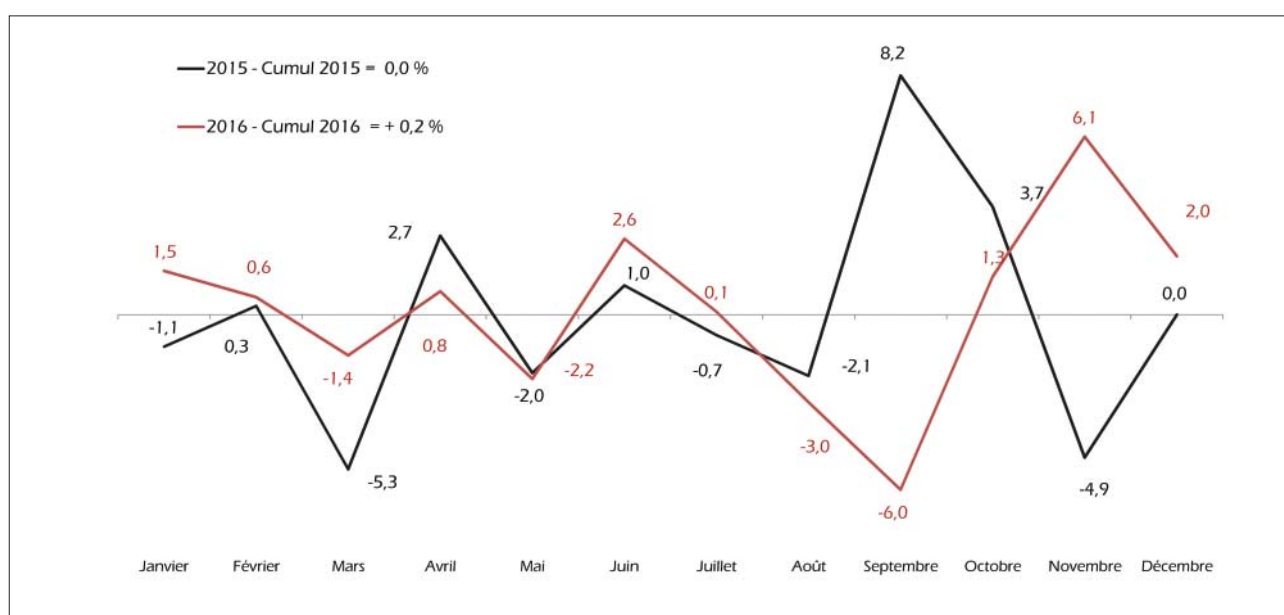


Bilan 2016 : chiffres d'affaires* du commerce spécialisé étale par rapport à 2015



L'année 2016 se termine sur un indice de performance de 0,2 %.

En 2015, le commerce a été affecté par les attentats parisiens du 13 novembre avec des répercussions jusque début 2016. La chute de fréquentation est la conséquence directe du traumatisme des attentats de 2015 et de celui du 14 juillet 2016 à Nice.

Les centres-villes, particulièrement sanctionnés, enregistrent une baisse de 2 % alors que la périphérie achève l'année sur des résultats légèrement positifs à + 1 %.

La météo défavorable au printemps puis à la fin de l'été a eu des répercussions négatives principalement dans les secteurs de la chaussure et du textile. La restauration dans ce contexte, a subi le double contrecoup de la baisse de fréquentation et de la stagnation du pouvoir d'achat.

Décembre 2016 (avec 1 jour de plus dont 1 samedi supplémentaire) n'aura pas permis le sursaut espéré.

* A magasins comparables

Bilan et perspectives du marché de l'immobilier de commerce en France

Le volume des surfaces commerciales autorisées en 2016 enregistre un rebond de 22 % après la chute brutale de 39 % de 2015. Cette chute s'explique notamment par la mise en place d'un nouveau cadre d'instruction des demandes d'autorisation d'exploitation commerciale des permis de construire, introduit par la loi relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises (ACTPE), dite « loi Pinel » du 18 juin 2014.

Sur le long terme, et malgré ce rebond, le marché de l'immobilier de commerce poursuit son repli amorcé depuis 2009 au vu de l'évolution du stock de surfaces commerciales projetées à 5 ans par les promoteurs. Ce stock a augmenté de 5,6 % entre 2016 et 2017 mais demeure très en-deçà des niveaux enregistrés en 2009 (- 39 %), et reste légèrement inférieur au niveau de 2016 (- 14 %).

■ Les permis de construire retrouvent leur niveau de 2014, la mise en chantier prend du retard

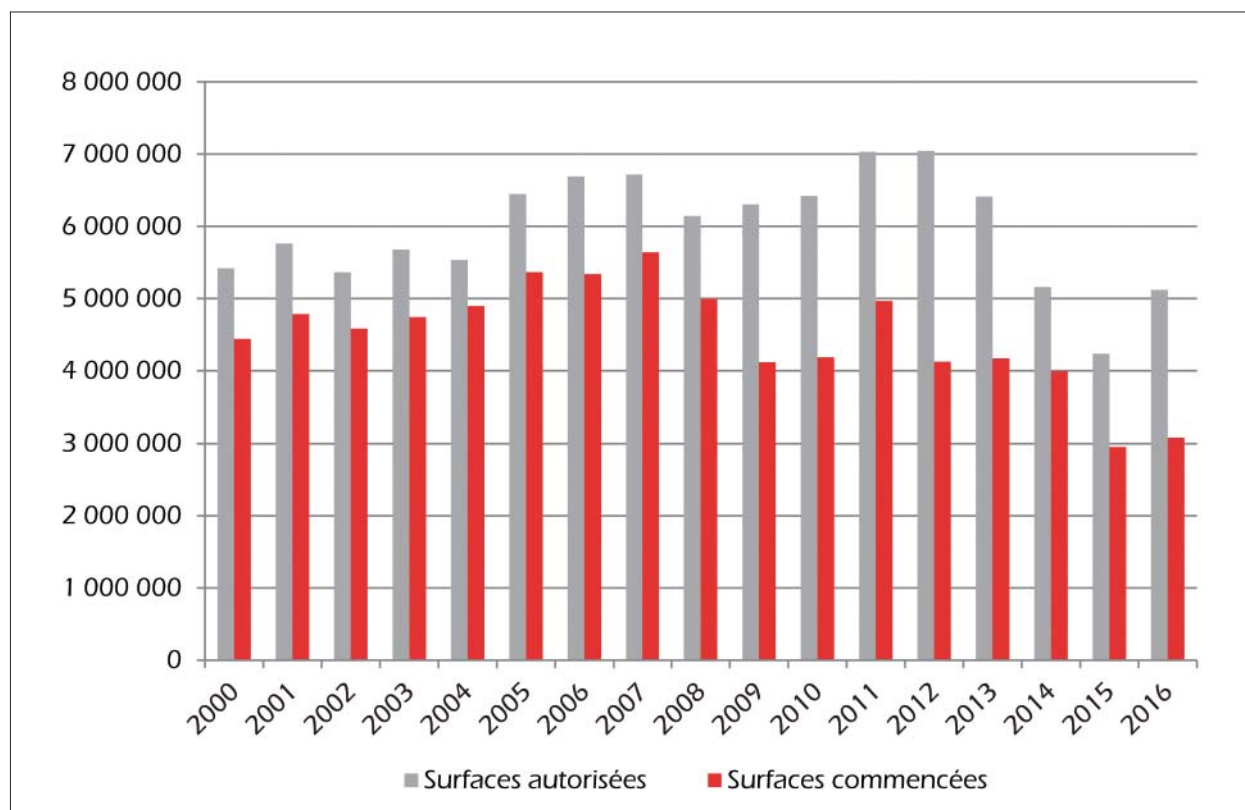
Le volume de surface de plancher commercial autorisé à travers les permis de construire augmente de 21 % pour retrouver le niveau de 2014 à 5,12 millions de m². Sur le temps long, le niveau reste bas par rapport à ceux enregistrés au début des années 2010 (- 20 %)

Le recul de 2015 peut alors se lire comme un attentisme des acteurs face à la mise en œuvre de la réforme de l'urbanisme commercial, introduite par la loi n° 2014-626 relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises (ACTPE), dite « loi Pinel » du 18 juin 2014.

Le volume de surfaces « commencées » (dont la construction a effectivement été engagée) demeure à un niveau faible, comparable à celui de 2015 à 3,08 millions de m², niveau historiquement bas. La modification des instructions est là encore à l'origine du ralentissement des mises en chantier. Aujourd'hui, les PC et CDAC sont instruits au même moment, ce qui a pour effet de modifier le calendrier des promoteurs qui avaient tendance à anticiper l'obtention du PC après l'obtention de la CDAC.

La loi ACTPE est venue modifier le régime d'instruction des permis de construire et des demandes d'autorisation d'exploitation de surfaces commerciales, selon des modalités précisées dans le décret n° 2015-165 du 12 février 2015. Jusqu'alors, tout projet de surfaces commerciales, au-delà d'un certain seuil, était soumis à l'examen d'une demande de permis de construire et d'une demande d'autorisation d'exploitation commerciale selon deux procédures dissociées. Depuis le 15 février 2015, date d'entrée en vigueur du décret, une seule demande suffit, celle du permis de construire, pour engager les deux procédures qui désormais se superposent. Or, l'instauration de ce système de « guichet unique » a échaudé les opérateurs, qui ont craint une augmentation du recours contentieux. Dans le même temps, l'administration n'a pas toujours été en mesure de réunir immédiatement les commissions, dans leur nouvelle configuration. Enfin, le coût de la constitution des dossiers a largement augmenté, ce qui a eu pour effet la réduction du nombre de dossiers présentés.

Evolution annuelle des surfaces de plancher commercial autorisées par les permis de construire, et la part de ces surfaces mises en chantier (données en m²)



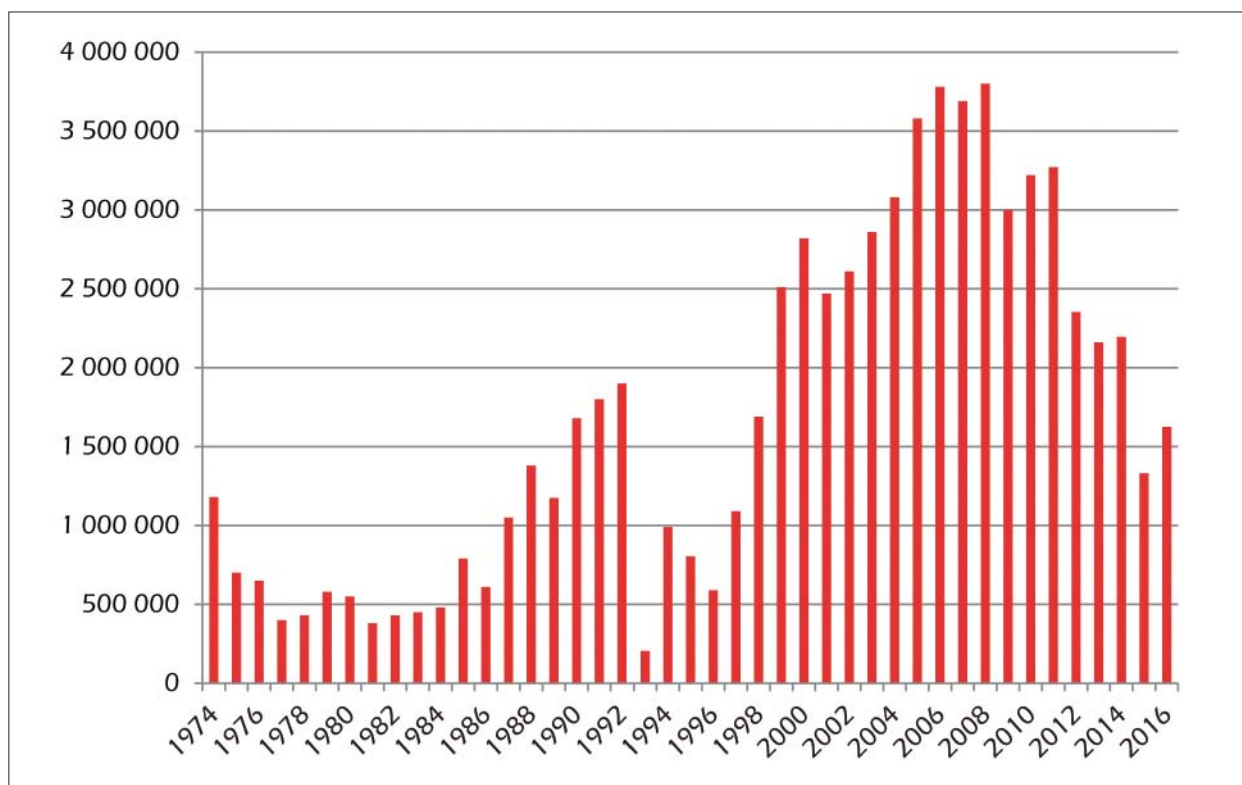
■ Des projets autorisés qui enregistrent un rebond mais demeurent très en deçà des niveaux historiques

En 2016, 1.625.175 m² de surfaces commerciales ont été autorisés par les Commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC) et la Commission nationale d'aménagement commercial (CNAC) en France métropolitaine. Ce volume est bien supérieur au niveau de 2015 (1.331.024 m²) mais demeure très en-deçà des niveaux de 2014 (- 26 %) et surtout de 2010 (- 50 %).

Le rebond enregistré cette année s'explique par l'attitude attentiste des acteurs de l'immobilier commercial en 2015 suite à la mise en place de la réforme de l'urbanisme commercial, introduite par la loi n° 2014-626 relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises (ACTPE), dite « loi Pinel » du 18 juin 2014.

Dans le détail, hors des ensembles commerciaux, les secteurs de l'alimentaire (+ 18 %) mais surtout du bricolage (+ 53 %) expliquent en partie ce rebond. A l'inverse, les secteurs équipement de la personne (- 8 %) et surtout équipement de la maison (- 11 %) poursuivent leur chute. Depuis 2010, la création de surfaces commerciales solo en CDAC à destination de l'équipement de la maison a diminué de moitié, celle à destination de l'équipement de la personne a été divisée par trois.

Surfaces commerciales autorisées chaque année en France, selon les différents régimes d'urbanisme commercial en vigueur (CDUC en 1974, CDEC en 1996, CDAC depuis 2008)



Sources : R.-P. Desse et Kyris.

Nota : le seuil des opérations soumises à autorisation d'exploitation commerciale a d'abord été fixé à 1.000 m² (ou 1.500 m², dans certaines communes), par la loi Royer, en 1974. Ce seuil a ensuite été abaissé à 300 m² par la loi Raffarin, en 1996, puis relevé à 1.000 m² par la loi LME, en 2008. Le seuil de 1.000 m² reste en vigueur actuellement.

Si les volumes de surfaces commerciales autorisées baissent fortement, la nature des projets évolue peu d'une année sur l'autre.

Les créations l'emportent (72 % des surfaces autorisées) sur les transferts et extensions (28 %), quasi dans les mêmes proportions qu'en 2015 (74 % de créations pour 26 % de transferts extensions).

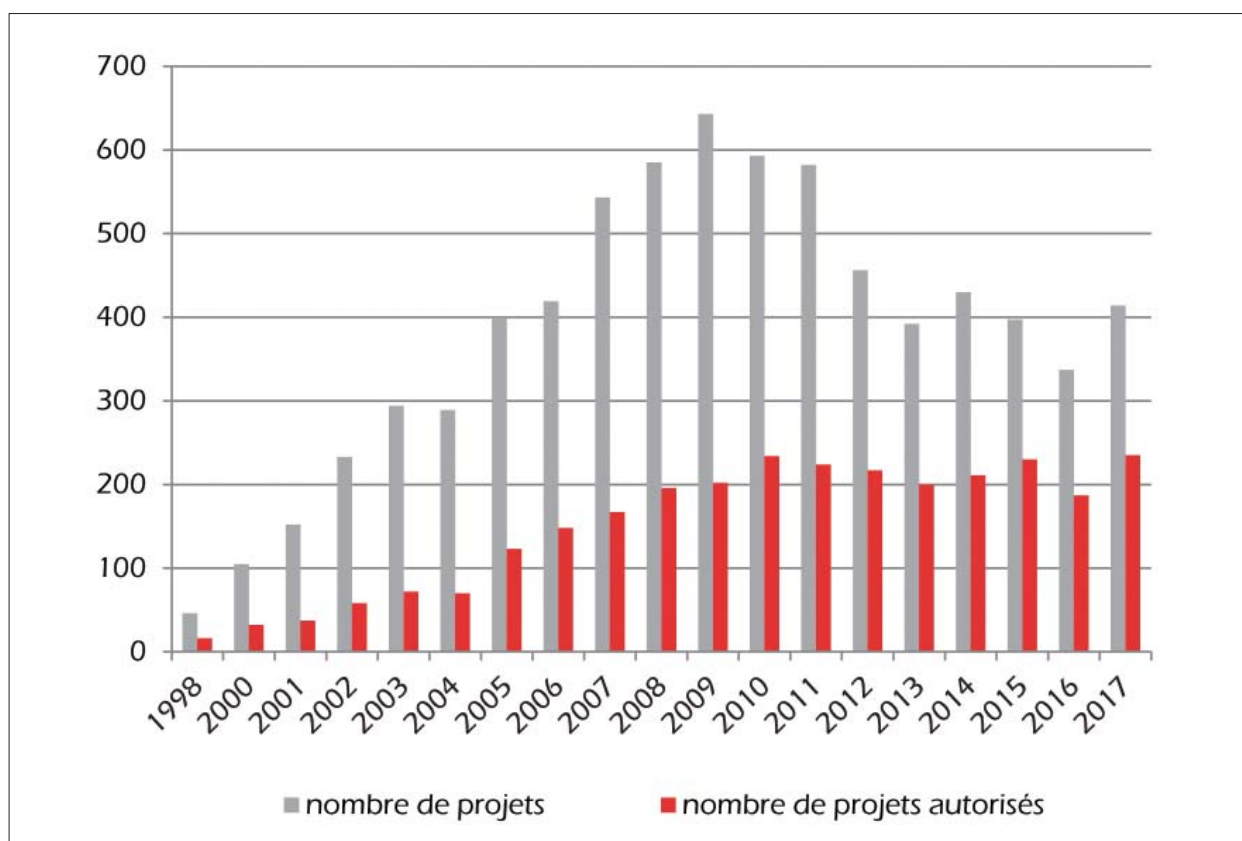
77 % des surfaces autorisées se rapportent à des ensembles commerciaux dont 70 % pour des retail-parks. La part des ensembles commerciaux dans les surfaces commerciales créées s'accroît de 60 % en 2012 à 77% en 2016. Ce phénomène révèle un véritable changement de nature dans l'implantation des moyennes surfaces péri-phériques qui se fait de moins en moins en solo, mais de plus en plus au sein d'ensembles commerciaux, gérés par un promoteur unique.

L'autre partie des surfaces commerciales se rapporte à la création ou à l'extension de grandes surfaces, principalement dans le secteur alimentaire (19 %) et dans celui du bricolage et du jardinage (10 %).

■ Un marché en croissance pour la première fois depuis 2009

Le marché de l'immobilier commercial subit un sévère repli depuis 2009, au vu de l'évolution du stock de surfaces commerciales projetées à 5 ans par les promoteurs. Ce stock augmente de 23 % en nombre d'opérations prévues (414 en 2016 contre 337 en 2015) et aussi en volume de surfaces de vente 5.043.000 en 2016 contre 4.777.000 m² en 2015 (+ 5,6 %), selon l'Observatoire de l'immobilier commercial (LOIC) de Procos.

Evolution du volume de projets d'immobilier de commerce en stock (données en nombre d'opérations)



La reprise du nombre de projets obéit à plusieurs logiques :

- La modernisation de l'immobilier commercial poursuit son cours. Les foncières adossées à des groupes de distribution alimentaire (Carmila, Mercialys, Immochan..) possèdent des stocks de projets importants, et notamment des projets de restructurations-extensions permettent de financer la rénovation de ces ensembles commerciaux. A noter, hors statistique, Mercialys procède à des réductions de surfaces des hypermarchés Géant Casino au profit des galeries marchandes adossées. Ces opérations n'engendrent donc pas de création de surfaces, mais un changement de destination desdites surfaces.
- La conquête des retail-parks, notamment dans les petites agglomérations. Cette forme d'immobilier commercial apparue en France au début des années 2000 représente aujourd'hui un stock de surfaces commerciales à venir de 1,7 million de m² soit 37 % des surfaces projetés par les promoteurs sur les cinq prochaines années.

Les opérations emblématiques de plus de 15.000 m² Sv hors alimentaire livrées au cours de 2016

Ville	Nom de l'opération	Surface de vente	Opérateur
Paris	Vill'Up	20.000 m ²	Apsys
Paris	Entrepôt Macdonald	27.120 m ²	Altarea
Chambray-lès-Tours	La Petite Madelaine	22.000 m ²	Compagnie de Phalsbourg
Dinard	Cap Emeraude	20.200 m ²	Frey
Saint-Pierre d'Irube	Ikea Ametzondo	27.750 m ²	InterIkea
Nice	Nice One	22.700 m ²	Desjouis

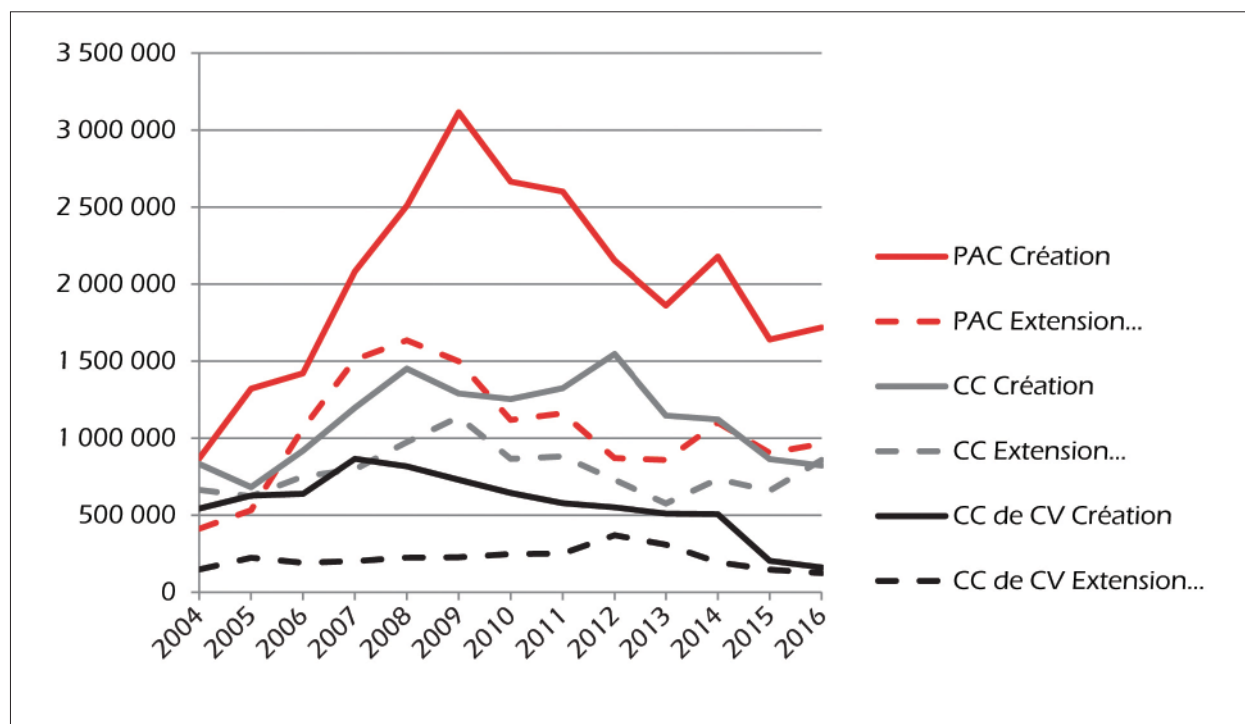
La nature des opérations projetées évolue peu d'une année sur l'autre.

60 % des surfaces projetées correspondent à des créations.

La périphérie reste toujours autant plébiscitée. Elle attire plus de 90 % des surfaces en projet, soit 4,2 millions de m². Les opérations de parcs d'activités commerciales dominent (2.545.000 m²), suivies de celles de centres commerciaux (1.522.000 m²). Les projets de centres commerciaux de centre-ville restent pour leur part toujours en retrait : ils représentent 6 % des surfaces en projet, soit 284.000 m², en baisse continue.

45 % des projets sont annoncés à court terme, pour 2017 et 2018. La part des projets à échéance indéterminée baisse légèrement et ne représente plus qu'un quart du stock.

Evolution du stock de surface de vente projeté par les promoteurs à 5 ans par type



Exemples de projets d'immobilier de commerce de plus de 15.000 m² projetés à 2 ans

Agglomération	Nom de l'opération	Surface de vente prévisionnelle	Opérateur	Echéance
Retail park, parc d'activités commerciales, lotissements commerciaux ou ZAC				
Roncq	Promenade de Flandre	45.000 m ²	Altarea-Cogedim	2017
Rennes	Rive Ouest	26.250 m ²	Compagnie de Phalsbourg	2018
Saint-Mard	Parc de la Goële	29.000 m ²	Desjouis	2018
Saint-Etienne	Steel	52.500 m ²	Apsys	2018
Centres commerciaux de périphérie				
Nice	Cap 3000	38.000 m ²	Altarea	2018
Vélizy-Villacoublay	Vélizy 2	35.800 m ²	Unibail-Rodamco	2018
Evreux	Carrefour Evreux	28.000 m ²	Carmila	2018

Agglomération	Nom de l'opération	Surface de vente prévisionnelle	Opérateur	Echéance
Farébersviller	B'Est	28.600 m ²	Codic France	2018
Sénart	Carré Sénart	28.200 m ²	Unibail-Rodamco	2017
Caen	Ikea Caen	23.700 m ²	InterIkea	2018
Villefontaine	The Village	21.000 m ²	Compagnie de Phalsbourg	2017
Centres commerciaux de centre-ville				
Marseille	Prado	18.000 m ²	Klépierre	2017
Metz	Muse	26.100 m ²	Apsys	2017

Enfin, parmi les 414 opérations en projets, 235 ont déjà obtenu leur autorisation. Elles représentent un volume de 2.936.000 m² de surface de vente (contre 2.655.000 m² en 2015).

89 % des surfaces enregistrées le sont en périphérie : 1.681.000 m² en centre commercial et 2.681.000 m² en parc d'activités commerciales.

Evolution du stock de projets d'immobilier de commerce

	Au 1 ^{er} janvier 2016	Au 1 ^{er} janvier 2017
Projets		
En nombre	337	414
En surface	4.777.000 m ²	5.043.000 m ²
Nature des opérations (% de surfaces)		
Création	63 %	60 %
Transfert extension	37 %	40 %
Type d'opération (% de surfaces)		
PAC	53 %	53 %
Centre commercial	32 %	33 %
Centre commercial de centre-ville	7 %	6 %
Magasin d'usines	4 %	4 %
Centre-ville	3 %	3 %
Autres	1 %	1 %
Date d'ouverture prévisionnelle (% des surfaces)		
N	15 %	19 %
N+1	20 %	26 %
N+2	15 %	13 %
N+3	6 %	10 %
Plus de N+3	11 %	6 %
Indéterminé	33 %	26 %
Projets autorisés en CDAC		
En nombre	187	235
En surface	2.655.000 m ²	2.936.000 m ²

Source : Procos-LOIC 2015 et 2016

■ Conclusion

La création de surfaces commerciales a connu un rebond en 2016 par rapport à 2015.

L'année 2015 fait figure d'exception avec un effondrement de la création des surfaces commerciales dû aux effets de la réforme de l'urbanisme commercial introduite par la loi « Pinel »

On observe cependant sur le long terme, depuis 2009, une chute tendancielle des surfaces autorisées en CDAC.

L'intérêt des opérateurs se confirme pour les opérations moins risquées de création ou d'extension de PAC ou retail park et d'extension de centres commerciaux de périphérie ayant fait leur preuve dans le temps.

Note Méthodologique

Le bilan des autorisations de surfaces commerciales

Le bilan des autorisations de construction de surfaces de plancher commercial, délivrées à travers les permis de construire, a été réalisé à partir des données de la base Syt@del2, du Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie. Les données de la base Syt@del2 ne distinguent pas les surfaces du commerce de gros des surfaces du commerce de détail.

Le bilan des autorisations d'exploitation de surfaces commerciales (CDAC)

Le bilan des autorisations d'exploitation de surfaces commerciales délivrées par les commissions départementales d'aménagement commercial – CDAC – et la commission nationale d'aménagement commercial (CNAC) a été réalisé à partir de données préfectorales, recueillies par Kyris.

Le bilan des projets d'opération d'immobilier de commerce

Le bilan des projets d'opérations d'immobilier de commerce a été réalisé à partir des données de l'Observatoire de l'immobilier commercial (LOIC) de Procos.

Cet observatoire recense chaque année auprès d'un panel de 60 promoteurs tous les projets d'opération commerciale autorisés ou non, comprenant une programmation commerciale supérieure ou égale à 4.000 m² pour les opérations de création et supérieure ou égale à 2.000 m² pour les opérations d'extension de sites existants.

La composante alimentaire est soustraite des projets commerciaux afin de mesurer la création de surface de vente pour le commerce spécialisé.

Actualité de la fédération

■ Emmanuel LE ROCH, nouveau délégué général

Après 37 ans au service du commerce et des enseignes, Michel PAZOUMIAN, Délégué Général de PROCOS, transmet le flambeau le 31 janvier 2017 à Emmanuel LE ROCH ex-directeur Immobilier de Darty et Administrateur PROCOS.

■ Nouvelles enseignes adhérentes pour de nouveaux développements

En ce début d'année 2017, PROCOS accueille les enseignes FLEURANCE NATURE et OLIVIERS&CO.

FLEURANCE NATURE se définit comme le spécialiste des actifs naturels et bio. Créée en 1972 par un agriculteur à Fleurance, dans le Gers, l'enseigne de vente-à-distance et sur le web, souhaite ouvrir ses premiers magasins.



OLIVIERS&CO, spécialisé dans l'huile d'olive, accélérera son développement en 2017. Rachetée en 2016 par Geoffroy ROUX DE BEZIEUX, l'entrepreneur a la volonté de donner une meilleure visibilité à la marque.

OLIVIERS&CO®

En 2016, 7 nouvelles enseignes, plus de 1.100 points de vente, ont rejoint la Fédération.

La Fédération renforce sa représentativité en équipement de la maison (BOULANGER, CROMOLOGY, ELECTRO DEPOT), en alimentaire spécialisé (HÄAGEN-DAZS) et automobiles & services (CLUB BOUYGUES TELECOM, QARSON) ainsi qu'en hygiène & santé (RITUALS COSMETICS).

Equipped de la maison

BOULANGER est spécialiste de la distribution des produits d'électronique grand public. L'enseigne projette un développement de 5 à 7 créations par an sur des formats de 1.500 m² à 4.000 m².



CROMOLOGY est un groupe français qui conçoit et fabrique des peintures professionnelles telles que Tollens et Zolpan en France. Le réseau de distribution en propre est composé de près de 300 points de vente en France. L'enseigne met en place une politique de densification de son maillage géographique par l'ouverture de nouveaux magasins en propre et/ou l'acquisition de distributeurs indépendants.

cromology

ELECTRO DEPOT créée en 2003, en compte près de 70 dépôts en France et s'est fixé un plan de développement de 6 par an pour un objectif de 100 en 2020.



Alimentaire spécialisé

HÄAGEN-DAZS est une marque qui se positionne à la deuxième place sur le marché des crèmes glacées (en PDM). Avec 70 magasins en France, l'enseigne s'est fixée pour objectif 5 nouvelles boutiques par an dans les 5 prochaines années.



Automobiles & services

RESEAU CLUBS BOUYGUES TELECOM est la filiale retail à 100 % de l'opérateur Bouygues Telecom. Elle est la n° 1 des canaux de distribution de la marque (web, Service clients, télévente). L'enseigne est en cours de transformation du réseau.



QARSON, entreprise spécialisée dans la vente de voitures neuves et récentes aux particuliers par Internet, souhaite se développer à raison de 10 à 15 points de vente par an.



Hygiène & santé

L'enseigne néerlandaise, **RITUALS COSMETICS** propose une collection de produits de haute qualité pour le bien-être du corps et de l'esprit. Son objectif de développement est de 10 à 12 boutiques par an pour atteindre 100 magasins en France.



■ PROCOS - toujours plus de rencontres et d'échanges

Chaque mois, les grands rendez-vous du Club de l'Expansion se poursuivent avec au programme des prochaines réunions 2017 :

- **Conjoncture 2016 et Perspectives 2017** : bilan économique du commerce spécialisé par secteur d'activité et grandes tendances de marchés.
- **Grenoble** : chamboule-tout dans les Alpes. Grenoble, Annecy, Chambéry, le sillon Alpin ne manque pas de projets.
- **Saint Etienne** : entre rénovation de l'entrée de ville, extension des centres commerciaux et redynamisation du centre-ville, Saint Etienne s'attelle au renouveau de son armature commerciale.
- **Projets immobiliers** : l'immobilier de commerce adapte ses surfaces à ses chalandises. Comment les commerçants, agiles, s'adaptent au mode de vie.

■ PROCOS en chiffres

PROCOS est **LA** Fédération du commerce spécialisé :

- 260 enseignes
- 60.000 points de vente
- 735.000 emplois
- 93,5 milliards euros
- 35 % du chiffre d'affaires du commerce spécialisé.

La Fédération accompagne les enseignes dans le développement pérenne de leur réseau. Son bureau d'études exploite une base de données unique « chiffre d'affaires et loyers » sur plus de 1.000 sites commerciaux et réalise tout au long de l'année des études sur les villes, les évolutions de marché et les tendances de consommation. Plus de 200 études de régions, d'agglomérations, de sites commerciaux sont à la disposition des enseignes.

PROCOS est un espace d'échanges entre enseignes. Le Club de l'Expansion, grand rendez-vous mensuel et les clubs thématiques (Cross Canal, Moyennes Surfaces, Petites Villes, Restauration) sont autant d'occasion de débattre des enjeux opérationnels et stratégiques du commerce.

La Fédération assure un rôle de représentation et de défense des intérêts du commerce spécialisé auprès des ministères, des pouvoirs publics et de la filière.

PROCOS rassemble ce qu'il y a de plus dynamique et innovant dans le commerce spécialisé.