

Communiqué de presse

Paris, le 15 janvier 2019

L'Immobilier d'entreprise en France : Année record pour l'investissement et dynamisme maintenu pour les bureaux. Les tests se multiplient sur le marché des commerces.

D'après la dernière analyse de Knight Frank, la tendance du marché locatif des bureaux d'Ile-de-France reste positive, avec une demande placée maintenue à un niveau élevé. Parallèlement, plusieurs records ont été battus sur le marché français de l'investissement. Du côté du commerce, le mouvement des gilets jaunes et ses débordements ont fragilisé l'activité, tandis que les enseignes continuent de multiplier les tests pour adapter leur offre aux transformations des modes de vie et de consommation.

Investissement : une année 2018 exceptionnelle

Après un excellent 1^{er} semestre puis un net ralentissement au 3^e trimestre, l'activité s'est de nouveau emballée au 4^e trimestre. 12,3 milliards d'euros ont ainsi été investis en France sur cette période, portant à 29 milliards les montants engagés sur l'ensemble de 2018 contre 27,9 milliards en 2017. Au terme d'une cinquième année de hausse consécutive, le marché français signe même une performance historique, supérieure de 2 % au précédent record de 2007.

Les cessions de portefeuilles ont pesé plus lourd en 2018, représentant 23 % de l'ensemble des montants investis en France en 2018 après 19 % en 2017. Elles ont notamment soutenu l'activité en régions, qui enregistrent l'un des meilleurs résultats de leur histoire. Toutefois, les volumes demeurent bien plus importants en Ile-de-France : 21,4 milliards d'euros y ont été investis l'an passé, soit une hausse de 6 % sur un an.

Un autre record a été battu en 2018, celui des volumes investis sur le marché français des **bureaux**. Avec plus de 21 milliards d'euros, ils dépassent le point haut de 2007. C'est dans la capitale que l'évolution est la plus spectaculaire. Avec 8,8 milliards d'euros, les sommes engagées en bureaux y atteignent un niveau record, pour partie lié à la multiplication de très grandes transactions.

Si la prudence des investisseurs a pesé sur l'activité, le marché français des **commerces** a tout de même rassemblé 4,4 milliards d'euros en 2018. En baisse de 14 % par rapport à la moyenne des cinq dernières années, cette somme est très légèrement supérieure à celle de 2017. Les rues commerçantes concentrent 60 % de l'activité grâce à la vente des deux portefeuilles Monoprix et à la cession de plusieurs flagships parisiens. D'autres typologies d'actifs tirent leur épingle du jeu. Près d'1,3 milliard d'euros ont ainsi été investis sur le segment des parcs d'activités commerciales, un volume record, supérieur de 73 % à la moyenne décennale.

Enfin, l'année 2018 a de nouveau été exceptionnelle pour le marché de l'**immobilier industriel** qui, avec 3,5 milliards d'euros et après le record de 2017, a établi la deuxième meilleure performance de son histoire. Si quelques ventes de portefeuilles mixtes ont contribué à ce beau résultat, c'est encore la logistique qui a joué le rôle décisif. Celle-ci concentre 83 % des volumes engagés sur le marché industriel grâce à de nombreuses cessions de portefeuilles réalisées au profit d'investisseurs américains, allemands ou asiatiques.

La performance exceptionnelle de 2018 pourrait ne pas être rééditée. Toutefois, les éléments semblent réunis pour permettre au marché français de réaliser un beau résultat en 2019. Les investisseurs

Communiqué de presse

étrangers, dont la part a nettement augmenté l'an passé (46 % des volumes investis dans l'Hexagone, contre 31 % en 2017), resteront actifs. Malgré le resserrement des politiques monétaires, les taux d'intérêt demeureront probablement assez bas, permettant au spread de rester favorable au compartiment immobilier dans un contexte de volatilité des marchés boursiers. C'est aux placements les plus sûrs que bénéficiera l'aversion au risque des investisseurs, à l'instar des bureaux franciliens mais aussi d'actifs alternatifs qui offrent à la fois de bons fondamentaux et leur permettent de diversifier leur patrimoine.

Le marché locatif des bureaux : une année très parisienne

En 2018, les volumes commercialisés ont totalisé 2,54 millions de m² après les 2,56 millions de 2017. La tendance reste donc positive : la performance de 2018 a quasiment égalé le très bon résultat de 2017 et est même nettement supérieure de 14 % à la moyenne décennale.

La solidité du marché francilien est particulièrement remarquable sur le segment des surfaces inférieures à 5 000 m², qui constituent traditionnellement le socle de l'activité. Les prises à bail de grandes surfaces sont quant à elles en recul de 24 % sur un an. La recherche de surfaces neuves-restructurées demeure en revanche une constante du marché francilien : celles-ci concentrent 73 % de la demande placée supérieure à 5 000 m² en 2018, non loin des 72 % enregistrés un an auparavant.

Stables en 2018, les volumes placés à Paris dépassent le million de mètres carrés de bureaux pour la troisième année consécutive. Le moteur de ce succès ? La grande forme du QCA et de l'Ouest, dont les volumes placés ont progressé de 11 % en 2018 grâce au dynamisme des grandes et moyennes surfaces. La demande est généralement restée soutenue dans l'ensemble de la capitale. Ses meilleures offres de bureaux suscitent ainsi la convoitise d'utilisateurs traditionnels (luxe, finance, conseil, etc.), mais aussi d'acteurs en pleine expansion comme les New Tech ou le coworking. Ce dernier est à l'origine de 25 % du volume des grandes transactions de 2018 dans Paris intra-muros.

La hausse des valeurs locatives à Paris, combinée à la pénurie durable de l'offre, pourrait accélérer les déménagements d'entreprises parisiennes en périphérie. C'est l'un des enjeux pour 2019, même si la dégradation du climat des affaires pose de plus grandes interrogations sur le dynamisme de l'activité locative en Ile-de-France. Les soutiens à l'activité restent malgré tout nombreux, qu'il s'agisse de facteurs conjoncturels avec la finalisation possible de nouvelles prises à bail liées au Brexit, mais surtout de facteurs structurels avec la nécessité pour les utilisateurs d'adapter leur immobilier à la digitalisation du travail, à l'impératif de productivité et aux nouvelles aspirations des collaborateurs.

Commerces : le consommateur au centre du jeu

2018 a fini sur une note négative en raison du mouvement des gilets jaunes. En 2019, l'évolution du climat social restera un facteur clé alors que la confiance des ménages s'est fortement détériorée. Les derniers mois ont également pesé sur les arrivées de visiteurs étrangers. Cela dit, la tendance de long terme reste positive, et Paris devrait continuer à profiter de l'essor du tourisme international. Ce point est essentiel pour les enseignes de luxe, dont les performances dépendent très largement de la clientèle étrangère et qui, malgré une fin d'année chahutée, restent plutôt dynamiques. 48 ouvertures de boutiques de luxe ont ainsi été recensées en 2018 à Paris contre 26 en 2017.

Si les produits High-Tech confirment aussi leur percée, à l'exemple d'Apple et Xiaomi sur les Champs-Élysées ou du futur flagship Huawei du boulevard des Capucines, c'est plutôt aux opérations de rationalisation que les grandes enseignes de mode consacrent désormais leur stratégie. Elles créent ainsi des boutiques spectaculaires et offrant toujours plus de services, tout en sacrifiant en contrepartie

Communiqué de presse

des points de vente non stratégiques. D'ici la fin de 2019 et en à peine trois ans, H&M et Zara pourraient ainsi avoir fermé près d'un quart de leurs magasins de Paris intra-muros.

Si le digital étend son emprise sur les modes d'achat, les boutiques restent des éléments déterminants de la réussite d'une enseigne. Cette certitude s'est encore appuyée en 2018 sur de nombreux exemples, comme ce flagship ouvert par Zara boulevard Haussmann, ces alliances nouées entre retailers traditionnels et e-commerçants (Monoprix et Sarenza, etc.), ou ces boutiques ouvertes par des marques nées sur le web (Tediber). Le phénomène n'est certes pas nouveau, mais il prend de l'ampleur.

Nombre de marques plus « classiques » ont également intégré cette dimension, multipliant les boutiques en propre comme autant de points de contact avec la clientèle. Rossignol et Salomon ont par exemple ouvert en 2018 leur première boutique à Paris (boulevard Saint-Germain et des Capucines). D'autres feront bientôt de même, car ces magasins, venant en soutien de la communication digitale des marques, leur permettent de mieux maîtriser leur image. Ils offrent aussi aux marques l'opportunité de parfaire la connaissance de leur clientèle, qu'elles peuvent ainsi fidéliser par une offre de produits et de services taillés sur mesure. Les acteurs plus traditionnels ont également continué d'adapter leur offre aux bouleversements des modes de vie et de consommation. A l'origine de la plus grande transaction locative de l'an passé, IKEA ouvrira par exemple au printemps 2019 à La Madeleine, sur 5 400 m² de surface de vente, un concept imaginé spécifiquement pour les Parisiens.

Les transformations des modes de vie supposent aussi l'émergence de nouvelles aspirations, qui ne sont pas sans influence sur les comportements d'achat. Les Français auraient ainsi tendance à acheter moins, mais mieux, et à privilégier les biens ou activités porteurs selon eux de plus de sens. Ces arbitrages profitent notamment aux secteurs qui ont trait au « bien-être » dans son acception la plus large (produits de soin, sport, loisirs, etc.). L'alimentation et la restauration ont également le vent en poupe, en particulier dans les grandes métropoles où éclosent concepts de chefs étoilés et *food halls*.

D'autres activités, parfois décorréées de l'acte d'achat, jouent également un rôle plus important dans le développement de nouveaux projets, des plus classiques (salles de sport, etc.) aux plus inédites, à l'exemple de ces espaces de coworking ou de coliving intégrés aux opérations d'extension du centre Italie 2 à Paris et de restructuration de l'ex-bâtiment des Galeries Lafayette de la rue Saint-Ferréol à Marseille. De plus en plus de bailleurs et de promoteurs tendent ainsi à intégrer de nouvelles fonctions au sein de leurs projets ou de leur patrimoine existant afin d'en assurer le succès ou d'en limiter la vacance. L'avenir dira si cette stratégie porte réellement ses fruits. Seule certitude : les bouleversements de la consommation requièrent de nouvelles approches, plus imaginatives et pragmatiques, dont les effets continueront d'être observés sur le marché des commerces en 2019.

Knight Frank en bref

Fondé il y a plus de 120 ans en Grande-Bretagne, le groupe Knight Frank apporte aujourd'hui son expertise comme conseil international en immobilier grâce à plus de 18 170 collaborateurs intervenant depuis 523 bureaux dans 60 pays. Sa branche française, créée il y a plus de 45 ans, intervient sur le marché de l'immobilier d'entreprise, principalement celui des bureaux, mais aussi ceux des commerces, des bâtiments industriels ou logistiques. Elle s'adresse à deux clientèles distinctes : les propriétaires investisseurs et les entreprises utilisatrices.

Avec ses 70 collaborateurs intervenant depuis Paris, Knight Frank France est organisée autour de 5 lignes de métier : Occupier Services & Commercial Agency (bureaux), Design & Delivery (conseil en aménagement d'espaces), Retail (commerce), l'investissement avec le département Capital Markets et l'expertise avec Knight Frank Valuation & Advisory.

www.knightfrank.fr

www.immobilier.knightfrank.fr

Contact Presse Knight Frank :

Galivel & Associés – Carol Galivel / Doriane Fougères 01 41 05 02 02

21-23, rue Klock - 92110 Clichy - Fax : 01 41 05 02 03 - galivel@galivel.com - www.galivel.com