



MARKETBEAT

COMMERCES

S1 2024

MARKETBEAT COMMERCES S1 2024

Principaux indicateurs T2 2024

+0,3%



PIB
T2 2024 (p)

+2,1%



Inflation
Jun 2024 (p)

100,3



Climat des affaires
du commerce de
détail
Moy. T2 2024

89,8



Moral des
ménages
Moy. T2 2024

+0,5%



Consommation
des ménages
T2 2024 (p)

7,6%



Chômage
France (hors Mayotte)
Est fin 2024

+2,5%



Activité du
commerce
spécialisé
Jan/juin 2024

10%



CA e-commerce
dans le commerce
de détail
2023

(p) prévisions  Tendance récente

Sources : INSEE, Banque de France, PROCOS



MARKETBEAT COMMERCES S1 2024

Brouillard ou brume légère ?

La fin espérée du creux de cycle économique

Alors que l'économie semblait entrer dans une phase de stabilité pouvant annoncer une reprise progressive, l'annonce de la dissolution de l'Assemblée nationale le 9 juin a plongé la France dans une nouvelle période de doutes et d'incertitudes.

L'activité économique a été soutenue ces derniers mois par le commerce extérieur, et la consommation des ménages (+0,5% au T2 vs +0,1% au T1) qui a bénéficié des effets du ralentissement progressif de l'inflation depuis le début de l'année pour se situer à +2,1 % sur un an à fin juin. En parallèle, le reflux de l'inflation sous-jacente se poursuit en passant sous la barre des 2% depuis avril. L'INSEE anticipe une légère hausse de la croissance de +0,3% au T2 et +0,5% au T3 grâce à l'effet dynamisant des Jeux Olympiques et Paralympiques pour atterrir en fin d'année par un contrecoup négatif (-0,1%).

Les prévisions à fin 2024 visaient une croissance annuelle « optimiste » aux alentours de 1%, globalement en ligne avec celle de 2023. Néanmoins, le flou qui entoure les résultats des législatives ne devrait pas se lever de sitôt et pourrait bouleverser la donne dans les mois qui viennent.

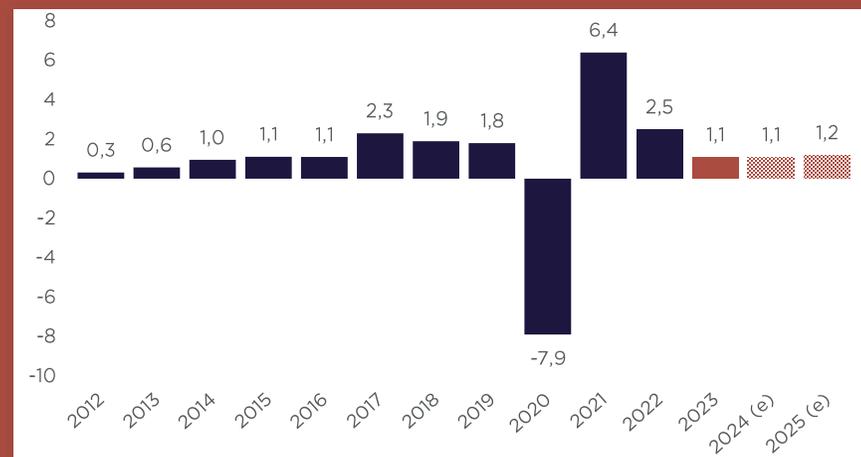
En l'absence de majorité absolue, l'enjeu portera sur les capacités d'un futur gouvernement à trouver un consensus solide pour mettre en œuvre des politiques en faveur de la croissance économique et d'une maîtrise du déficit budgétaire (encore supérieur à 5% du PIB) alors que les besoins de transition énergétique représentent à eux seuls 4% du PIB.

La France doit en effet assainir ses finances publiques en réponse à l'ouverture d'une procédure de déficit excessif engagée par l'UE, et faire face aux dégradations de ses notes par les agences de notation. La crise politique aiguë que traverse le pays risque de réveiller les craintes d'une croissance difficile à soutenir et inquiéter les investisseurs. À cela s'ajoutent les préoccupations internationales concernant les élections présidentielles américaines en novembre 2024, la guerre en Ukraine, et le conflit israélo-palestinien qui risquent de décourager les acteurs étrangers qui entamaient un retour sur le marché français.

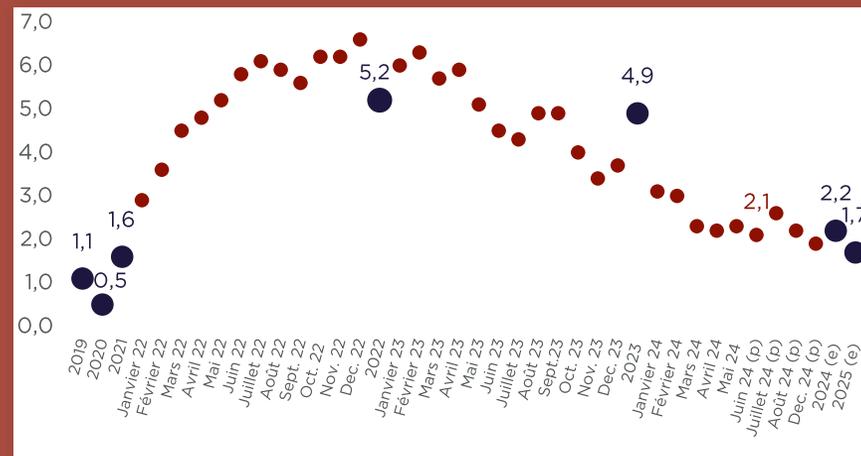
Pendant ce temps, la hausse des défaillances d'entreprises se poursuit au 2^{ème} trimestre (16 000 au T2 2024), favorisant une légère progression du chômage qui devrait se situer aux alentours de 7,6% en fin d'année.

Sources : Cushman & Wakefield, Banque de France

Croissance annuelle du PIB France (%)



Évolution taux d'inflation France (%)



Sources : INSEE, Banque de France

MARKETBEAT COMMERCES S1 2024

Consommation et chiffres d'affaires

Baisse des prix... et des ventes...

Le ralentissement de l'inflation qui s'est amorcé il y a plus d'un an tarde à se manifester dans les performances du commerce de détail et apparaît encore peu tangible aux yeux des consommateurs malgré un repli significatif sur le poste alimentation (+0,8% en juin vs +5,7% en janvier). Après avoir renoué avec la croissance au 1^{er} trimestre, l'indice de climat des affaires du commerce de détail a reculé au T2 de -1,1 pt par rapport au début d'année et se tient légèrement en-dessous de sa moyenne historique. En parallèle, l'indice des ventes du commerce de détail publié par la Banque de France poursuit sa décélération (-1,7% en cumul 12 mois à fin mai 2024). PROCOS affiche pour sa part un indice d'activité du commerce spécialisé proche de l'inflation à +2,5% sur le premier semestre, en léger recul par rapport à 2023 (+3,5%).

Hormis les secteurs de la **beauté et de la santé** dont le cumul sur 12 mois est positif (respectivement +2% et +7% à fin mai), les autres secteurs d'activités affichent des performances dans le rouge sur les 12 derniers mois.

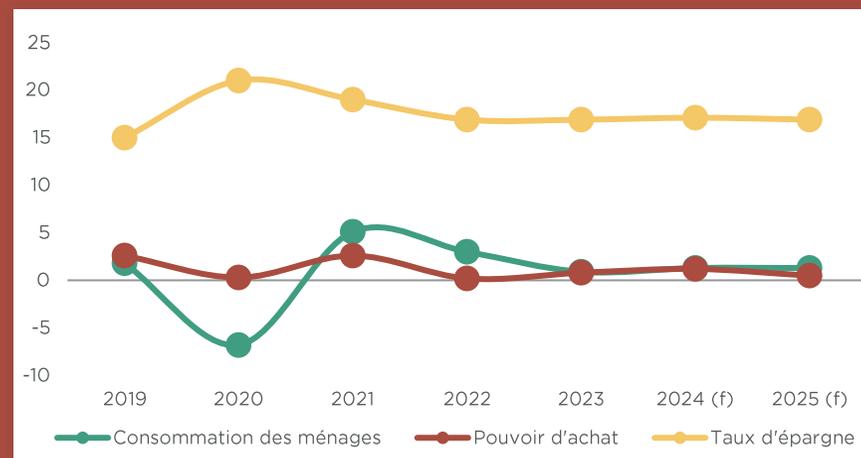
L'**équipement de la maison** (meubles, électroménager et bricolage) est particulièrement impacté par le recul des ventes (entre -5% et -8%), consécutivement à la vague de rééquipement des ménages constatée au moment de la pandémie.

Tous les formats de distribution affichent une évolution négative sur 12 mois, avec cependant une prime à la **proximité**, le petit commerce (-1,1%) et les supermarchés(-1,5%) restant les formats les plus résistants. La météo erratique du printemps a pénalisé la fréquentation des magasins au 2^{ème} trimestre et joué un rôle défavorable dans les performances des commerces ces derniers mois, de même que la perspective quelque peu anxiogène du contexte politique national.

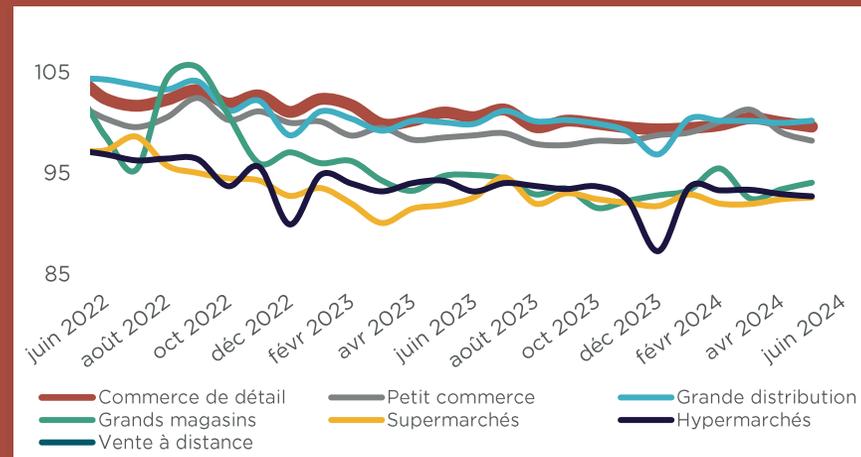
L'ensemble de ces facteurs a incité les consommateurs à une certaine réserve dans leurs dépenses « non essentielles » dans un contexte de légère reprise de la consommation des ménages (+0,5% au T2 vs +0,1% au T1) soutenue par les postes énergie et transports. Le taux d'épargne est ainsi resté élevé au T2 (17,4% du revenu brut) et ne devrait que très légèrement diminuer d'ici la fin de l'année (17,1% selon l'INSEE).



Principaux indicateurs de consommation - France



Evolution de l'indice des ventes du commerce de détail



Sources : INSEE, Banque de France, PROCOS

MARKETBEAT COMMERCES S1 2024

E-commerce

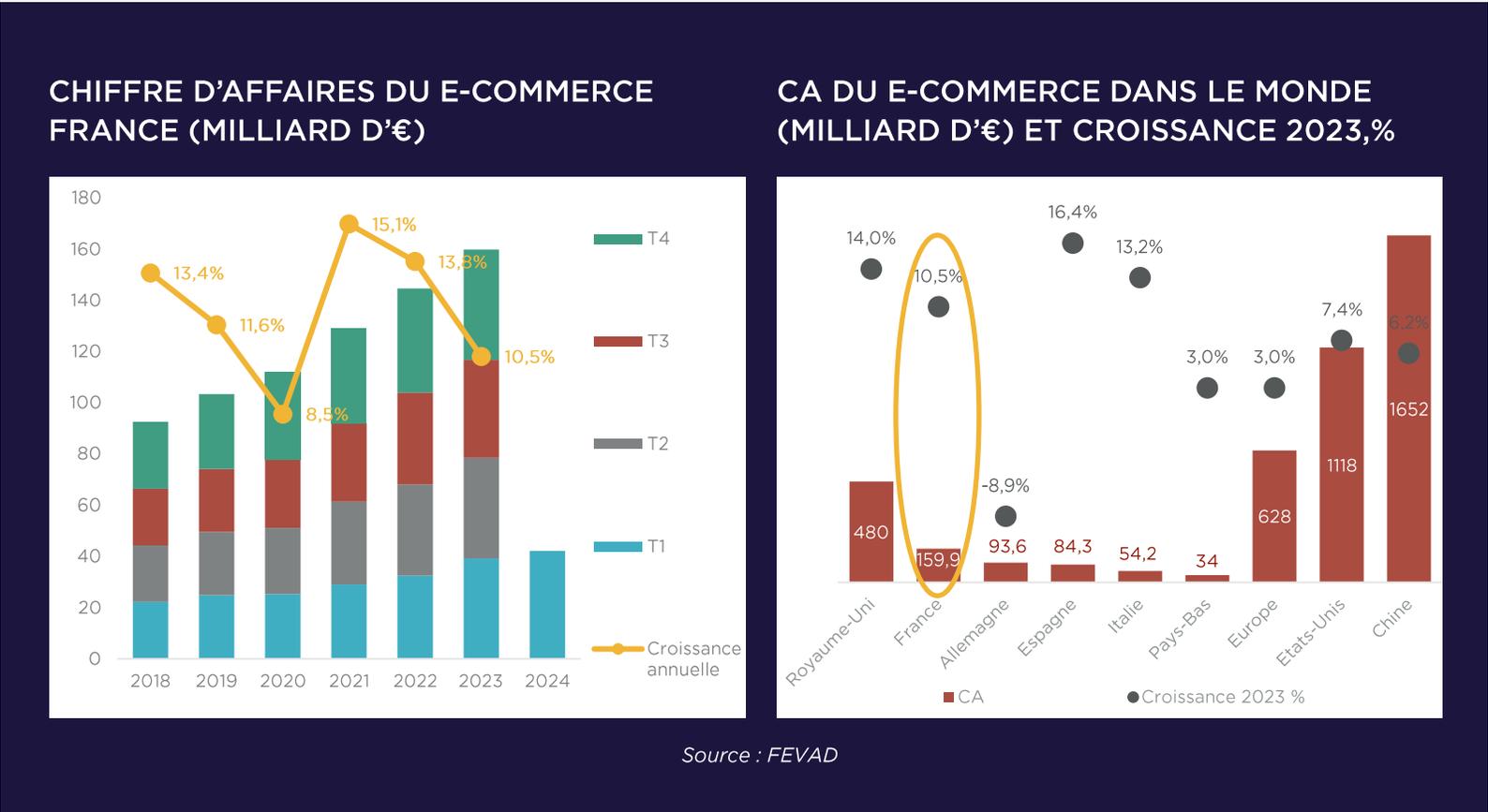
Un marché français conséquent

Les chiffres de la FEVAD annoncent une hausse des ventes internet de +7,5% au 1^{er} trimestre 2024, en repli cependant par rapport aux croissances enregistrées depuis la pandémie sur la même période (+20% au T1 2023). Cette progression est alimentée par la hausse des ventes de services (+13,3%), alors que les ventes de produits ont décliné de -1,5% sur la période. Sur les 6 premiers mois de l'année, PROCOS affiche une augmentation de +3,5% des ventes internet des enseignes (vs +0,1% au S1 2023), grâce aux très bonnes performances de la beauté/santé (+15,1%) et de l'alimentation (+7,2%) alors que l'équipement de la personne, de la maison et la restauration ont marqué le pas sur le semestre. La croissance des ventes en ligne d'articles de sport (+5,2%) compense modérément le recul des ventes en magasins (-3,4%) dans un contexte préolympique théoriquement favorable au secteur.

Avec un chiffre d'affaires de près de 160 Milliards d'€ en 2023, la France constitue l'un des principaux marchés européens du e-commerce, totalisant environ 1/4 des ventes, loin devant l'Allemagne (94 Milliards d'€) et les pays d'Europe du sud. Ces derniers semblent néanmoins disposer d'un potentiel de croissance élevé de leur marché (>13% en 2023), de même que le Royaume-Uni dont le chiffre d'affaires est équivalent au 3/4 du total réalisé en Europe. Le Vieux Continent reste néanmoins à la traîne des deux locomotives que sont les Etats-Unis et la Chine dont le marché a dépassé les 1 000 Milliards d'€ en 2023.

+7,5%
Croissance du CA du e-commerce T1 2024 vs T1 2023

70€
Panier moyen T1 2024 (68,5€ en 2023)





01

CENTRES-VILLES

MARKETBEAT

COMMERCES S1 2024

Centres-villes

Une dynamique non feinte

Selon les derniers décomptes disponibles, la fréquentation des centres-villes a continué de progresser en début d'année (+10% en cumul sur les 4 premiers mois) grâce à la régularisation du télétravail et au retour des touristes. Pour Paris et les grandes métropoles, l'enjeu porte sur la période estivale et les Jeux Olympiques même s'il faudra compter majoritairement sur la clientèle nationale à en juger par des réservations aériennes en-deçà des attentes (-10,5% pour juillet et +6% pour août).

L'activité locative en centres-villes a néanmoins maintenu un rythme soutenu ces derniers mois. A l'approche des Jeux, les artères primes du marché parisien ont conservé leur attractivité notamment auprès d'enseignes nationales et internationales. Que ce soit sur le marché du luxe comme sur les rues François 1^{er} (CHANEL, CIFONELLI), Saint-Honoré (MATIÈRE PREMIÈRE, CYBEX, STONE ISLAND), du Faubourg Saint-Honoré (CASABLANCA) et de la Paix (DE BEERS, JACQUES MARIE MAGE), ou sur le segment plus large du *premium* et du *mass-market*, les enseignes continuent de voir dans les artères n°1 des adresses de référence pour leur image en conformité avec les stratégies d'implantation de leurs marques. La rue de Rivoli a été le théâtre de nouveaux mouvements locatifs ces derniers mois avec l'ouverture de premiers points de vente pour des enseignes étrangères (PIKOLINOS, PINK GELLAC), de même que le quartier du Marais qui reste toujours très recherché par les enseignes (FARM RIO, AUTRY, BALZAC).

La rareté de l'offre sur les artères les plus demandées a maintenu la pression sur les valeurs locatives qui ont connu des ajustements à la hausse, notamment sur certains marchés *prime* de la capitale comme le Triangle d'Or parisien. La baisse des prix de l'énergie devrait maintenir une certaine stabilité des taux d'effort des enseignes qui s'efforcent néanmoins de conserver le maintien des mesures d'accompagnement lors des négociations et renouvellements.

64%
des Français sont attachés
à leur centre-ville
(9^e Baromètre du Centre-Ville et des
Commerces)

+6%
Réservations
aériennes août
2024 (vs 2023)

FRÉQUENTATION DES CENTRES-VILLES



VALEURS LOCATIVES CENTRES-VILLES

Marché	Loyer prime moyen (€/m ² ZA)*	Tendance récente
Avenue des Champs-Élysées	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 Ste Catherine Bordeaux	2 500	→

Sources : FACT/MyTraffic, CRT Ile-de-France, Cushman & Wakefield



02

**CENTRES
COMMERCIAUX
ET ZONES
COMMERCIALES
PÉRIPHÉRIQUES**

MARKETBEAT COMMERCES S1 2024

Centres commerciaux et zones commerciales périphériques

En attendant la forme olympique

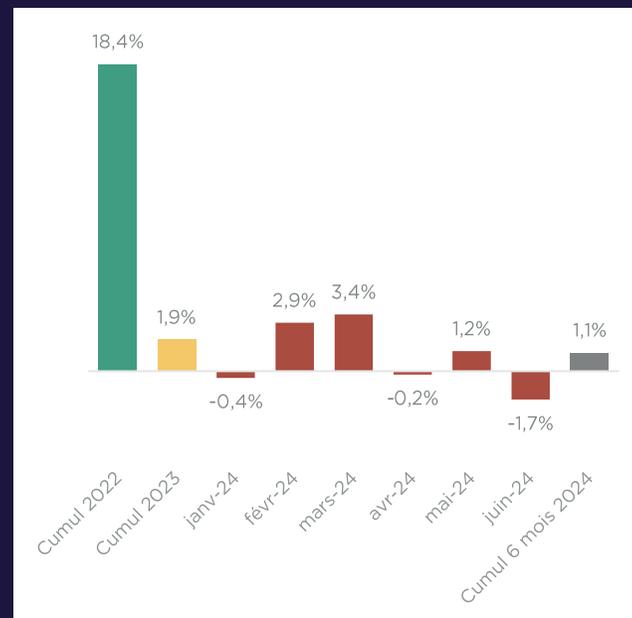
Les derniers chiffres de QUANTAFLOW publiés par la FACT semblent témoigner au 1^{er} semestre d'un retour « à la normale » de la fréquentation des centres commerciaux, avec une croissance modérée (+1,1% en cumul à fin juin), en léger retrait par rapport à 2023. Les soldes qui ont démarré fin juin ont eu du mal à faire décoller la fréquentation du mois, pénalisée par ailleurs par une météo défavorable. Les centres régionaux et super-régionaux ont maintenu leurs flux de clientèle (respectivement +2,1% et +3,8% en 2024) grâce à une taille critique notable et à la richesse de leur offre en loisirs et restauration. Les chiffres d'affaires des centres commerciaux suivent l'évolution des flux et marquent le pas sur les 5 premiers mois (+1,7% vs +5,2% en 2023).

La fréquentation des zones commerciales périphériques se rapprochait fin avril du niveau de celle des centres commerciaux les plus puissants avec un cumul de +3,8% sur les 4 premiers mois de l'année. Le positionnement des enseignes, la variété du *mix-merchandising* et les facilités de stationnement restent des facteurs d'attractivité majeurs pour la clientèle de ce format commercial de périphérie.

Les valeurs locatives des équipements périphériques se maintiennent stables à fin juin, les meilleurs emplacements pouvant connaître une évolution à la hausse, tout en intégrant quasi systématiquement des mesures d'accompagnement.

Après la signature d'un accord en mai entre les principales instances représentatives du commerce, la généralisation de la mensualisation des loyers n'a pu être votée par le Sénat en raison de la dissolution de l'Assemblée nationale. Elle demeure suspendue au même titre que la Loi de Simplification, dans l'attente d'une potentielle reprise des travaux...

FRÉQUENTATION DES CENTRES COMMERCIAUX



Sources : FACT/Quantaflow, Cushman & Wakefield

VALEURS LOCATIVES

Marché	Loyer prime moyen (€/m ² ZA)*	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	→

MARKETBEAT COMMERCES S1 2024

Centres commerciaux et zones commerciales périphériques

Un vivier d'opportunités

Avec un pipeline d'un peu plus de 500 000 m² à inaugurer en centres commerciaux et parcs d'activités commerciales d'ici fin 2024, l'année s'inscrit en recul de près de 10% par rapport aux ambitions affichées à la même période de l'année dernière. Au vu de l'avancement des opérations en cours et des inaugurations réalisées au 1^{er} semestre (près de 70 000 m²), le taux d'ouverture attendu est estimé à ce stade aux alentours de 50% des surfaces projetées, en ligne avec les moyennes historiques récentes.

Parmi les inaugurations du 1^{er} semestre, citons l'extension/restructuration du « CNIT » à La Défense qui s'étend désormais sur 37 000 m² et propose dans la continuité du centre commercial « Les 4 Temps », une offre complémentaire en *food & beverage*, services et prochainement en loisirs. Le centre commercial « Arcades » de Noisy-le-Grand a également achevé sa transformation avec le développement de moyennes surfaces (ACTION, ZARA) et la rénovation de son concept architectural.

Les projets de parcs d'activités commerciales sont majoritaires en termes de surfaces à inaugurer et concentrent 56% des m² à développer en 2024, réparties sur une trentaine de sites.

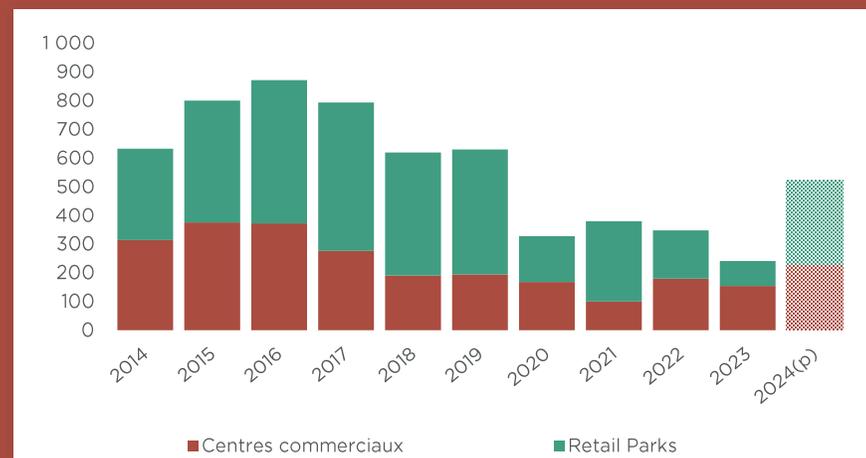
Alors qu'aucune création de centre commercial n'a eu lieu en 2023, une opération d'envergure est attendue cette année à proximité de Grenoble. Développé par APSYS, le centre commercial « Neyrpc » devrait ouvrir ses portes à l'automne sur près de 50 000 m² de commerces, loisirs et restauration. Né de la requalification d'anciennes usines, ce nouveau pôle commercial intègre une forte mixité d'activités. Ce critère est représentatif d'une nouvelle génération de centres commerciaux conçus en fonction des évolutions des modes de consommation et des nouveaux enjeux territoriaux.

Sur le format des centres commerciaux, les ouvertures sont équitablement réparties entre créations, extensions et rénovations alors que sur le format des parcs d'activités commerciales, plus de la moitié des surfaces prévues correspondent à des créations de nouveaux pôles.

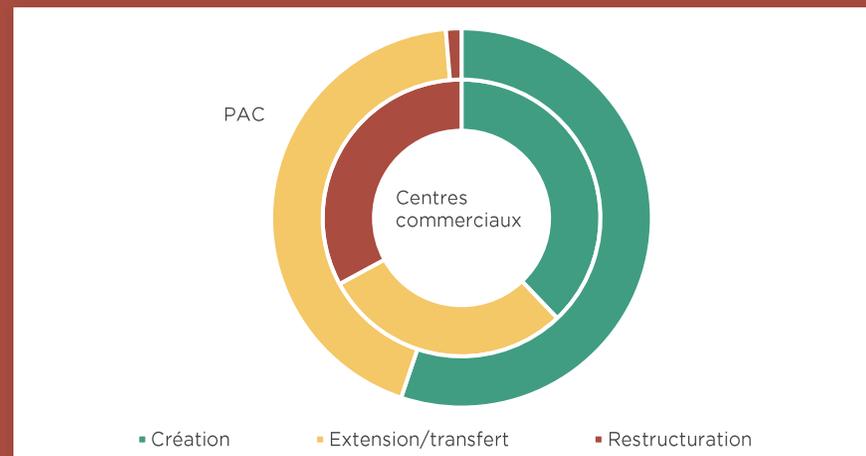
Par ailleurs, l'Etat a récemment élargi de 74 à 90 le nombre de sites lauréats concernés par le dispositif du plan de transformation des zones commerciales via la densification et le développement de la mixité des usages. La mise en œuvre de ce dispositif devrait alimenter la part des restructurations sur les prochaines années.

Surfaces inaugurées en centres commerciaux et zones commerciales périphériques

(en milliers de m²)



Répartition des ouvertures prévues en 2024 par typologie (en milliers de m²)



Source : Cushman & Wakefield



04

**MARCHE DE
L'INVESTISSEMENT**

MARKETBEAT COMMERCES S1 2024

Marché de l'investissement

Chronique d'un ralentissement annoncé

L'activité transactionnelle en murs de commerces du 2^{ème} trimestre s'inscrit dans la poursuite des derniers mois avec un total investi de près de 0,5 Mds d'€ représentant une hausse de 2% par rapport au T1 et un timide recul de -3% par rapport au T2 2023. Avec moins d'un milliard d'€ investi en commerces, le cumul semestriel 2024 affiche une baisse de -50% par rapport à l'année dernière dont le 1^{er} trimestre avait été particulièrement actif (1,4 Mds €). Cette performance, bien qu'attendue, confirme le ralentissement qui s'opère depuis 12 mois sur le marché de l'investissement en immobilier banalisé et l'attentisme des investisseurs. Le segment des commerces ne fait pas exception puisqu'il maintient sa part de marché à près d'un quart des volumes échangés à fin juin (22% vs 19% en moyenne 10 ans).

Le recul des opérations portant sur les grands volumes (>100M€) explique en partie cette contraction des investissements avec seulement 2 opérations de ce type sur le semestre. Après l'acquisition du centre commercial « O'Parinor » par KLÉPIERRE et SOFIDY au T1, une nouvelle opération mixte à dominante de commerces au cœur de Paris est venue alimenter cette poche de volume.

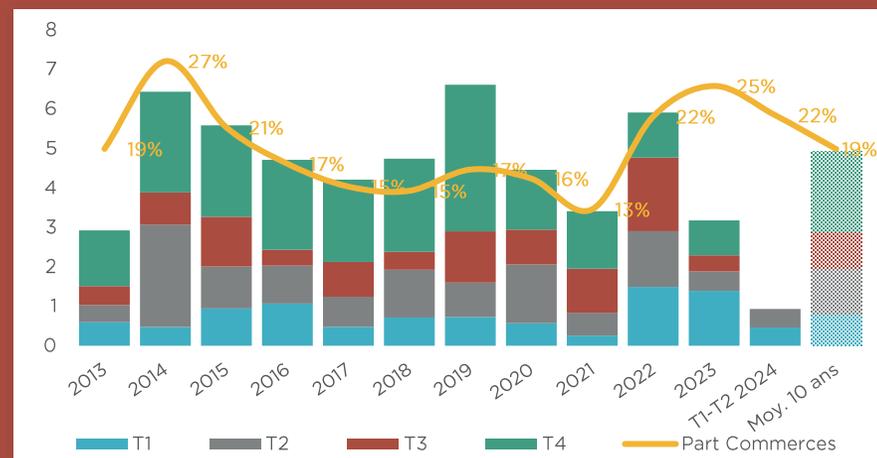
Cette transaction fait remonter la part du compartiment « centres-villes » à 32% du volume en commerces à fin juin, retrouvant ainsi le niveau de ses moyennes historiques. La typologie « retail parks » apparaît comme le « parent pauvre » de ce semestre avec 13% du volume investi (vs 23% en moyenne 5 ans) alors que le marché s'est animé du côté des centres commerciaux (1/3 du volume) et des actifs à dominante alimentaire dont un portefeuille de supermarchés CARREFOUR pour un volume supérieur à 50 Millions d'€.

Le regain d'optimisme qui accompagna la 1^{ère} baisse des taux directeurs en fin de trimestre (-25pb) aura été de courte durée puisque les perspectives semblent s'orienter vers un nouveau plateau en attendant des jours meilleurs. A cela s'ajoute le contexte politique et économique national qui pourrait inciter les investisseurs à encore plus de prudence, surtout les étrangers qui restent encore très minoritaires (15% des investissements au 1^{er} semestre vs 36% en moyenne décennale). Face à ce *stop & go* monétaire, les taux de rendement se maintiennent prudemment à un niveau stable au 2^{ème} trimestre.

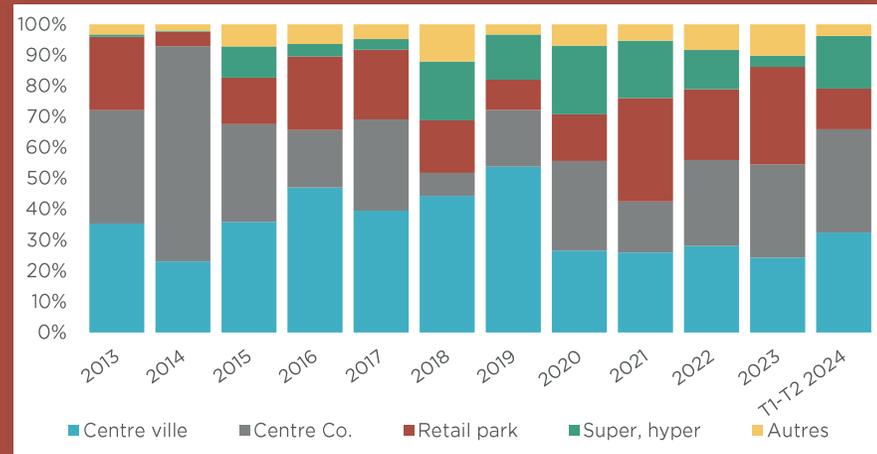
0,9 Mds €
Volume investi en commerce

22%
Part des investissements en commerce

Volumes commerces investis par trimestre, en Mds €



Volumes commerces investis par typologie d'actifs, %



MARKETBEAT COMMERCES S1 2024

Opérations majeures à l'investissement en commerces

1^{er} semestre 2024

Opération	Type	Vendeur	Acquéreur
CENTRE COMMERCIAL VAL DE SAMBRE	Centre Commerciaux	CEETRUS	IROKO ZEN
4 JARDILAND	Jardinerie	FONCIERE COTEE	WHITEROCK
RP BAY 3	Retail-Park	FREY	GROUPE BOURRELIER
PORTEFEUILLE CARREFOUR	Supermarché	CARREFOUR	SUPERMARKET INCOME REIT
RP DIEPPE	Commerce de centre-ville	OTHRYS ASSET MANAGEMENT	ROCHE & DUBAR
CC CHAMPS DE MARS	Centre Commerciaux	KLEPIERRE	BRADFORD AM
RP HEROUVILLE	Retail-Park	MITISKA REIM	SOGENIAL IMMOBILIER / SERRIS REIM
DOCKS DE SAINT OUEN	Centre Commerciaux	FREY	BANQUE DES TERRITOIRES
RP ARCAL OZ (ANNECY SEYNOD)	Retail-Park	BNP REIM	ALTAREA IM
O'PARINOR	Centre Commerciaux	HAMMERSON / NATIONAL PENSION SERVICES (NPS)	SOFIDY (75%) / KLEPIERRE (25%)

CUSHMAN & WAKEFIELD | RESEARCH



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 S1 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 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

- 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	\$10,1 Mds
collaborateurs	USD de CA en 2022

En France

17	+500
bureaux	collaborateurs



CONTACTS

CHRISTELLE BASTARD

Head of Research – France
+33 (0)1 53 76 80 15

christelle.bastard@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

VANESSA ZOUZOWSKY

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

vanessa.zouzowsky@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.

©2024 Cushman & Wakefield, Inc. Tous droits réservés

www.cushmanwakefield.com.

Better never settles

