urbains. Dans un contexte de gel des autorisations, ces opérations profitent de la dynamique lancée par l'initiative « Action Cœur de Ville » via la requalifications de friches en ensembles mixtes comprenant commerces, bureaux, logements, loisirs et parfois services administratifs.

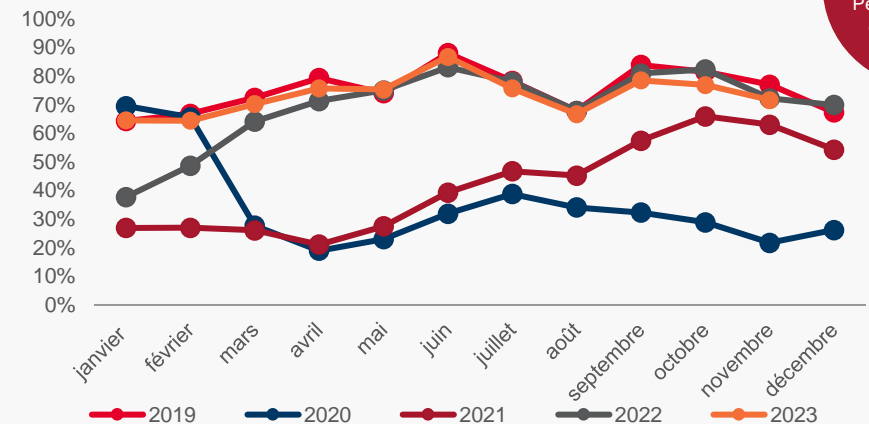
#### // Répartition des ouvertures en centre-ville attendues en 2024/2025 - France

Ville	Programme	Année	Surface en m <sup>2</sup>
Saint-Ouen sur Seine	Dock Saint-Ouen	2024	24 000
Bagneux	Ecoquartier Victor Hugo	2024	20 000
Bessan	Hélios	2024	18 500
Dieppe	Les Quais d'Eole	2025	17 048

#### // Evolution de la fréquentation des centres-villes en France



#### // Taux d'occupation des hôtels franciliens, %



**82,9%**  
Pendant les jours de matchs de Rugby

Sources : FACT/Mytraffic, INSEE/DGE, Cushman & Wakefield

### Centres-villes

#### Une forte demande sur le format boutique qui anime le marché locatif

Sur Paris, le marché locatif 2023 a été porté par le luxe et l'influence des Jeux Olympiques sur les artères prime, mais également en raison de la correction post-Covid sur les valeurs locatives (de -30% à -10%) qui a rendu les emplacements plus abordables. L'année se termine avec de nombreuses transactions en *pop-up store*, un format éphémère qui offre de la souplesse aux enseignes pour tester un marché nouveau ou poursuivre leur activité en cas de travaux à proximité de leur magasin.

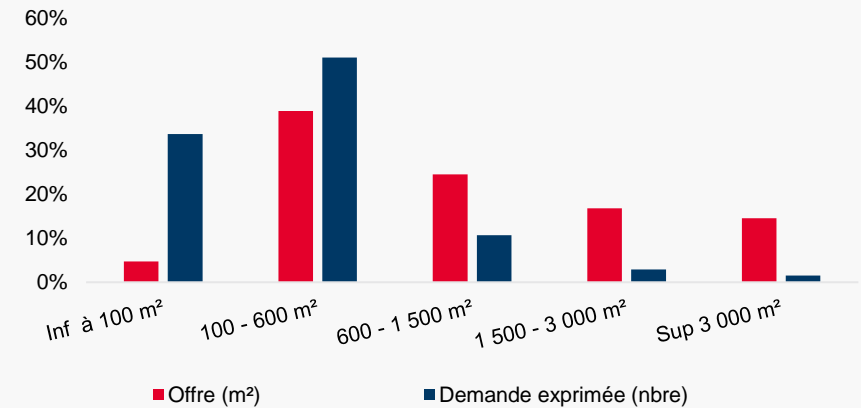
La demande des enseignes est très dynamique sur le format boutiques (<600 m²). Les moyennes et grandes surfaces (>600 m²) sont plutôt présentes à l'offre et vont le rester sur le moyen terme, pénalisées par une problématique logistique structurelle inhérente aux centres-villes parfois difficile à combiner avec les stratégies des enseignes (stockage, accessibilité, supply chain).

Cette année Paris a concentré plus de la moitié des transactions locatives recensées avec une activité particulièrement dense dans le Marais en *food & beverage* et prêt-à-porter ainsi que sur les artères de luxe du Triangle d'Or parisien particulièrement en équipement de la personne (vêtements, bijoux et maroquinerie).

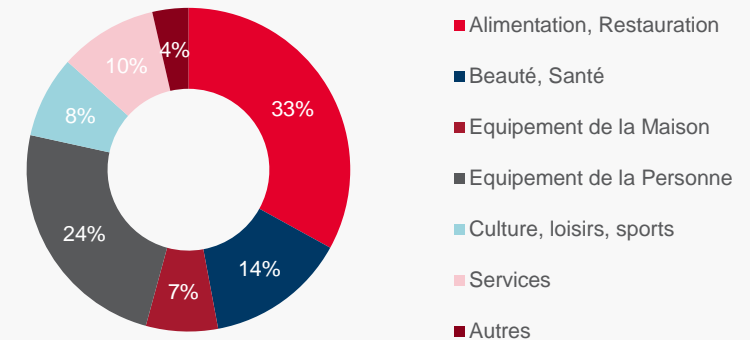
#### Le Food & Beverage : un secteur en sur-activité en 2023

Selon la dernière étude « European Retail Radar » réalisée par Cushman & Wakefield, le *Food & Beverage* était le 2ème secteur le plus actif en termes de transactions locatives en Europe, totalisant 17% du nombre total de deals réalisés par le groupe au 1er semestre 2023. En France, le secteur restauration/alimentation a totalisé 33% des transactions recensées en centres-villes sur l'année. Les enseignes de restauration d'inspiration ethnique ont été particulièrement actives ces derniers mois (MIKUNA, BAO CANTEEN, GALLIKA) ainsi que des concepts d'alimentation de type café et boulangerie/pâtisserie (THE DELAMBRE BAKERY, C'EST MON DONUTS, LA BELLE LIEGEOISE.).

// Rapport offre et demande par taille de surface en centres-villes, 2023



// Répartition des ouvertures en centre-ville par activités en 2023 - France



Sources : Cushman & Wakefield





# CENTRES & COMMERCIAUX



### Centres commerciaux

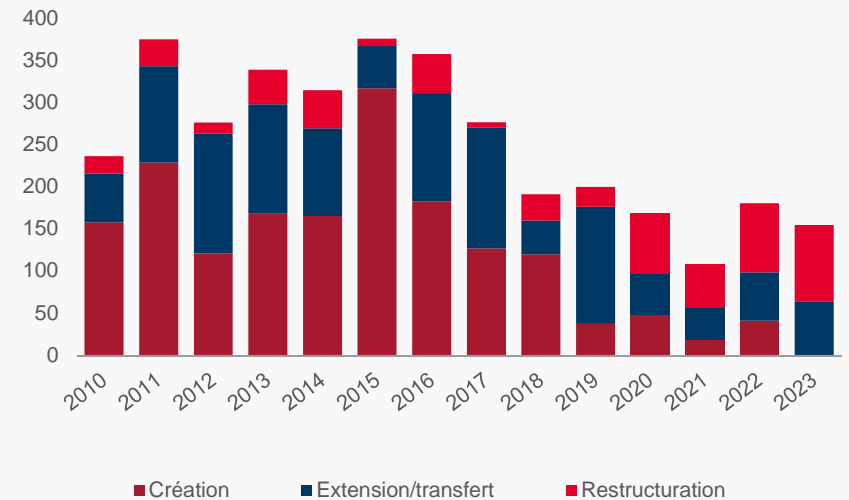
#### Faire du neuf avec de l'ancien

Avec environ 150 000 m<sup>2</sup> inaugurés en centres commerciaux, l'année 2023 s'inscrit en recul de -14% par rapport à 2022. Cette année marque une rupture significative quant à la typologie de ces surfaces : aucun centre commercial n'a été créé *ex-nihilo* signalant un revirement inédit dans l'historique du développement du parc des centres commerciaux. Les 60 000 m<sup>2</sup> supplémentaires correspondent à des extensions de centres, soit une baisse de -70% par rapport à la moyenne décennale de nouvelles surfaces. La tendance est bien au « recyclage » de l'existant, soit par extension de sites dont certains d'envergure régionale comme à « Evry2 » avec l'ouverture du « Spot », ou à Grenoble avec l'extension du centre commercial « Grand Place ». Mais il s'agit plus généralement de restructurations et/ou de rénovations, ces dernières comptant pour 60% des surfaces inaugurées dans l'année. Ainsi, le centre commercial parisien « Vill'Up » s'est transformé en « Boom Boom Villette », avec l'ouverture à l'automne de la partie loisirs qui sera suivie début 2024 par la mise en service d'un espace de restauration « Food Market » de 4 000 m<sup>2</sup>. En régions, la rénovation du centre commercial « Avant Cap » dans la zone Plan de Campagne près de Marseille et la restructuration de « Shop'In Witty » dans l'est de la France leur ont permis de conserver, voire renforcer leur attractivité au sein de leur zone de chalandise. Il s'agit pour certains centres implantés depuis plusieurs décennies, d'adapter leur concept commercial et architectural aux nombreuses évolutions des modes de consommation. Au total, le taux d'ouverture 2023 s'élève à un peu moins de 40%, soit un niveau en-dessous des moyennes historiques pour cette typologie d'actifs .

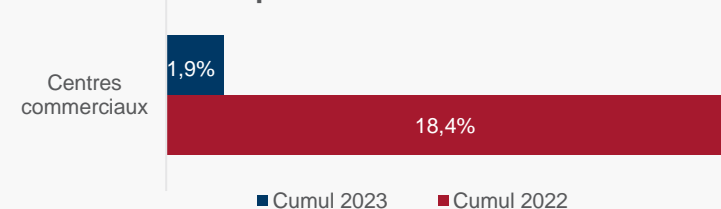
Compte-tenu du contexte plombé par l'inflation, les centres commerciaux ont affiché des performances relativement bonnes cette année, tant en termes de fréquentation que de chiffres d'affaires. Malgré un recul de la fréquentation à l'automne selon les chiffres publiés par FACT/QUANTAFLOW, le cumul annuel s'annonce positif pour les centres commerciaux avec une hausse d'environ +1,9% des flux en 2023. Malgré un temps de visite plus réduit qu'en 2022, la progression de la fréquentation s'est traduite par une hausse des chiffres d'affaires de +3,7% à fin novembre, une croissance toute relative cependant car en grande partie soutenue par la hausse des prix.

**150 000 m<sup>2</sup> inaugurés en 2023 dont 60 000 m<sup>2</sup> supplémentaires**

// Surfaces inaugurées en centres commerciaux (en milliers de m<sup>2</sup>)



// Evolution de la fréquentation des centres commerciaux



Source : Cushman & Wakefield, FACT/Quantaflow

## Centres commerciaux

### Ouvertures 2023

Commune	Projet	Surface en m <sup>2</sup>	Type
Evry (Essonne)	Evry 2 (Le Spot)	30 000	extension
Paris	Boom Boom La Vilette	25 000	restructuration
Pennes-Mirabeau (Les)	Avant Cap	25 000	restructuration

### Projets 2024-2025

Année	Commune	Projet	Surface en m <sup>2</sup>	Type	Développeur
2024	Saint-Martin-d'Hères	Neyrpc	49 950	création	Apsys-Aparc
2024	Montigny le Bretonneux	SQY Ouest	40 000	restructuration	SGM
2025	Marseille	Halle J1	25 500	création	Adim / Vinci Construction







# PARCS D'ACTIVITÉS PÉRIPHÉRIQUES



### Parcs d'activités périphériques

#### Décrochage des surfaces inaugurées

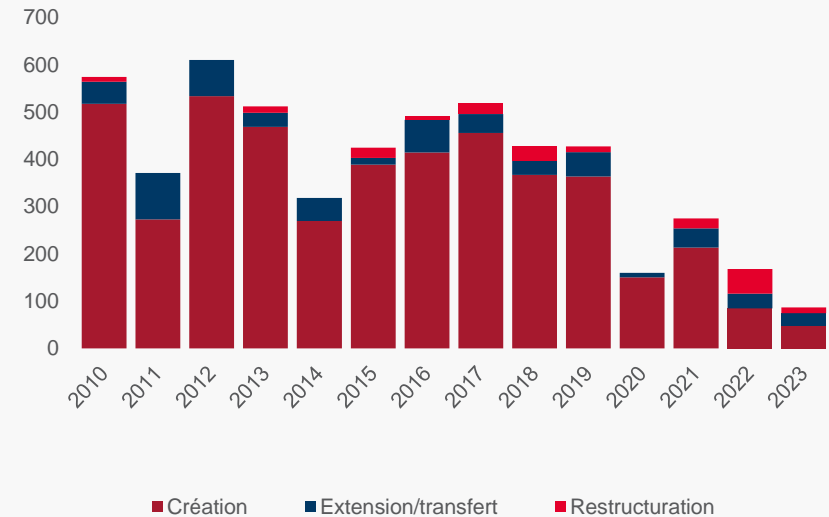
Depuis 2020 et la crise Covid, les parcs d'activités périphériques ont connu un ralentissement spectaculaire dans leur rythme de développement, notamment en raison du manque de main d'œuvre, des difficultés d'approvisionnement en matières premières et des restrictions d'accès au crédit, auxquelles s'est ajouté l'effet pénalisant du ralentissement des autorisations. Dans cette dynamique, 2023 enregistre un nouveau record de la plus faible superficie développée sur ce format de commerce avec un total d'à peine 90 000 m<sup>2</sup> inaugurés, soit un recul de -48% par rapport à 2022 et de plus de -70% comparé aux moyennes historiques à 5 et 10 ans.

Ce tassement des ouvertures s'explique à la fois par une réduction du nombre de sites développés mais également par un recul de la surface unitaire à 7 900 m<sup>2</sup> (vs 9 300 m<sup>2</sup> en 2022 et 11 800 m<sup>2</sup> en moyenne décennale). Seulement deux opérations ont été comptabilisées sur une surface supérieure à 10 000 m<sup>2</sup> dont l'ouverture du nouveau retail park « Le Mascaret » à Rives d'Arcins. A l'inverse des centres commerciaux, les créations restent majoritaires dans le panel des surfaces inaugurées en zones périphériques. Elles totalisent 56% des ouvertures cette année, une part historiquement élevée (83% en moyenne 10 ans), même si elle décroît progressivement depuis 2020. La typologie des parcs d'activités périphériques affiche un taux d'ouverture de près de 28% en 2023 qui illustre également le décrochage évoqué précédemment par rapport à des tendances passées plus élevées (plus de 40% en moyenne sur 5 et 10 ans). Cette typologie affiche généralement des taux d'ouverture plus faibles que pour les centres commerciaux en raison d'un pipeline souvent très ambitieux en début d'année alimenté par une multitude de petits projets.

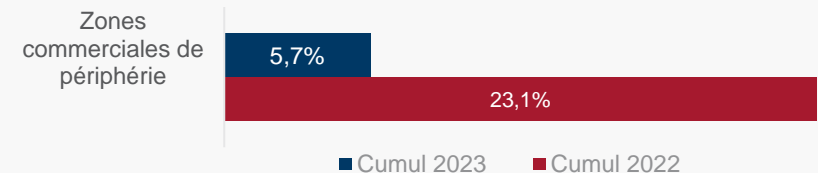
Néanmoins, la périphérie fait preuve d'une remarquable stabilité de la demande et de l'offre. Pour les enseignes la souplesse du modèle et la maîtrise des charges et des loyers continuent de maintenir l'attractivité des parcs d'activités commerciales sur tous types d'activités allant du *discount* à la décoration en passant par l'hygiène/beauté. A un autre niveau, ce rapport « facilité/prix » se retrouve également chez la clientèle qui reste fidèle à ce format de distribution, notamment en période de baisse du pouvoir d'achat. Les chiffres de fréquentation FACT/MYTRAFFIC le confirment avec un cumul annuel en hausse de +5,7% en 2023 sur les zones commerciales périphériques.

**90 000 m<sup>2</sup> inaugurés en 2023 dont 75 000 m<sup>2</sup> supplémentaires**

// Surfaces inaugurées en Parcs d'Activités Périphériques (en milliers de m<sup>2</sup>)



// Evolution de la fréquentation des zones commerciales de périphérie



Sources : Cushman & Wakefield, FACT/Mytraffic

## Parcs d'activités périphériques

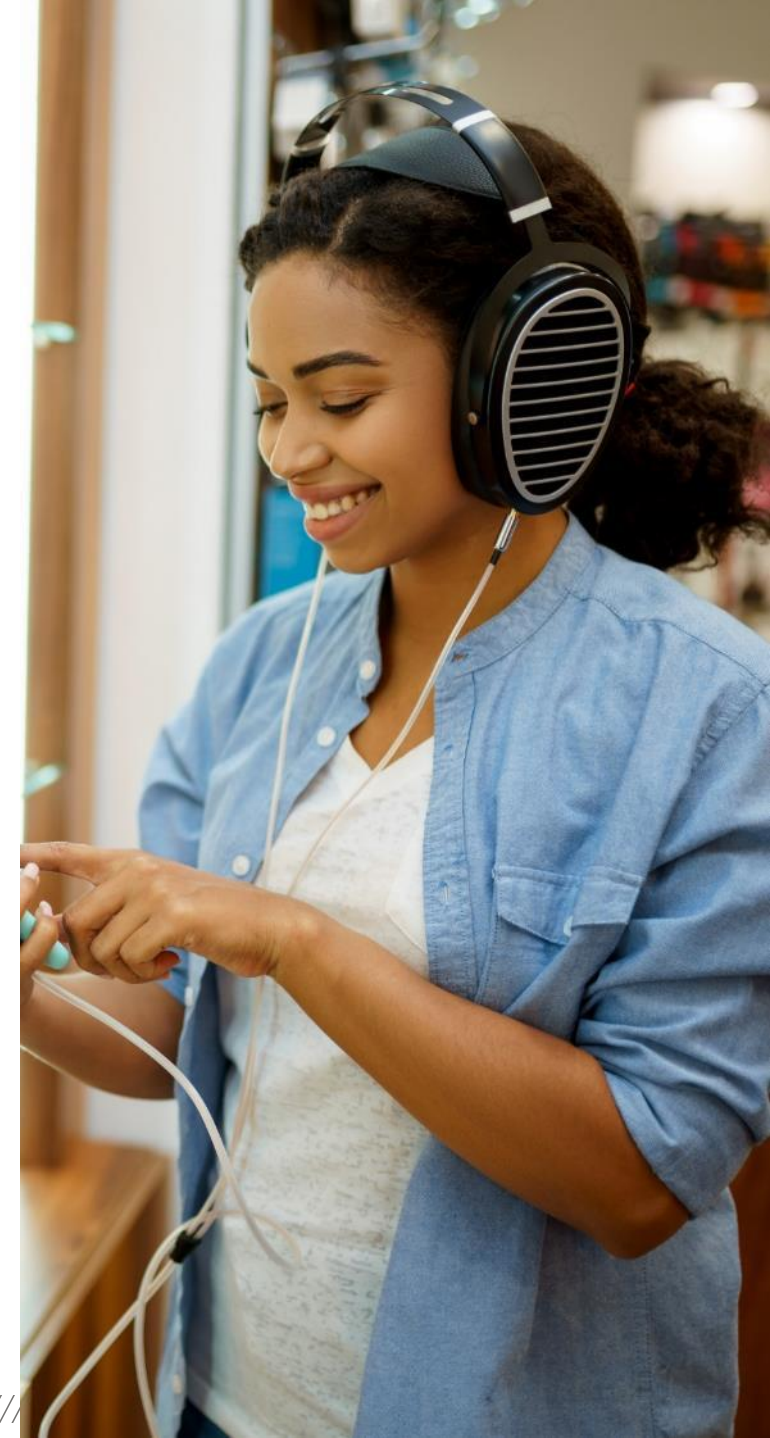
### Ouvertures 2023

Commune	Projet	Surface en m <sup>2</sup>	Type
Bègles	Retail Park Le Mascaret - Rives d'Arcins	14 600	création
Geispolsheim	La Vigie	10 000	extension
Vendenheim	O'Centre	9 500	restructuration

### Projets 2024-2025

Année	Commune	Projet	Surface en m <sup>2</sup>	Type	Développeur
2025	Sainte-Geneviève-des-Bois	La Croix Blanche Central Parc Valvert	80 000	création	Compagnie de Phalsbourg
2025	Valbonne	Village de Sofia (Ex Open Sky)	65 000	création	Compagnie de Phalsbourg
2025	Gennevilliers	ZAC Sud Chanteraines	50 000	création	Sopic

Source : Cushman & Wakefield





### Valeurs locatives

#### Un marché polarisé, le prime plébiscité

La hausse des prix ayant lourdement pesé sur les charges et pénalisé les taux d'effort des enseignes, les valeurs locatives sont globalement restées stables à fin 2023 pour les commerces de centres-villes. Certains secteurs parisiens où l'on a constaté une reprise de l'activité locative ont toutefois accusé une légère hausse de leurs valeurs locatives.

En centres commerciaux, on ne constate pas de décote sur les loyers de renouvellements, qui pour les meilleurs emplacements se sont peu ou prou alignés sur les loyers indexés (ILC à +5,97 au T3 2023), contrairement aux sites plus secondaires où elles sont restées globalement stables.

Dans les parcs d'activités périphériques, les valeurs locatives font preuve d'une grande stabilité, à l'exception de certains emplacements phares sur les formats les plus recherchés (250/500 m<sup>2</sup> et 900/1300 m<sup>2</sup>) qui pourraient connaître quelques orientations à la hausse selon les opportunités.

En revanche, les mesures d'accompagnement (loyers paliers, franchises) se généralisent, notamment en centres-villes et centres commerciaux. Définies en fonction des enseignes et des emplacements, les *incentives* varient de l'ordre de 12% à 15% du loyer contractuel en échange d'un engagement ferme des preneurs.

#### // Centres-villes

Marché	Loyer prime moyen (€/m <sup>2</sup> ZA)*	Tendance récente
Avenue des Champs Elysées	15 500	→
Rue de Rivoli	3 300	↑
Boulevard St Germain	4 500	↑
Rue St. Honoré	13 500	→
Rue des Francs-Bourgeois	6 000	→
Rue de la République Lyon	2 500	→
Rue St Ferreol Marseille	1 300	→
Rue St Catherine Bordeaux	2 500	→

\*Valeurs observées en m<sup>2</sup> 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.

Source : Cushman & Wakefield

#### // Périphérie

Marché	Loyer prime moyen (€/m <sup>2</sup> )	Tendance récente
CENTRES COMMERCIAUX*		
Centres super régionaux	2 200	↑
Centres régionaux	1,150	↑
Grands centres	825	↑
Petits centres	525	↑
PERIPHERIE		
Boîtes	260	→
Retail parks nouvelle génération	470	→

\*sur la base de cellules de 150 à 200 m<sup>2</sup> en équipement de la personne



# MARCHÉ DE L'INVESTISSEMENT



### Marché de l'investissement

#### Une classe d'actif qui tient sa place sur le marché

L'année 2023 marque un ralentissement important dans la dynamique transactionnelle en commerces constatée depuis 10 ans (volume moyen de 4,9 Mds €), avec un total investi de 3 Mds € à fin décembre. Affichant un recul de -49% sur 1 an et de -38% par rapport à la moyenne décennale, la classe d'actifs s'inscrit néanmoins dans un marché de l'immobilier d'entreprise banalisé en très fort décrochage (-56% sur un an), ce qui lui permet de renforcer sa part de marché vis-à-vis des autres produits en déclin plus prononcé.

Les commerces totalisent ainsi 25% des montants investis en 2023, dépassant largement la moyenne historique (18% sur 10 ans et 16% sur 5 ans) pour renouer avec les niveaux antérieurs à la crise de confiance auprès des investisseurs découlant de la révolution du e-commerce.

Ce repli en volume est imputable en grande partie au recul des transactions > 100 M € (6 seulement sur 2023 vs 17 en 2022). Généralement l'apanage des opérations du centre-ville parisien, ces grands deals ont porté cette année sur des centres commerciaux (acquisition de « Passy Plaza » par AEW auprès de GENERALI, et de « Italie 2/Italik » par INGKA auprès de AXA et HAMMERSON) et des retail parks (POLYgone RIVIERA vendu par URW à FREY). La part de ces deux segments d'actifs a donc naturellement progressé, pour atteindre 62% du volume transacté cette année, nettement au-dessus des moyennes historiques (40% sur 5 ans et 48% sur 10 ans). Ce changement s'est effectué au détriment des autres catégories d'actifs commerciaux, principalement les centres-villes et les actifs à dominante alimentaire.

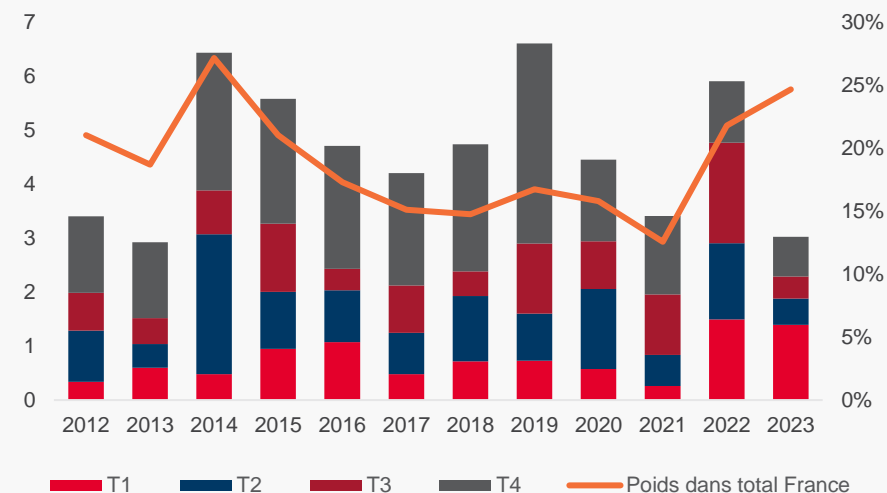
**3 Mds €**

Volume investi en commerce

**25%**

Part des investissements en commerce

// Volumes commerces investis par trimestre, en Mds €



Sources : Cushman & Wakefield



### Marché de l'investissement

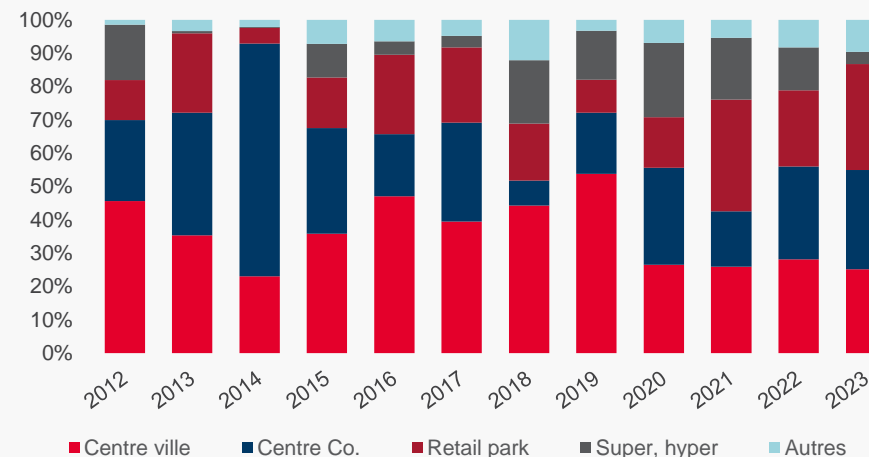
#### Une classe d'actif qui tient sa place sur le marché

La correction des taux de rendement prime en retail, initiée plus précocement que sur les autres classes d'actifs (dès la période pré-Covid pour les commerces de centres-villes et les centres commerciaux, puis ces dernières années sur les retail parks) devrait toucher à sa fin dans le courant de l'année 2024. Le prime en centre-ville devrait se stabiliser aux alentours de 4,25%, marquant ainsi la fin d'un repricing systémique qui a permis à la classe d'actifs de retrouver de l'attractivité auprès des investisseurs.

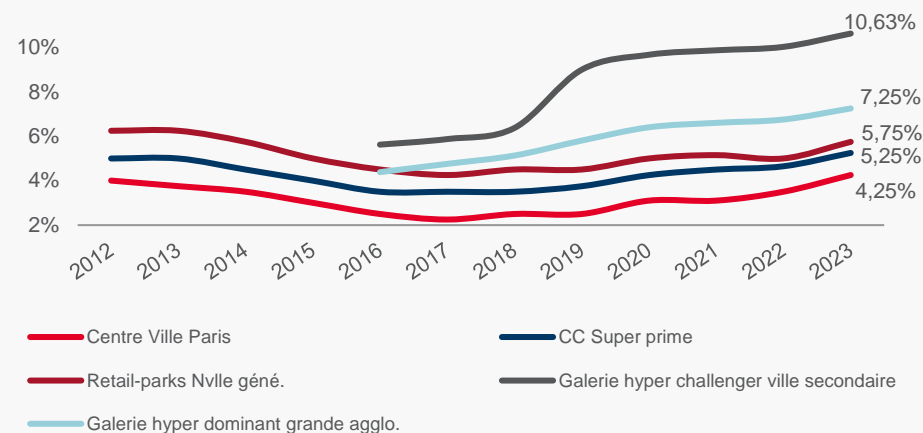
#### // Principales opérations d'investissement en 2023

Opération	Type	Vendeur	Acquéreur
Centre commercial Italie 2 + Italik	Centre commercial	AXA/HAMMERSON	INGKA
Polygone Riviera	Retail Park	UNIBAIL RODAMCO WESTFIELD	FREY
35 avenue Montaigne (VALENTINO)	Centres-villes	FONCIERE DU TRIANGLE D'OR	KERING
Portefeuille Marqus	Centres Outlets	CNP ASSURANCES (VIA AEW EUROPE)	MATA CAPITAL
Centre commercial Passy Plaza	Centre commercial	GENERALI	AEW
Portefeuille Saphir (Decathlon)	Boîtes	DECATHLON	REALTY
62 avenue des Champs Elysées	Centres-villes	PRIVES	FINAMAS

#### // Volumes commerces investis par typologie d'actifs



#### // Taux de rendement prime commerces, %



Sources : Cushman & Wakefield

## 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 m<sup>2</sup>, conçu, réalisé et géré comme une entité.

**Centres commerciaux super régionaux :** Centres commerciaux dont la surface GLA est supérieure à 80 000 m<sup>2</sup> et/ou totalisant au moins 150 magasins et services.

**Centres commerciaux régionaux :** Centres commerciaux dont la surface GLA est supérieure à 40 000 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> et/ou totalisant au moins 40 magasins et services.

**Outlet / Magasins d'usine :** à l'origine un magasin attenant 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 écoulée 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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> 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).

## 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 10,1 milliards de dollars en 2022, 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'Équité et d'Inclusion (DEI) et d'Environnement, de Social et de Gouvernance (ESG).

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.cushmanwakefield.com](http://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 CLES

#### DANS LE MONDE

**400** bureaux

**60** pays

**52 000** collaborateurs

**\$10,1 Mds\*** USD de CA en 2022

#### EN FRANCE

**17** bureaux

**+ 500** collaborateurs



# CONTACTS

## CHRISTELLE BASTARD

Head of Research - France

Tel: +33 (0)1 53 76 80 15

[christelle.bastard@cushwake.com](mailto:christelle.bastard@cushwake.com)

## CHRISTIAN DUBOIS

Head of Retail Services France

Tel: +33 (0)1 53 76 92 93

[christian.dubois@cushwake.com](mailto:christian.dubois@cushwake.com)

## VANESSA ZOUZOWSKY

Head of Capital Market Retail France

Tel: +33 (0) 6 71 69 25 47

[vanessa.zouzowsky@cushwake.com](mailto:vanessa.zouzowsky@cushwake.com)

## JEAN-PHILIPPE CARMARANS

Chair EMEA Valuation & Advisory

Head of Valuation & Advisory France

Tel: Direct: +33 (0)1 41 02 71 11

[jean-philippe.carmarans@cushwake.com](mailto: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 d'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.

©2024 Cushman & Wakefield, Inc. Tous droits réservés

[cushmanwakefield.com](http://cushmanwakefield.com)

## TYPHAINE GAILLARD

Retail Research Analyst France

Tel: +33 (0)1 86 46 10 84

[typhaine.gaillard@cushwake.com](mailto:typhaine.gaillard@cushwake.com)

LIFE IS  
WHAT  
WE  
MAKE  
IT

