

Communiqué de presse

Paris, le 17 mai 2019

Knights Frank publie le premier numéro de « Retail Recap », sa nouvelle série d'études consacrée aux transformations du commerce et à leurs incidences sur le marché immobilier

Commerce : 225 nouvelles enseignes étrangères implantées en France depuis 2014



Depuis 2014, une quarantaine de nouvelles enseignes étrangères font leur apparition chaque année en France. Ce rythme élevé, qui témoigne de l'attrait du marché hexagonal, ne devrait pas faiblir en 2019. « *Au moment où nombre d'enseignes ralentissent leur expansion, l'apport représenté par ces nouveaux entrants étrangers est loin d'être négligeable. Ainsi, les 225 enseignes étrangères arrivées en France au cours des cinq dernières années y totalisent déjà un peu plus de 1 000 points de vente* » annonce Antoine Salmon, Directeur du département Commerce locatif chez Knight Frank France.

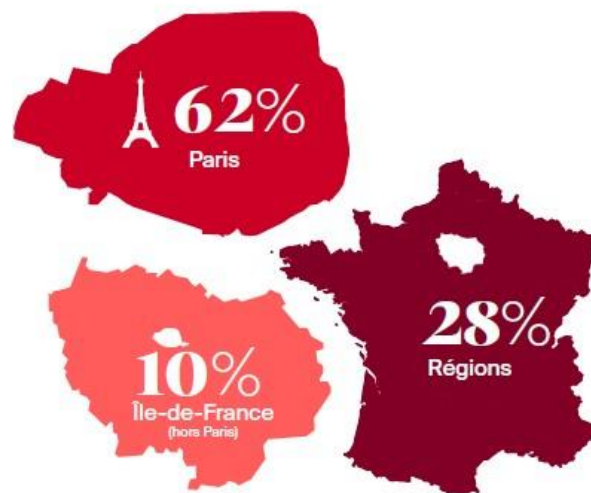
Et le n°1 est...: le groupe néerlandais Basic-Fit arrive largement en tête du nombre d'ouvertures au cours des cinq dernières années, avec 271 salles de sport dont une vingtaine inaugurées au 1^{er} trimestre 2019. Ce succès s'inscrit dans un contexte de forte croissance du marché du sport, qui a également favorisé le développement rapide d'autres enseignes de fitness, françaises celles-ci, comme L'Orange Bleue, Fitness Park ou Neones. L'expansion fulgurante de Basic-Fit rappelle celle d'Action : arrivée dans l'Hexagone en 2012 et comptant aujourd'hui près de 450 magasins, cette autre enseigne néerlandaise à petits prix a également fait de la France son premier marché dans le monde. Suivent deux enseignes danoises (Flying Tiger et Sostrene Grene) ainsi qu'une autre Néerlandaise (Rituals) qui, sur les cinq dernières années, ont ouvert entre 40 et 60 magasins chacune.

France-Italie, une relation particulière. Proximité géographique et culturelle, savoir-faire reconnu dans les secteurs de la restauration, de la mode et du luxe : les raisons de la forte présence des enseignes italiennes en France ne manquent pas et alimentent depuis de longues années un flux constant de nouveaux entrants. Cette présence a été confortée depuis 2014. En nombre de nouvelles enseignes, ce sont ainsi les Italiens qui arrivent en tête (21 % du total), avec une majorité de marques d'habillement, principalement positionnées sur le segment luxe / haut de gamme. L'Italie se distingue aussi dans le secteur de la restauration avec Old Wild West ou encore Eataty, dont l'arrivée dans le Marais était très attendue. Par ailleurs, Basic-Fit, Flying Tiger, Sostrene Grene et Rituals concentrent 42 % du nombre total de points de vente ouverts en France par de nouveaux entrants étrangers au cours des cinq dernières années, ce qui explique la surreprésentation des enseignes néerlandaises et danoises. En revanche, la présence des Asiatiques (Chinois, Japonais, Coréens) reste modeste. Toutefois, ces derniers ont pu s'illustrer dans les secteurs de la mode, des cosmétiques et bien sûr des produits high-tech, à l'exemple de Xiaomi ou de Huawei qui, d'ici la fin de 2019, ouvrira son flagship-au 9 boulevard des Capucines à Paris.

Communiqué de presse

Paris sera toujours Paris. Du fait de son rayonnement international, Paris offre un accès inégalé à des millions de consommateurs étrangers. Ainsi, 62 % des nouvelles enseignes étrangères arrivées en France ont choisi Paris pour leur première ouverture. Celles-ci sont très majoritairement positionnées sur les segments luxe et haut de gamme. « *Très prisés des Parisiens et des touristes étrangers, trois quartiers de la capitale rassemblent un peu plus de la moitié des premières ouvertures réalisées sur le marché français des rues commerçantes depuis 2014 : le Marais, le secteur rue Saint-Honoré/Vendôme et Saint-Germain-des-Prés* » indique Antoine Salmon.

Lieux d'implantation du premier point de vente des enseignes étrangères arrivées en France depuis 2014
 Source : Knight Frank, recensement arrêté à fin avril 2019



En province c'est la région PACA qui se détache, avec près d'un tiers des nouveaux entrants recensés depuis 2014 hors de l'Île-de-France, mêlant enseignes haut de gamme (à Cannes, Nice ou Saint-Tropez) et marques plus abordables. L'attrait de la région PACA est notamment dicté par une logique de proximité, car ces nouveaux entrants viennent majoritairement d'Italie. Une logique observée dans plusieurs autres régions frontalières, à l'instar de l'Alsace et de la Lorraine, par exemple privilégiées par des enseignes allemandes pour leur première implantation en France (Deichmann, Takko, etc.).

La mode, mais pas seulement. La mode rassemble 44 % du nombre de nouvelles enseignes arrivées en France depuis 2014. Ce chiffre est à relativiser, la mode ne représentant « que » 25 % des quelque 1 000 points de vente ouverts par ces nouveaux entrants en cinq ans. « *Les arrivées les plus significatives ne sont plus le fait d'enseignes de mode, contrairement à ce qui avait été observé entre le début des années 1990, avec Zara, Mango ou H&M, et le milieu des années 2000, avec New Look et New Yorker. L'une des explications tient bien sûr aux difficultés du secteur de l'habillement : l'heure est plutôt à la rationalisation des réseaux de boutiques pour de grandes marques solidement établies en France* » explique Antoine Salmon.

La restauration très prisée. Le marché est désormais soutenu par une plus grande variété d'activités, parmi lesquelles certaines, moins soumises aux arbitrages des ménages, ont le vent en poupe comme la restauration. Celle-ci est particulièrement prisée des bailleurs de centres commerciaux, soucieux de séduire la clientèle grâce à de nouveaux concepts et d'augmenter les durées de visite. Le secteur de la restauration ne représente néanmoins que 13 % du nombre total de nouvelles enseignes étrangères apparues en France depuis 2014. « *Cette part relativement modeste tient en partie sans doute à la forte domination des enseignes nationales. Établies de longue date, ou plus récentes mais très dynamiques, celles-ci couvrent de larges pans du marché, limitant de facto le développement de nouvelles enseignes étrangères* » conclut Antoine Salmon.

Communiqué de presse

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 4 lignes de service : la commercialisation de bureaux et le conseil aux utilisateurs (Occupier Services & Commercial Agency), incluant l'aménagement d'espaces de travail (Design & Delivery), le Capital Markets, le Retail Leasing et l'expertise avec sa filiale 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
