

01

RETAIL

INSIDE OUT

**Le commerce parisien :
une métamorphose en marche**

Quel avenir pour les grandes artères
commerçantes de la capitale ?

 **Knight
Frank**

CONTACT

David Bourla
Chief Economist
+33 (0)1 43 16 55 75
david.bourla@fr.knightfrank.com

© Knight Frank SNC 2017

Le département Études et Recherche de Knight Frank propose des services d'analyse de marché et de conseil stratégique en immobilier pour de nombreux clients internationaux, qu'ils soient privés, institutionnels ou utilisateurs.

Les études de Knight Frank sont disponibles sur le site KnightFrank.fr.

Les données utilisées pour la production de cette étude proviennent de sources reconnues pour leur fiabilité, telles que l'INSEE, l'ORIE ainsi que des outils Knight Frank de suivi des marchés immobiliers.

Malgré la grande attention prêtée à la préparation de cette publication, Knight Frank ne peut en aucun cas être tenu pour responsable d'éventuelles erreurs. En outre, en tant qu'étude de marché générale, ce document ne saurait refléter l'avis de Knight Frank sur des projets ou des immeubles spécifiques.

La reproduction de tout ou partie de la présente publication est tolérée, sous réserve expresse d'en indiquer la source.

LE COMMERCE PARISIEN : UNE MÉTAMORPHOSE EN MARCHÉ

Quel avenir pour les grandes artères commerçantes de la capitale ?



Antoine Grignon
Head of Retail Services



Antoine Salmon
Head of Retail Leasing

Retour des touristes étrangers, accélération de la croissance économique, attribution des Jeux Olympiques de 2024... Après les attentats de 2015, la ville de Paris semble être passée en à peine quelques mois de l'état de choc à un quasi état de grâce. Son marché des commerces a lui-même profondément évolué, **conforté par la création des zones touristiques internationales, l'extension de l'ouverture dominicale et l'inauguration de projets emblématiques** comme le Marché Saint-Germain et le nouveau Forum des Halles. Et ce n'est pas fini. Créations et restructurations d'équipements commerciaux, ouvertures de flagships, arrivées de nouveaux entrants... d'autres projets seront prochainement inaugurés, si bien que les mois nous séparant du début des années 2020 pourraient constituer une étape importante de l'histoire du commerce parisien.

Outre certains changements politiques et économiques, souvent difficiles à prévoir, d'autres facteurs, liés plus ou moins directement au commerce, seront certainement décisifs. **Ainsi, la progression attendue du tourisme international, les ouvertures et rénovations d'hôtels de luxe, ou le développement de projets urbains et culturels ambitieux joueront également un rôle**, à même d'asseoir le succès de la place parisienne sur la scène mondiale dans un contexte réglementaire offrant plus de stabilité et de lisibilité aux enseignes internationales.

Si la hiérarchie des grandes artères prime parisiennes ne devrait pas être bouleversée, les perspectives d'avenir que nous dessinons pour chacune d'entre elles laissent tout de même entrevoir plusieurs évolutions notables. Plus ou moins dynamiques, certains axes consolideront leur position tandis que d'autres monteront nettement en puissance, au point parfois de contribuer **à resserrer les liens unissant les différentes polarités du cœur de la capitale pour aboutir, in fine, à la constitution d'un ensemble commercial plus dense et plus homogène.**

HORIZON DÉGAGÉ POUR LE MARCHÉ PARISIEN DES COMMERCES

La consommation avait nettement accéléré en 2016, avec une hausse de 1,8 % des dépenses des ménages par rapport à l'année précédente. La progression devrait être plus modérée en 2017 et au-delà (+ 1,3 %, avant + 1,5 % en 2018 et 2019) en raison de la hausse de l'inflation et de gains de pouvoir d'achat plus modestes. Malgré cela, **l'horizon du marché des commerces semble plus dégagé qu'il y a quelques mois**. Ainsi, l'élection d'Emmanuel Macron et l'arrivée au pouvoir de sa majorité pro-européenne ont rassuré les milieux d'affaires. Ce changement d'exécutif a par ailleurs coïncidé avec une nette amélioration du moral des ménages, dont la confiance a atteint en juin son plus haut niveau depuis 2007, avant toutefois de se dégrader. D'autres indicateurs sont passés au vert, témoignant d'une accélération de l'activité économique qui a commencé à profiter au marché de l'emploi.

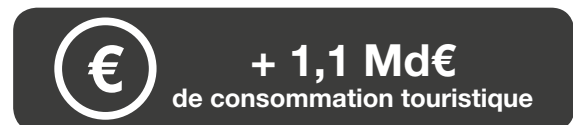
L'amélioration de la conjoncture de la France n'est certes pas négligeable. Le dynamisme du marché parisien et de ses artères prime est toutefois loin de dépendre des seuls mouvements d'enseignes nationales et des dépenses de la clientèle locale. Ainsi, **la fréquentation des visiteurs étrangers, et les stratégies mises en œuvre par de grandes marques souhaitant disposer des plus belles vitrines mondiales jouent un rôle de plus en plus important**.

UN GISEMENT IMPORTANT DE TOURISTES

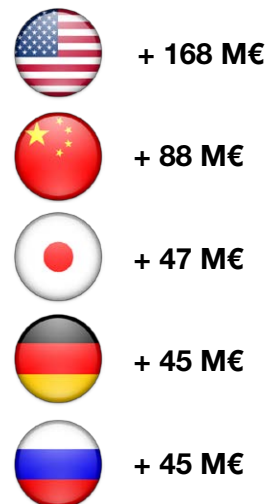
La reprise du marché touristique est l'un des facteurs qui a et aura sans doute le plus d'impact sur les grandes artères commerçantes de la capitale. Après deux années de déprime liée aux attentats (baisse de 12 % des nuitées hôtelières de visiteurs étrangers à Paris en 2016), **l'activité a nettement accéléré depuis, si bien que le 1^{er} semestre 2017 a été le meilleur des dix dernières années**. A l'exception du recul de quelques clientèles comme les Britanniques, dont le pouvoir d'achat a pâti de la baisse de la livre, la fréquentation de la plupart des autres nationalités a assez nettement augmenté. C'est le cas des Américains et des Allemands, avec une hausse de 20 % sur un an du nombre de nuitées. Le marché parisien profite aussi du retour des touristes japonais (+ 41 %), particulièrement friands de produits de luxe. Enfin, la fréquentation des Chinois a retrouvé une tendance haussière (+ 30 %) qui, après la baisse ponctuelle de 2016, leur permet de consolider leur position de première clientèle extra-européenne après les Américains.

Progression de la consommation touristique en Île-de-France

1^{er} semestre 2017 par rapport au 1^{er} semestre 2016



Total clientèles internationales



...

+ 837 M€

Total clientèle française



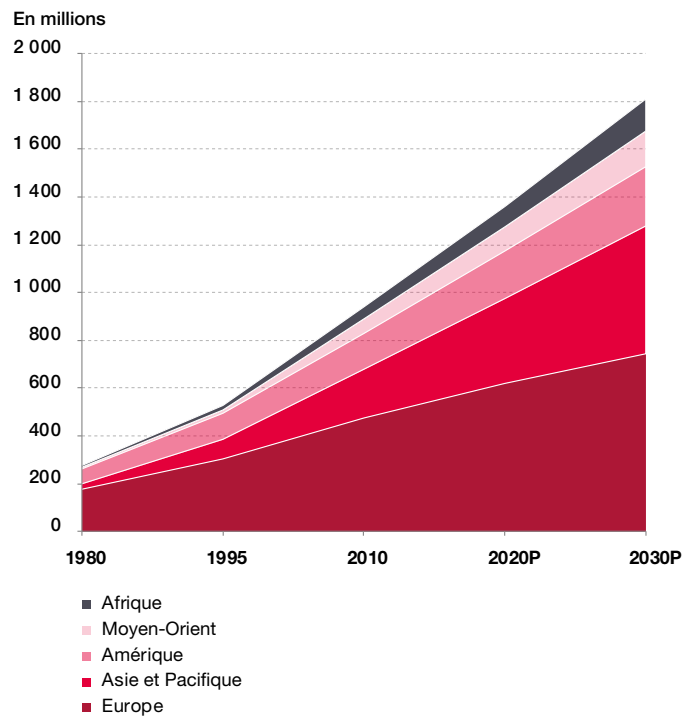
+ 224 M€

Source : Bilan estival du tourisme à Paris Île-de-France, Comité régional du tourisme.

La reprise du marché touristique devrait se prolonger au-delà de 2017, **Paris profitant, comme d'autres grandes métropoles, de la forte progression du tourisme à l'échelle mondiale.** Une étude de l'OMT estime à 3,3 % par an la hausse annuelle du nombre d'arrivées de touristes internationaux dans le monde entre 2010 et 2030, soit + 43 millions d'arrivées par an sur la période après + 28 millions entre 1995 et 2010. Au total, on compterait 1,3 milliard d'arrivées en 2020 puis 1,8 milliard en 2030, contre « à peine » 940 millions en 2010. Certes, ce sont les régions émergentes qui connaîtront la hausse la plus importante (+ 5 % par an en Afrique et en Asie-Pacifique sur la période 2010-2030). Cela dit, les marchés matures en profiteront également, avec une hausse de près de 2 % par an en Europe de l'Ouest et un nombre d'arrivées de touristes internationaux passant de 154 millions en 2010 à 222 millions en 2030. **Paris, principale destination européenne des touristes étrangers avec Londres, captera une partie de cette croissance.** Le potentiel en termes de retombées économiques est d'autant plus important que la France était, avec 42 milliards de dollars de recettes tirées du tourisme international en 2016, en net retrait par rapport aux USA (206 milliards de dollars), à l'Espagne (60) et à la Thaïlande (50).

L'enjeu que représente la croissance du tourisme international est bien sûr au premier plan des préoccupations de la municipalité parisienne. Dans son schéma de développement touristique, la Ville déroule ainsi une soixantaine de « fiches-actions » destinées à renforcer la place de Paris comme première ville touristique au monde d'ici 2022, parmi lesquelles « *l'accueil d'au moins un grand événement international chaque année* », la création de « *lieux-vitrines de la gastronomie parisienne* », la « *mise en œuvre d'un plan de sécurité des touristes* », ou encore la création de 12 000 chambres supplémentaires d'ici à 2020, pour « *un parc hôtelier de qualité, diversifié, accessible à tous les budgets et à tous les profils* ».

Progression des arrivées de touristes internationaux
Évolution par région de destination



Source : OMT, *Tourism highlights 2017*.

L'hôtellerie de luxe à Paris : ouverture récentes et à venir



- Projet récent / rénovation
- Projet récent / création
- Projet à venir / création
- Projet à venir / rénovation

Sources : Knight Frank, APUR

Projets récents

- 1** **Royal Monceau Raffles**
37 avenue Hoche - Paris 8
Inauguration : 1928
Rénovation : 2010
- 2** **Prince de Galles**
33 avenue George V - Paris 8
Inauguration : 1928
Rénovation : 2013
- 3** **Four Seasons George V**
31 avenue George V - Paris 8
Inauguration : 1928
Rénovation : 2013
- 4** **Plaza Athénée**
25 avenue Montaigne - Paris 8
Inauguration : 1913
Rénovation : 2014
- 5** **Bristol**
112 rue du Faubourg Saint-Honoré - Paris 8
Inauguration : 1925
Rénovation : 2009-2012
- 6** **Hôtel de Crillon**
10 place de la Concorde - Paris 8
Inauguration : 1909
Rénovation : 2017
- 7** **Le Meurice**
228 rue de Rivoli - Paris 1
Inauguration : 1835
Rénovation : 2007

- 8** **Fouquet's Barrière**
46 avenue George V - Paris 8
Inauguration : 2006
Rénovation : 2017
- 9** **Ritz**
15 place Vendôme - Paris 1
Inauguration : 1898
Rénovation : 2016
- 10** **Park Hyatt Vendôme**
5 rue de la Paix - Paris 2
Inauguration : 2002
Extension : 2007
- 11** **The Peninsula Paris**
19 avenue Kléber - Paris 16
Inauguration : 2014
- 12** **Mandarin Oriental**
251 rue Saint-Honoré - Paris 1
Inauguration : 2011
- 13** **Shangri-La**
10 avenue d'Iéna - Paris 16
Inauguration : 2010
- 14** **La Réserve**
42 avenue Gabriel - Paris 8
Inauguration : 2015

Projets à venir

- 15** **Lutétia**
45 boulevard Raspail - Paris 6
Inauguration : 1910
Rénovation : 2018
- 16** **Costes**
239-241 rue Saint-Honoré - Paris 1
Inauguration : 1995
Extension : 2018
- 17** **Hôtel Fauchon**
11 place de la Madeleine - Paris 8
Inauguration : 2018
- 18** **Cheval Blanc Samaritaine**
2 quai du Louvre - Paris 1
Inauguration : 2018
- 19** **Kimpton**
29 boulevard des Capucines - Paris 2
Inauguration : 2020
- 20** **Poste du Louvre**
48 rue du Louvre - Paris 1
Inauguration : 2019
- 21** **Autograph Collection**
37 rue de Bellechasse - Paris 7
Inauguration : 2018
- 22** **So Sofitel**
144 avenue des Champs-Élysées - Paris 8
Inauguration : 2021

UNE OFFRE D'HÉBERGEMENT HAUT DE GAMME RENFORCÉE

La montée en gamme du parc hôtelier parisien s'est accélérée depuis 2010. Plusieurs facteurs peuvent l'expliquer, parmi lesquels la volonté de certains établissements historiques ou nouveaux opérateurs d'exploiter le potentiel de croissance de la place parisienne, ainsi qu'une nécessaire mise à niveau de ses hôtels afin de répondre aux exigences de la clientèle internationale, à la concurrence d'autres destinations européennes, et au boom des nouveaux modes d'hébergement (Airbnb). Par ailleurs, la réforme du classement hôtelier, mise en place par la loi du 22 juillet 2009, a créé la catégorie 5 étoiles et, en son sein, la distinction « Palace », qui « *doit contribuer au rayonnement de la culture française et à l'attractivité de la destination France* », incitant nombre d'établissements historiques à entamer d'importants travaux pour obtenir le précieux sésame.

« Notre vision : en 2022, Paris est la ville qui accueille le plus de visiteurs au monde, mais aussi la ville qui accueille le mieux au monde, grâce à un tourisme de qualité, durable, gisement d'emplois et source de rayonnement international. »

Source : *Stratégie Tourisme 2022, Schéma de développement touristique de la Ville de Paris*, Octobre 2016.

Sur le marché de l'hôtellerie de luxe, le parc de la capitale a connu depuis le début des années 2000 une hausse de plus de 50 % du nombre de chambres grâce à l'arrivée de nouveaux entrants (le Shangri-La en 2010, le Mandarin Oriental en 2011, le Peninsula en 2014) et à la rénovation et à l'extension d'établissements historiques (Le Ritz, Le Crillon et Le Fouquet's Barrière, après le Bristol, le Prince de Galles ou le Plaza Athénée). **Les projets à livrer d'ici le début des années 2020 ne manquent pas.** C'est le cas de l'hôtel Fauchon attendu place de la Madeleine, de l'extension du Costes rue Saint-Honoré, du Lutétia, de l'inauguration à venir du Cheval Blanc Samaritaine, et du premier établissement Marriott Autograph Collection dans l'ancienne abbaye de Penthemont dans le 7^e. Suivront les ouvertures du Kimpton sur le boulevard des Capucines, et de l'Elegancia dans le bâtiment restructuré de la Poste du Louvre. Enfin, le groupe Accor a prévu le développement d'un établissement 5 étoiles So Sofitel sur les Champs-Élysées d'ici 2021.

Si les ouvertures d'hôtels de luxe n'ont pas d'incidences systématiques sur le marché des commerces, les retombées sont parfois évidentes. C'est le cas du Mandarin Oriental, dont la création en 2011 a directement contribué à la montée en gamme de la rue Saint-Honoré. L'artère est devenue depuis la plus dynamique de la capitale, concentrant 18 % des ouvertures de luxe recensées à Paris entre 2012 et 2017, devant l'avenue Montaigne (12 %) et la rue du Faubourg Saint-Honoré (12 %). À l'inverse, la fermeture du Lutétia, en travaux depuis 2014, a coïncidé avec le net ralentissement des ouvertures de commerces haut de gamme dans le secteur Sèvres-Grenelle-Saint-Germain, après une période 2010-2014 particulièrement animée (Hermès et Ralph Lauren en 2010, Céline en 2011, Louis Vuitton en 2012, Berluti en 2013, etc.).

UN GISEMENT IMPORTANT DE NOUVELLES ENSEIGNES

L'arrivée de nouveaux opérateurs sur le marché hôtelier parisien témoigne de l'attractivité de la capitale. L'arrivée d'enseignes étrangères inédites est également un bon indicateur du dynamisme du marché des commerces. Si Paris demeure l'une des principales destinations mondiales, le nombre de nouveaux entrants étrangers a toutefois nettement décéléré après les grandes arrivées de la fin des années 2000 et du début des années 2010 (Uniqlo en 2007, Apple en 2009, Calzedonia en 2010, Abercrombie & Fitch en 2011, etc.). Quelques acteurs importants ont certes fait leur apparition (Five Guys en 2016 sur les Champs-Élysées). Toutefois, dans le même temps, plusieurs ont également fermé leurs flagships comme, sur les Champs-Élysées, Virgin et plus récemment Marks & Spencer ou Banana Republic.

Ces fermetures ne sont pas le signe d'une perte d'attractivité des artères prime parisiennes. Elles sont plutôt la conséquence de difficultés d'enseignes, ainsi que le reflet d'une évolution plus structurelle du marché des commerces : nombre d'acteurs font ainsi évoluer leur stratégie d'expansion pour mieux adapter leur réseau de magasins à l'évolution des modes d'achat et au développement du e-commerce. De fait, l'accélération du taux de rotation des enseignes est une tendance évidente du marché des commerces qui, si elle affecte d'abord les emplacements 1bis et secondaires, touche également les axes prime. **Cette évolution ne remet pas en cause la nécessité pour les enseignes de disposer de grands flagships, la multiplication des arbitrages et des cessions offrant au contraire à d'autres enseignes la possibilité de s'implanter plus facilement et plus rapidement sur le marché français.**



Loin de s'essouffler, le flagship demeure de fait le format indispensable du développement physique des grandes enseignes qui, parallèlement, renforcent leur présence sur le web.

La demande des enseignes pour les meilleurs emplacements parisiens restera donc élevée, d'autant que de nouveaux entrants pointent le bout de leur nez. Il suffit pour s'en convaincre d'observer, dans de grandes métropoles européennes et mondiales, l'expansion d'enseignes encore absentes du marché parisien. Parmi les plus significatives, notons les ouvertures récentes d'Arket – nouvelle enseigne du groupe H&M – à Londres, Munich, Bruxelles et Copenhague, l'ouverture de Reserved sur Oxford Street et de Canada Goose sur Regent Street dans la capitale britannique, ou encore l'inauguration par Under Armour à Amsterdam de son premier flagship sur le vieux continent. À ces ouvertures s'ajoutent celles d'enseignes moins connues, issues de pays émergents dont proviennent d'importants contingents de touristes (Line Friends, qui a ouvert à New York, sur Times Square, son premier magasin hors d'Asie) ; celles aussi d'industriels et de pure-players investissant, à des degrés divers, le champ du commerce physique (Microsoft, Amazon, Smeg, Sonos, etc.).

UN CONTEXTE RÉGLEMENTAIRE PLUS FAVORABLE

Les données fournies par le ministère de l'Économie au début de 2017 montraient une progression assez nette du taux d'ouverture dominicale dans la plupart des ZTI parisiennes. L'entrée en vigueur de la loi Macron est sans conteste un nouvel atout pour la place parisienne, dans un contexte de forte concurrence entre grandes métropoles européennes pour attirer les touristes étrangers. **Après une longue période d'incertitude, Paris offre ainsi désormais aux grandes enseignes internationales un cadre réglementaire plus stable et plus lisible.**

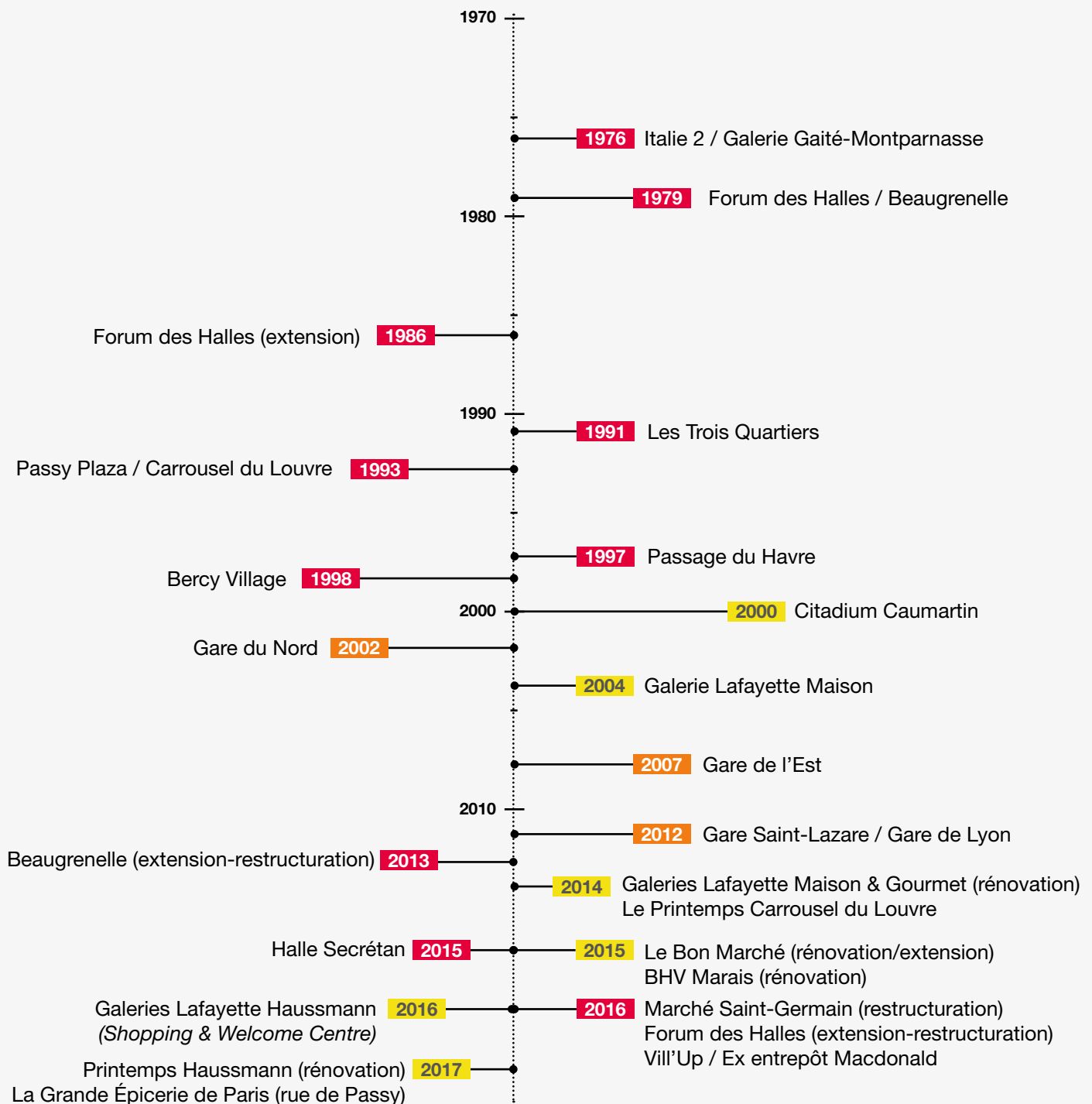
Ces derniers mois, de nouveaux accords ont été signés au sein de grands groupes et de diverses branches (enseignes de mode notamment). Par ailleurs **tous les grands magasins ont aujourd'hui la possibilité d'ouvrir 7 jours sur 7**, qu'il s'agisse des Galeries Lafayette Haussmann ou du Bon Marché (depuis janvier 2017), du Printemps Haussmann (depuis juin 2017) et du BHV, précurseur en la matière (depuis juillet 2016). Cette extension des jours d'ouverture a eu des effets positifs sur leur activité. C'est le cas du BHV, dont l'ouverture dominicale a permis une hausse de 10 % du chiffre d'affaires en un an et dynamisé son environnement commercial immédiat.

Taux d'ouverture dominicale dans quelques quartiers parisiens

ZTI	Taux en septembre 2016	Taux en janvier 2017
Le Marais	48 %	71 %
Les Halles	27 %	48 %
Rennes - Saint-Sulpice	< 10 %	14 %
Saint-Honoré - Vendôme	< 10 %	16 %
Saint-Germain	< 10 %	18 %
Moyenne des ZTI parisiennes	21 %	27 %

Source : Observatoire du commerce dans les zones touristiques internationales, Direction générale des Entreprises, 2017.

1970 - 2017 : Le marché parisien des commerces en quelques grandes dates



- Centres commerciaux
- Commerces en gare
- Grands magasins

UNE NOUVELLE ÉTAPE IMPORTANTE DE L'HISTOIRE DU COMMERCE PARISIEN

Après deux années 2016 et 2017 animées (restructuration du Marché Saint-Germain, rénovation-extension du Forum des Halles, etc.), les inaugurations de nouveaux projets commerciaux ne faibliront pas. **La fin des années 2010 et l'entrée dans la décennie 2020 pourraient au contraire marquer une nouvelle étape importante de l'histoire du commerce parisien.**

Quelques-unes des grandes périodes de cette histoire sont ici brièvement retracées, dont certaines impriment encore leur marque sur l'activité et les flux de chalands de la capitale. Ce retour en arrière nous permet ainsi d'inscrire les projets futurs du commerce parisien sur le temps long, reflétant son adaptation constante aux changements des modes de distribution et de consommation.

Après l'inauguration d'Italie 2 et surtout du Forum des Halles à la fin des années 1970 – qui concrétisa l'un des grands projets de l'ère pompidolienne – la décennie 1980 fut assez calme. Elle vit tout de même en 1986 l'extension du Forum des Halles sur 12 000 m², et quelques ouvertures d'enseignes qui marqueront durablement l'histoire de grandes artères parisiennes, comme le Virgin Megastore des Champs-Élysées en 1988.

La décennie 1990 fut celle des nouveaux passages et centres commerciaux parisiens. Les Trois Quartiers (1991), le Carrousel du Louvre (1993) et Passy Plaza (1993) sont d'abord inaugurés, avant l'ouverture du Passage du Havre en 1997 ; Enfin, Bercy Village fut inauguré en 1998, donnant, avec le multiplexe UGC, une nouvelle locomotive à l'est parisien jusque-là peu pourvu. Trois de ces centres – le Carrousel du Louvre, le Passage du Havre et Bercy Village – totalisent aujourd'hui à eux seuls un peu plus de 40 millions de visiteurs par an, soit quasiment autant que Les 4 Temps à La Défense, centre le plus fréquenté d'Europe avec Westfield Stratford au Royaume-Uni.

La tendance au développement du parc des commerces parisien a ralenti dès le début des années 2000. Il s'agissait alors davantage de retravailler l'existant, et de le faire monter en gamme pour répondre à l'essor de nouveaux modes d'achat. La rénovation du Forum des Halles, la restructuration de Beaugrenelle ou du Marché Saint-Germain, et celle à venir d'ici 2020 des 27 000 m² de Gaité-Montparnasse répondent ainsi à un **double mouvement d'amélioration de l'offre et de consolidation des sites et quartiers prime de la capitale.** Ce mouvement

concerne également les grands magasins. Comme le Printemps Haussmann récemment, tous ont ainsi mené d'importantes opérations de rénovation ou d'extension, afin de mieux séduire en particulier la clientèle étrangère.

C'est sur le développement d'autres quartiers que repose depuis quelques années la croissance du parc des commerces de la capitale. Quelques polarités plus « secondaires » sont ainsi développées dans le cadre de la création de nouveaux quartiers parisiens, comme la ZAC Rive Gauche où plus de 50 000 m² de commerces et de restauration ont ouvert depuis la fin des années 1990 (Décathlon, H&M, Prêt à Manger, etc.). Par ailleurs, le nord-est de la capitale a récemment vu l'ouverture de 30 000 m² dans l'ancien entrepôt Macdonald (Leroy-Merlin, Leclerc, Décathlon, etc.), ainsi que l'inauguration en 2016 des 24 000 m² du centre commercial Vill'Up à La Villette. Ces prochaines années, d'autres opérations seront finalisées. Plus de 20 000 m² de commerces et de loisirs compléteront par exemple l'offre résidentielle et tertiaire de la ZAC Clichy-Batignolles dans le 17^e.

Enfin, **une autre tendance marquante observée depuis le début des années 2000,** qui s'est accentuée depuis le début des années 2010 et se prolongera jusqu'au début des années 2020, **est celle du développement du commerce en gare.** Après les gares du Nord, de l'Est et Saint-Lazare, de nouveaux développements sont prévus entre 2018 et 2020 à Montparnasse (19 000 m² de commerces) et Austerlitz (12 500 m²). Ces projets représentent un accroissement assez important de la surface dévolue au commerce, et l'opportunité pour de grandes enseignes d'étendre leur réseau pour profiter des rendements élevés offerts par le commerce de transit.



Avenue des Champs-Élysées, Paris 8^e

PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION DES GRANDES ARTÈRES PARISIENNES

CHAMPS-ÉLYSÉES

Le changement dans la continuité

Avec plus d'une quinzaine de transactions recensées depuis le début de 2016, **l'avenue des Champs-Élysées présentera à coup sûr, dans quelques mois, un tout autre visage.** C'est d'autant plus vrai que plusieurs autres opérations et projets de restructuration sont en cours, à l'exemple des 2 800 m² de commerces du n° 50 (ex cinéma Gaumont), ou encore des 1 500 m² du n° 123 (ex Clément et Dinh Van). Des projets d'hôtels et de cinémas sont également prévus (So Sofitel, MK2), qui permettront aux Champs-Élysées de conserver une relative mixité et de demeurer, au-delà de la seule fonction commerciale, une destination de loisirs et de détente pour les Parisiens et les touristes.

Les opérations en cours et les prises à bail des derniers mois n'annoncent pas pour autant une révolution commerciale sur les Champs-Élysées. Elles conforteront plutôt son statut de vitrine internationale. Ainsi, plusieurs transactions concernent le transfert ou l'extension de flagships déjà présents sur l'avenue, comme Nike sur 4 500 m² au n° 79, Adidas et son extension sur le n° 22 en lieu et place de Banana Republic, L'Occitane/Pierre Hermé Paris et son transfert au n° 86 en lieu et place de Promod, ou Weston sur l'agence LCL du n° 55. Quant aux nouveaux entrants, ils ne feront qu'accentuer le positionnement milieu et haut de gamme des Champs-Élysées (Five Guys, ouvert fin 2016 au n° 49-51, Citadium sur l'ex Tommy Hilfiger au n° 65, Kiko et son plus grand flagship d'Europe au n° 102, Apple au n° 114).

Si le luxe a toujours été présent sur l'avenue (du Fouquet's au flagship Louis Vuitton, ouvert en 2005), **d'autres mouvements contribueront par ailleurs à sa montée en gamme** ; une tendance observée depuis 2013, avec les ouvertures et prises à bail successives de Tiffany & Co., Dubai, Tag-Heuer, Chanel Beauté ou Dior Parfums, et les rénovations menées par Cartier ou Montblanc. L'ouverture prévue au 1^{er} semestre 2019 des Galeries Lafayette accentuera cette évolution, tandis que l'expansion de plusieurs enseignes françaises (Maje, Zadig & Voltaire, Repetto) donnera une tonalité plus « trendy » aux Champs-Élysées.

La hiérarchie des **valeurs locatives prime pratiquées sur les Champs-Élysées ne devrait pas profondément**

évoluer, la demande toujours soutenue des enseignes pour un flagship bien placé sur l'avenue contribuant à l'écoulement d'une offre orientée à la hausse. Toutefois, il convient de noter l'ampleur inédite des surfaces potentiellement disponibles, si l'ensemble des projets de restructuration se concrétisent dans un laps de temps aussi resserré. Par ailleurs, si l'écart des valeurs pratiquées sur les deux trottoirs s'est resserré, celles-ci devraient demeurer comprises entre 13 000 et 15 000 €/m²/an Zone A⁽¹⁾ pour les meilleurs emplacements du trottoir impair, et proches des 20 000 €/m² sur le trottoir pair. Quelques transactions récentes ont ainsi montré une hausse du prix payé pour les meilleurs emplacements, sans marquer toutefois de réelle inflation des valeurs.

EN BREF

Valeur locative prime au 4T 2017

15 000 – 20 000 €/m²/an (Zone A)

Exemples d'ouvertures à venir

Nike, Kiko, L'Occitane, Apple, Galeries Lafayette, Chanel Beauté, Dior Parfums

Opérations de restructuration

Le n° 144-150 (So Sofitel, MK2), le n° 50 (ancien cinéma Gaumont, 2 800 m² de commerces), le n° 123 (1 500 m² de commerces), le n° 118 (libération de Mercedes, 990 m² de commerces).

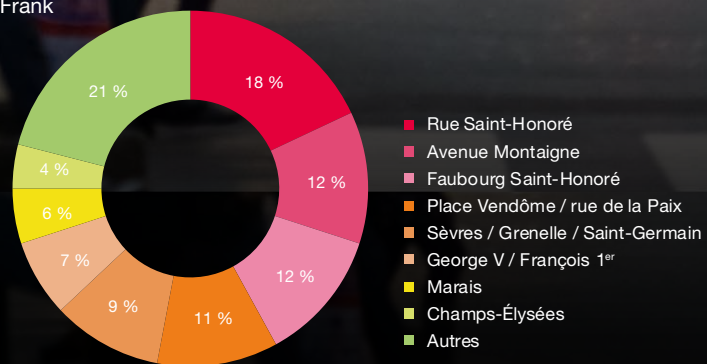
Potentiel de transformation (de 1 à 10)

6

⁽¹⁾ Valeur locative : loyer + cession (droit au bail/fonds de commerce) décapitalisé.



Répartition des ouvertures de boutiques de luxe à Paris, par artère entre 2012 et 2017
 Source : Knight Frank



AU CŒUR DU LUXE PARISIEN

La rue Saint-Honoré étend son emprise

Après l'essor du début des années 2010, pour partie lié au boom de la consommation des Chinois, 2016 avait marqué un repli du marché mondial du luxe en raison des attentats en Europe et du contexte économique et politique difficile de certains pays émergents. En 2017, celui-ci a regagné de la vigueur, avec une croissance de 5 % des ventes par rapport à l'année précédente (+ 6% en Europe⁽²⁾), portée par le dynamisme de la clientèle chinoise, les dépenses croissantes des Millenials ou la hausse du e-commerce (+ 24 % en 2017, contre + 8 % pour la distribution en magasin). D'ici 2020, le marché du luxe devrait croître de 4 à 5 % par an. Paris profitera de ce contexte plus porteur, comme de la tendance des grands groupes du luxe à concentrer leurs efforts sur les plus grandes places mondiales au détriment de marchés plus secondaires.

La tendance à la consolidation des marchés les plus établis devrait également s'observer à l'échelle de la capitale, les enseignes les plus prestigieuses privilégiant les quelques artères de la rive droite constituant le cœur historique du luxe parisien.

La rue Saint-Honoré confirmera très probablement son succès et **concentrera les projets les plus emblématiques**. Illustration parfaite de la tendance des groupes de luxe à concentrer leurs efforts sur un nombre restreint de grandes « maisons » idéalement situées, et offrant une expérience d'achat toujours plus sophistiquée et liée à l'univers artistique, l'ouverture récente et très médiatisée du nouveau flagship Louis Vuitton devrait augmenter l'intérêt des enseignes pour la rue. Elle accentuera également sa montée en gamme, que renforceront l'ouverture attendue de longue date de Chanel à l'angle des rues Cambon, Duphot et Saint-Honoré, celle du flagship Dior, et l'arrivée de Saint Laurent en lieu et place de Colette. La fermeture du concept-store ne sera pas sans conséquence sur l'identité de la rue : son positionnement pourrait bien évoluer, même si l'extension du Costes, dont les travaux sont en cours, entretiendra son cachet d'artère « trendy ». **Il est important pour la rue Saint-Honoré de conserver l'ambiance particulière qui la distingue des artères plus exclusives et traditionnelles de la rive droite.** Cette ambiance pourrait ainsi conforter son succès auprès de clientèles moins matures, générations Y et Z d'autant plus importantes à séduire que ce sont elles qui soutiendront désormais la croissance du marché du luxe.

Le cœur historique de la rive droite (place Vendôme, rue de la Paix, rue du Faubourg Saint-Honoré, avenue Montaigne) devrait être moins dynamique. D'abord parce que la rue Saint-Honoré concentre une part croissante de la demande des grandes enseignes de luxe et peut représenter une

concurrente de taille pour les artères proches, comme la rue de la Paix ; ensuite parce que les opportunités de créations y sont rares et que les arrivées de nouveaux entrants se font au compte-gouttes (Balenciaga avenue Montaigne). Confirmant une tendance observée depuis plusieurs années, **les artères historiques du luxe parisien resteront donc principalement animées par des opérations de transfert, de rénovation et d'extension de flagships existants** (Dolce & Gabbana rue du Faubourg Saint-Honoré et avenue Montaigne). Les quelques créations ex nihilo des marques les plus prestigieuses se concentreront sur les meilleurs emplacements, les portions moins établies accueillant quant à elles des enseignes plus confidentielles ou moins exclusives.

Le Faubourg Saint-Honoré en est le meilleur exemple. Si la portion comprise entre la rue Boissy d'Anglas et la rue Royale restera la cible principale d'un nombre très réduit de grandes marques, d'autres continueront de privilégier les environs du Bristol. Ce secteur, où Cifonelli, Baccarat et Thierry Mugler ont ouvert depuis 2015 et où Christian Liaigre doit bientôt s'installer, offre quelques opportunités liées, notamment, à la présence des galeries d'art. Il profite par ailleurs de la proximité du palace et du Splendide Royal, établissement 5 étoiles ouvert il y a quelques mois, mais aussi du moindre dynamisme du tronçon le plus proche de l'Élysée, qui souffre des mesures de sécurité mises en place aux abords du palais présidentiel.

EN BREF

Valeur locative prime au 4T 2017

10 000 – 15 000 €/m²/an (Zone A)

Exemples d'ouvertures à venir

Dolce & Gabbana avenue Montaigne (extension),
Chanel rue Saint-Honoré, Dior rue Saint-Honoré, Saint
Laurent rue Saint-Honoré, Boucheron place Vendôme
(rénovation)

Opérations de restructuration

Le 26 bis-32 rue François 1^{er} (immeuble Europe 1,
1 000 m² de commerces), l'ex ambassade du Canada.

Autres : extension de l'hôtel Costes

Potentiel de transformation (de 1 à 10)

5

SAINT-GERMAIN / SÈVRES / GRENELLE

Rive gauche, rien de nouveau ?

S'il reste une destination de choix, le « triangle d'or » de la rive gauche, constitué d'une partie du boulevard Saint-Germain, de la rue de Grenelle et de la rue de Sèvres, se cherche un second souffle. **La tendance à la montée en gamme y a marqué une pause après les nombreuses ouvertures du début des années 2010** (Hermès et Berluti rue de Sèvres, Louis Vuitton à Saint-Germain des Prés, Ralph Lauren boulevard Saint-Germain ou Céline rue de Grenelle). Peu d'enseignes de luxe s'y sont installées depuis, à l'exception de quelques projets exclusifs, comme le showroom Steinway & Sons du 230 boulevard Saint-Germain.

Ce manque d'animation pourrait indiquer que les marques de luxe ne trouvent plus un terrain assez fertile dans le quartier, toujours prisé en revanche par nombre de créateurs ou d'enseignes haut de gamme (Vanessa Seward ou Fusalp boulevard Saint-Germain). Le succès du Bon Marché, désormais ouvert 7 jours sur 7 et propriété du groupe LVMH, montre néanmoins que le luxe y a bien sa place. C'est peut-être là, du reste, qu'il faut aller chercher l'explication de la diminution du nombre d'ouvertures de boutiques de luxe. **En améliorant son offre grâce à d'importants travaux de rénovation, le Bon Marché est nettement monté en gamme, constituant ainsi pour les plus grandes marques une réelle alternative aux meilleures artères de la rive gauche.** Enfin, la diminution du nombre d'ouvertures de boutiques de luxe a également coïncidé avec la fermeture pour rénovation du Lutétia, asséchant une offre hôtelière haut de gamme déjà peu fournie.

Commerces et hôtellerie de luxe allant de pair, la donne pourrait dès lors changer avec la réouverture en 2018 de cet établissement mythique de la rive gauche. Ainsi, **Le Lutétia constituera un nouvel écrin plus moderne, apte à satisfaire le goût des touristes** familiers du quartier, et pourquoi pas à séduire la clientèle traditionnellement plus attachée aux palaces de la rive droite. D'autres projets d'hôtels enrichiront également l'offre du quartier, à l'exemple de l'établissement de luxe prévu au 40 rue des Saints-Pères. Enfin, deux projets attendus de longue date pourraient à eux seuls contribuer à revigorer le marché du luxe sur la rive gauche s'ils se concrétisaient par l'arrivée de marques fortes : l'installation au 165 boulevard Saint-Germain d'une enseigne du groupe LVMH, qui acheta l'immeuble il y a plus de trois ans, et la commercialisation de l'ancien bâtiment de la Banque de France au 48 boulevard Raspail.

Sur un segment moins haut de gamme, l'actualité du marché des commerces de la rive gauche a été récemment dominée par la réouverture du Marché Saint-Germain après sa restructuration par Banimmo. Cet ensemble commercial de 4 600 m² a offert à quelques enseignes internationales peu ou pas présentes sur la rive gauche l'opportunité de se développer sur de grandes surfaces (Uniqlo, Apple). Depuis l'inauguration du projet il y a tout juste un an, **les retombées sur les rues environnantes sont encore difficiles à mesurer.** Plusieurs enseignes milieu ou haut de gamme ont toutefois ouvert dans le secteur, qu'il s'agisse de boutiques de marques (Le Coq sportif, Fusalp, Samsonite), de nouveaux entrants français ou étrangers (Scalpers, Jott) ou d'enseignes de restauration (Chipotle). D'autres opérations sont en cours (rue Bonaparte, rue Saint-Sulpice, etc.), mais elles ne devraient pas bouleverser les fondamentaux d'un secteur toujours prisé par les enseignes mais finalement assez stable.

EN BREF

Valeur locative prime au 4T 2017

3 000 – 6 000 €/m²/an (Zone A)

Exemples d'ouvertures à venir

Le 165 boulevard Saint-Germain (LVMH, ex Infinitif),

Opérations de restructuration

L'ancien site de la Banque de France (48 boulevard Raspail, plus de 1 000 m² de commerces)

Autres : réouverture du Lutétia, nouvel hôtel au 40 rue des Saints-Pères

Potentiel de transformation (de 1 à 10)

3

MADELEINE / CAPUCINES

La Madeleine retrouve son lustre

La brève aventure de la Pinacothèque, inaugurée en 2007 et fermée début 2016, celle, avortée, du flagship C&A, ouvert en 2014 pour relancer l'enseigne et qui ferma ses portes moins de trois ans après, l'incertitude entourant l'avenir d'Hédiard et de son magasin phare... Malgré une situation géographique de choix, la Madeleine aurait pu passer il y a quelques mois pour le théâtre des rêves contrariés, si ce n'est qu'elle semble désormais avoir toutes les cartes en main pour retrouver son lustre. La Madeleine, qui profitera d'ici 2019 des travaux d'embellissement et de voirie prévus par la municipalité dans le cadre du réaménagement de sept grandes places parisiennes, peut d'abord compter sur les projets ambitieux de Fauchon. **L'enseigne, garante de l'identité d'un quartier dont la tradition de luxe remonte au 19^e siècle**, a ainsi ré-ouvert fin 2016 sa boutique historique après d'importants travaux de rénovation, et inaugurera en 2018 un premier hôtel 5 étoiles à l'angle du boulevard Malesherbes. La spécialisation de la Madeleine dans le domaine des commerces de bouche pourrait aussi être confortée par la réouverture d'Hédiard et l'arrivée prochaine de Café Pouchkine, qui a saisi l'opportunité du départ d'Orange pour associer son nom à celui si renommé de la place.



D'autres types d'enseignes, moins haut de gamme, ont profité de l'afflux de grandes et moyennes surfaces pour accroître leur présence à Paris. Ainsi, Prêt à Manger a loué une partie de la Pinacothèque (11 rue de Sèze), une autre accueillant une boutique et une salle de fitness Reebok (12 boulevard de la Madeleine). 1 500 m² restent à commercialiser sur le site de l'ancien musée privé (28 place de la Madeleine), auxquels doivent être ajoutés les 6 000 m² de l'ancien flagship C&A du 23 boulevard de la Madeleine. **La qualité de ces emplacements et les négociations en cours annonçant d'autres ouvertures majeures, la**

Madeleine est donc loin d'avoir achevé sa mue. Mais elle conservera un positionnement mixte, qui sied finalement bien à ce quartier très fréquenté des actifs parisiens et des touristes étrangers, situé à proximité immédiate de l'Opéra et de grandes artères de luxe, et où les enseignes réalisent certaines des meilleures performances de leur réseau.

L'installation prévue en 2018 d'un magasin Leroy-Merlin sur le site de l'ancien garage Palacio, qui complètera l'offre en équipement de la maison du secteur (Darty, Boulanger, Zara Home), est une excellente illustration de cette diversité. Leroy-Merlin y développera un concept urbain et connecté, bien adapté aux attentes des actifs du quartier à l'instar du magasin ouvert par Boulanger sur le boulevard des Capucines en 2015. **Cette dernière artère semble pour le coup avoir opéré l'essentiel de sa transformation.** Outre quelques arrivées récentes d'enseignes mass-market (Five Guys à la place de l'ancien restaurant Chez Clément), la montée en gamme observée au début des années 2010 (Bucherer, Tag-Heuer, Cartier, Montblanc) ne semble pas devoir s'accroître au cours des prochaines années, même si le groupe InterContinental y ouvrira en 2020 le premier Kimpton de l'Hexagone.

EN BREF

Valeur locative prime au 4T 2017

2 500 – 4 000 €/m²/an (Zone A)

Exemples d'ouvertures à venir

Café Pouchkine, commercialisation du 23 boulevard de la Madeleine (ex C&A, 6 000 m² de commerces), commercialisation du 28 place de la Madeleine (ex Pinacothèque, 1 500 m² de commerces), Leroy-Merlin, Hédiard (réouverture)

Autres : Hôtel Fauchon, Hôtel Kimpton, travaux de voirie prévus par la municipalité dans le cadre du réaménagement de sept grandes places parisiennes

Potentiel de transformation (de 1 à 10)

6

LE MARAIS

The place to be

Le dynamisme du Marais, l'un des quartiers les plus prisés de Paris, est tel qu'il mérite qu'on s'y attarde. Le positionnement « trendy » qui a fait son succès ne date certes pas d'hier : quelques concept-stores pionniers (L'Eclaireur, Fleux, Home/Bensimon, etc.) entretiennent depuis longtemps **son image de laboratoire des tendances, que les dernières années n'ont fait que conforter**. Tout en procédant ponctuellement à quelques arbitrages, plusieurs grands noms du luxe accessible, comme The Kooples, Maje ou Zadig & Voltaire, y ont resserré leur maillage, tandis que la « fast-fashion » y a multiplié les projets (Uniqlo en 2014 rue des Francs-Bourgeois après COS rue des Rosiers, et avant Weekday et & Other Stories rue Vieille du Temple). Nouveaux entrants (Scalpers, Hipanema, Supreme), boutiques de marques (K-Way, Rains, Petit Bateau) et « pop-up stores » (Kenzo, Chanel) y ont également proliféré, **illustrant l'importance stratégique d'une installation dans le Marais comme puissant vecteur de communication**. Mais cette évolution ne se limite pas, loin s'en faut, au secteur de la mode. Ainsi, le Marais est également devenu une destination incontournable pour les aficionados de cosmétiques haut de gamme et de concepts pointus de restauration.

Les prochaines années accentueront la variété des types d'enseignes présentes dans le quartier et son positionnement résolument tendance. Des

chiffres communiqués par le BHV confirment en outre l'internationalisation galopante de la clientèle du Marais. Si les étrangers ne représentaient que 6 % de son chiffre d'affaires en 2013, leur part est désormais de 18 % et pourrait atteindre 35 % en 2020 ; de quoi alimenter et pérenniser la forte demande des enseignes pour ce territoire situé au cœur de la capitale et profitant d'un patrimoine architectural exceptionnel.

Quelques artères devraient rester privilégiées, au premier rang desquelles la rue des Francs-Bourgeois et la rue Vieille du Temple.

La multiplication des ouvertures recensées ces deux dernières années (Chanel Beauté au n° 40, Petit Bateau au n° 6, Lancel au n° 43, Frederic Malle au n° 13 en lieu et place de MAC, transféré au n° 21, Nespresso au n° 29, etc.) suffit à témoigner de l'appétit des enseignes pour la rue des Francs-Bourgeois ; **un attrait que devrait conforter la réhabilitation de l'Hôtel de Coulanges** au n° 35-37, ensemble du 17^e siècle destiné, dans le cadre du concours « Réinventer Paris », à devenir d'ici 2019 un lieu consacré à la mode et au design, offrant espaces de coworking et concept-stores de créateurs.

Rue Vieille du Temple, la liste des ouvertures récentes ou à venir est tout aussi longue (Labonal au n° 11, Maxime Simoens au n° 13, Weekday au n° 121 et & Other Stories au n° 76/76 bis, Grom au n° 16, Bobbies au n° 79, Hipanema au n° 99, etc.). **Mais l'actualité récente a surtout été dominée par la cession de l'Hôtel Amelot de Bisseuil**



Rue des Rosiers, Paris 4^e

au n° 47. Abrutant depuis quelques mois un pop-up Chanel dont on dit qu'il pourrait devenir permanent, ce joyau patrimonial devrait par ailleurs héberger d'ici 2018 une résidence hôtelière de luxe avec spa et restaurant.

Quant à la rue des Archives, le luxe y a fait une entrée très remarquée en 2014-2015 (Givenchy, Moncler, Fendi, Gucci et Valentino), qui n'a toutefois pas été suivie de nouvelles ouvertures emblématiques. Les derniers mouvements ont ainsi concerné des marques moins exclusives, et se sont le plus souvent limitées au bas de la rue, à proximité plus ou moins immédiate du BHV (John Galliano). **La poursuite de cette montée en gamme mesurée et géographiquement limitée est prévisible.** Elle bénéficiera notamment de l'ouverture d'un nouvel hôtel de luxe à l'angle de la rue de la Verrerie, faisant suite à l'acquisition par Xavier Niel et les frères Pariente de la Villa Mazarin, et de la popularité croissante du Marais auprès d'une clientèle internationale jeune, plus variée et sophistiquée. Le dynamisme de la rue des Archives pourrait par ailleurs se propager plus au nord – mais sur un positionnement moins haut de gamme – du fait notamment de la livraison de l'opération de bureaux « Cœur Marais » et de l'ouverture par WeWork d'un espace de coworking de 7 000 m².

La géographie commerciale du Marais ne sera pas chamboulée mais pourrait toutefois évoluer. Ainsi, **la rue Sainte-Croix de la Bretonnerie devrait monter dans la hiérarchie des grandes artères commerçantes du quartier.** Moins prisée, jusqu'au début des années 2010, en raison de la concentration de la demande des enseignes sur un nombre limité d'artères (Francs-Bourgeois, Vieille du Temple, Rosiers), cette rue a progressivement suscité un plus grand intérêt des enseignes. Plusieurs ouvertures y ont notamment été recensées entre 2012 et 2015, comme Diesel et Levis au n° 21 ou Casio au n° 5. Mais c'est l'installation en 2015 par Nature & Découvertes d'un flagship de 500 m² au n° 20 bis qui a véritablement marqué les esprits et révélé tout le potentiel de la rue.

Offrant quelques opportunités plus rares sur d'autres axes, et tirant profit du dynamisme plus général du Marais, la rue Sainte-Croix de la Bretonnerie doit désormais bénéficier de la concrétisation de deux des projets les plus attendus du quartier : projet culturel d'une part avec l'inauguration en 2018 de la Fondation des Galeries Lafayette (Lafayette Anticipations) dans un bâtiment industriel situé rue du Plâtre et réhabilité par le célèbre architecte Rem Koolhaas, projet commercial d'autre part avec l'ouverture début 2019 de la première grande surface alimentaire en France de l'enseigne Eataly sur 2 400 m² de surface de vente ; preuve, s'il en était encore besoin, que **la rue Sainte-Croix de la Bretonnerie fait désormais pleinement partie du parcours shopping du Marais. Sa montée en puissance devrait même à terme en faire une épine dorsale du quartier.**

Ainsi, reliant les axes historiques du Marais (rue Vieille du Temple, rue des Rosiers) à la rue des Archives, la rue Sainte-Croix de la Bretonnerie assure aussi le lien avec un autre secteur, celui de Beaubourg/Les Halles, en plein essor depuis la rénovation du Forum et de ses alentours.

Le potentiel du Haut-Marais est moins évident. Présenté depuis des années comme le territoire naturel d'expansion d'enseignes déjà présentes dans le Marais, ou de marques désirent bénéficier de son image sans payer le prix fort, les ouvertures significatives y ont pour l'instant été limitées, cette partie du quartier accueillant pour l'essentiel quelques concept-stores, pop-up et concepts assez pointus d'enseignes de mode. Certains événements plus ou moins récents, comme le réaménagement de la place de la République, le nouveau Carreau du Temple ou le projet ambitieux de réactivation de la « Jeune Rue » (« Vertbois ») depuis son récent rachat par Rockspring, sont toutefois susceptibles d'accroître l'intérêt des enseignes pour ce secteur.

EN BREF

Valeur locative prime au 4T 2017
2 000 – 4 500 €/m²/an (Zone A)

Exemples d'ouvertures à venir
Eataly, & Other Stories

Opérations de restructuration
Hôtel de Coulanges, Hôtel Amelot de Bisseuil

Autres : Lafayette Anticipations, Hôtel Evok,
projet Vertbois (ex « Jeune Rue »)

Potentiel de transformation (de 1 à 10)

6

L'INTERVIEW : CITYNOVE

Acteur majeur du renouveau du Marais



Étienne Tabareau
Citynove
Directeur Général Adjoint



Romain Labbé
Citynove
Directeur Identité architecturale

Knight Frank : Le BHV Marais ouvre chaque dimanche depuis maintenant plus d'un an. Quel a été l'impact de cette ouverture dominicale sur les résultats du grand magasin ?

Citynove : L'impact a été très positif en termes de chiffre d'affaires et d'image. Cette ouverture suit logiquement l'évolution du quartier dont certaines zones (notamment les secteurs Francs Bourgeois et rue des Rosiers) sont ouvertes le dimanche depuis longtemps. Les clients du BHV Marais ont donc très vite pris l'habitude de venir aussi le dimanche, qui est rapidement devenu **la deuxième journée la plus importante de la semaine, après le samedi.**

Knight Frank : Quels sont les projets menés par Citynove dans le quartier du Marais ?

Citynove : Citynove, foncière du Groupe Galeries Lafayette, gère un patrimoine représentant environ 800 000 m² en France, dont 70 000 m² dans le seul quartier du Marais.

Acteur majeur du Marais, **Citynove y a initié depuis plus de 6 ans un projet de renouvellement urbain**, destiné à tisser un lien entre le magasin historique du BHV Marais, rue de Rivoli, et la future Fondation Galeries Lafayette, rue du Plâtre. Ce projet a débuté par la relance de l'animation de la cour intérieure du BHV Homme sous le nom de « La Cour Bleue » où nous avons installé des kiosques alimentaires et le premier photomaton 3D en France afin de créer un lieu de vie et de rencontre pour les habitants du quartier et les visiteurs du Marais. « La Cour Bleue », qui est en train de se transformer en « Cour Rose », s'ouvre sur la rue du Temple par une œuvre d'art « La Forêt Bleue » de Ulla von Brandenburg que nous avons installée en 2012. Nous avons ensuite fait rénover par l'architecte anglais Jamie Fobert, cinq boutiques de la rue des Archives, qui accueillent aujourd'hui autant de marques prestigieuses : Givenchy, Moncler, Fendi, Gucci et Valentino. Ces boutiques ont été dotées de vitrines élégantes qui respectent le rythme des façades et la trame des bâtiments historiques.

Cet ensemble préfigure une opération de réappropriation de cours situées entre la rue de la Verrerie et la rue Sainte-Croix de la Bretonnerie, qui seront progressivement réaménagées et ouvertes au public. Ces cours déboucheront sur un bâtiment de 4 000 m² en cours de construction par l'agence DATA Architectes, qui abritera Eataly Marais sur 2 400 m² de surface de vente. Eataly, enseigne de renommée internationale et spécialiste de la gastronomie italienne, ouvrira dans cet immeuble qui était un ancien atelier de la chocolaterie Menier, son premier magasin en France. Cet ensemble constituera un véritable lieu de vie, associant restaurants et épicerie fine autour des produits frais italiens.

Ces nouveaux cheminements aboutiront à travers un accès par la rue Sainte-Croix de la Bretonnerie dans la Fondation Galeries Lafayette. Créée en 2013, la Fondation d'entreprise Galeries Lafayette, Lafayette Anticipations, occupera un bâtiment du XIX^e siècle situé au 9 rue du Plâtre. Pour la réhabilitation de ce bâtiment industriel, nous avons, avec Lafayette Anticipations, sollicité l'agence OMA, dirigée par l'architecte de renommée internationale Rem Koolhaas, qui implante une structure métallique de 18 mètres de haut dans la cour du bâtiment existant. Munie de planchers motorisés et modulables, cette structure offrira différentes combinaisons pour les besoins des activités de Lafayette Anticipations. L'inauguration de Lafayette Anticipations au printemps 2018 et l'ouverture au public d'Eataly au début de l'année 2019 constitueront les dernières étapes de ce projet, **en attendant la mise en œuvre de nos prochaines idées dans le Marais...**

Knight Frank : Quel est aujourd'hui pour vous la spécificité du Marais par rapport à d'autres secteurs prime parisiens ? Dans quelle mesure est-il possible de la préserver ?

Citynove : La richesse et l'attractivité du quartier du Marais résident justement dans sa diversité et les parcours non linéaires qu'offre ce lieu de promenade et de découverte. Il est encore possible de trouver, au hasard de ses déambulations, des boutiques, des commerces alimentaires, des restaurants, des galeries d'art ou même des artisans. **C'est justement un cheminement piéton singulier que nous construisons au travers de nos opérations dans des immeubles historiques.** C'est le cas de la rue Sainte-Croix de la Bretonnerie, qui constitue une des voies pénétrantes majeures ouest-est dans le Marais avec la rue Rambuteau, et dont la commercialité

va fortement évoluer avec l'arrivée d'Eataly Marais dans l'immeuble que nous construisons au numéro 37, et la deuxième entrée de l'immeuble de Lafayette Anticipations en face au numéro 44. Les rues adjacentes et notamment la rue du Temple devraient aussi en profiter. C'est le cas également de la rue des Archives, puisque l'opération « Cœur Marais », dans laquelle WeWork s'installe et qui a d'ailleurs été développée dans l'ancien siège de Cofinoga (ex Groupe Galeries Lafayette), a également permis la réouverture au public de la ruelle Sourdis qui joint la rue Charlot à la rue Pastourelle.



Futur Eataly Marais, rue Sainte-Croix de la Bretonnerie, Paris 4^e



RIVOLI

Le temps des grandes manœuvres

Souffrant depuis plusieurs années d'un ralentissement de son activité, **la Samaritaine ferma ses portes en 2005, ouvrant une longue période d'incertitude qui allait profondément marquer la rue de Rivoli.** De fait, l'ampleur et la durée des travaux de réhabilitation de la Samaritaine, en plus de l'opération de rénovation du Forum des Halles, ont logiquement pesé sur les commerces du secteur. Modifiant les flux et profils de consommateurs, la fermeture du grand magasin a accentué les difficultés des indépendants et accéléré la rotation des enseignes. Après quelques départs spectaculaires (Go Sport, dès 2006), plusieurs grandes et moyennes surfaces avaient pourtant été louées à la fin des années 2000... avant d'être assez promptement remises sur le marché, entretenant l'idée d'une perte d'attractivité de la rue de Rivoli. Mais si plusieurs grandes enseignes y ont fermé (Adidas, Etam), certaines l'ont fait dans le cadre de plans d'arbitrage sans lien avec les qualités de l'artère, comme Jack Wolfskin, Desigual, encore Esprit qui, en quelques années, a cédé plusieurs de ses autres flagships parisiens (Champs-Élysées, Rue de Passy, Place des Victoires, Rue des Rennes, etc.). D'ailleurs, plusieurs de ces locaux ont été assez rapidement reloués, à l'exemple du magasin de 1 300 m² ouvert par Mango en 2013 en lieu et place d'Esprit au 146 rue de Rivoli.

Avec la fin de la rénovation du Forum des Halles et alors qu'approche la réouverture de la Samaritaine, le retour en grâce de la rue de Rivoli semble désormais s'accélérer ; une évolution somme toute logique compte-tenu des multiples atouts dont dispose cette artère très centrale, placée au cœur du réseau de transports de l'agglomération et proche de plusieurs sites touristiques exceptionnels (Musée du Louvre, Centre Pompidou, Cathédrale Notre-Dame). Près du BHV, l'artère est déjà dynamique, bénéficiant de la présence du grand magasin, plus haut de gamme et qui peut désormais ouvrir chaque dimanche.

C'est d'ailleurs là que sont pratiquées les valeurs locatives les plus élevées. Mais la rue de Rivoli connaît également un regain de vigueur près de la Samaritaine. **Depuis quelques mois les transactions s'y multiplient**, avec l'ouverture par Rituals en 2016 d'une nouvelle boutique au n° 57, et surtout l'expansion des géants internationaux de la « fast-fashion ». Ancrés dans le secteur depuis les années 1980 (C&A), ceux-ci avaient renforcé leur présence au fil du temps avec les flagships H&M (1998), Zara (2003), Esprit (2007) et Forever 21 (2013). Ces derniers mois, ils ont continué de tisser leur toile, le groupe Inditex installant Bershka et Pull & Bear en lieu et place de Celio et Jennyfer au n° 65. Leurs prochaines ouvertures donneront également à la rue une image plus tendance, avec un flagship Monki (H&M) de 600 m² sur l'ex magasin Bershka du n° 128, et le premier magasin en France d'Urban Outfitters, à la place de Desigual, au n° 146.

Néanmoins, **les opérations à venir les plus significatives porteront pour l'essentiel sur des projets plus haut de gamme**. En 2019, la nouvelle Samaritaine abritera ainsi un grand magasin du leader du « travel retail » de luxe DFS, le deuxième d'Europe après celui ouvert à Venise en 2016, ainsi qu'un palace Cheval Blanc de 72 chambres. Du fait de la nature assez spécifique du concept DFS, dédié aux achats détaxés des touristes étrangers, ce projet pourrait rester « déconnecté » du reste de la rue de Rivoli, qui conserverait un positionnement plus mass-market lié à l'expansion de la fast-fashion et à la montée en puissance du nouveau Forum des Halles. Plusieurs éléments viennent toutefois infirmer – ou du moins relativiser – cette hypothèse. Ainsi, Chanel Beauté y installera bientôt une boutique. Si l'empreinte du luxe ne devrait pas se limiter à la Samaritaine, c'est aussi parce que **d'autres projets d'envergure sont en train de se concrétiser non loin du grand magasin**. Le premier concerne la restructuration de la Poste du Louvre qui, d'ici 2019, comprendra des commerces haut de gamme ainsi qu'un hôtel 5 étoiles sous la bannière Elegancia Hotels. A mi-distance entre la Poste du Louvre et la rue de Rivoli se trouve par ailleurs la Bourse du Commerce, choisie par François Pinault, autre grande figure du luxe, pour y loger dès 2019 les œuvres de sa collection d'art contemporain. Enfin, la dynamique se prolongera après 2020 du côté du Louvre, avec la reconversion par SFL du Louvre des Antiquaires.

Le renforcement du positionnement mass-market du secteur Rivoli/Forum des Halles (ouverture de flagships de grandes enseignes de mode, rénovation-extension du centre commercial) et sa montée en gamme (réouverture de la Samaritaine, restructuration de la Poste du Louvre et du Louvre des Antiquaires, Fondation Pinault), annoncent **un chambardement du commerce dans le secteur** – élargi – de la rue de Rivoli. Ce renouvellement profond de

l'offre commerciale pourrait dynamiser d'autres quartiers proches, comme le secteur Étienne Marcel/place des Victoires, en quête d'un second souffle depuis plusieurs années, et conforter le succès du Marais. **C'est donc un resserrement inédit des liens unissant ces différentes polarités qui se dessine, et qui pourrait *in fine* aboutir à la constitution d'un ensemble commercial plus dense et plus homogène au cœur de la capitale.**

EN BREF

Valeur locative prime au 4T 2017

2 000 – 4 000 €/m²/an (Zone A)

Exemples d'ouvertures à venir

DFS, Urban Outfitters, Monki, Chanel Beauté

Opérations de restructuration

Samaritaine, Poste du Louvre, Louvre des Antiquaires

Autres : Bourse du Commerce (Fondation Pinault), Hôtel Cheval Blanc Samaritaine, travaux d'aménagement de voirie liés à la réduction de la place de la voiture

Potentiel de transformation (de 1 à 10)

8





AUTRES SECTEURS PRIME

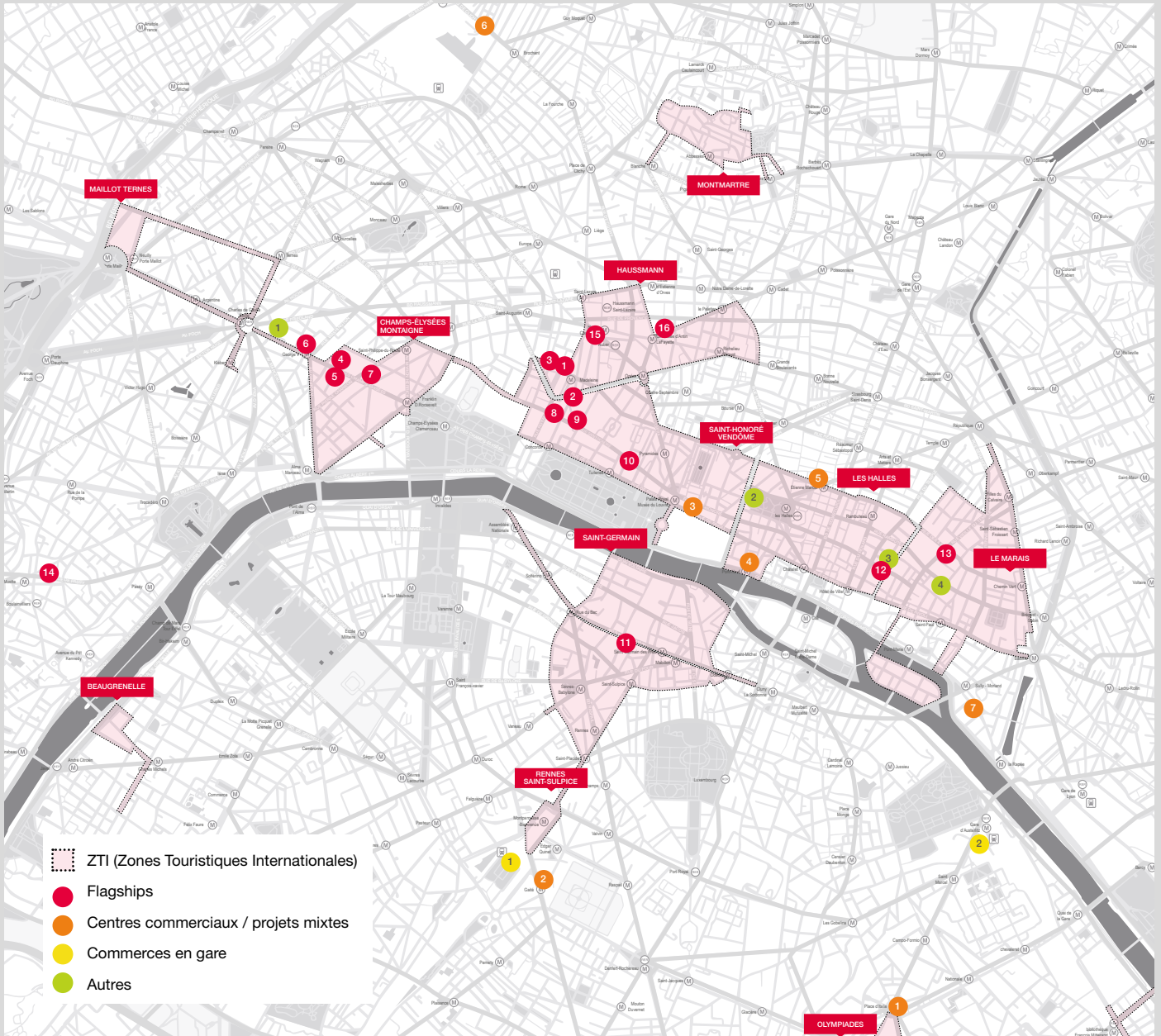
Quelques pistes de réflexion

RUE DE RENNES : les prochaines années devraient conforter le haut de la rue, qui est déjà la portion la plus dynamique. Celle-ci profitera des travaux réalisés gare Montparnasse, même si la demande des grandes enseignes pourrait se focaliser sur les 19 000 m² de commerces développés par Altaréa au sein de la gare. Traditionnellement plus haut de gamme, le bas de la rue de Rennes devra quant à lui composer avec le dynamisme du Bon Marché et un secteur de la rue de Sèvres sans doute revigoré par la réouverture du Lutétia.

LA RUE DE PASSY ne connaîtra pas non plus d'évolution profonde. Mais elle a de beaux jours devant elle, profitant de quelques ouvertures d'enseignes très attractives (Rituals au n° 52, Erborian au n° 54, Uniqlo dans Passy Plaza en 2018), et, surtout, de l'ouverture de la Grande Épicerie en lieu et place de Frank et Fils au n° 80.

Les prochaines années verront quelques ouvertures significatives dans le secteur du **BOULEVARD HAUSSMANN**, au premier rang desquelles le nouveau magasin H&M de plus de 5 000 m² au 1-3 rue Lafayette, en plus du projet mené par Etam sur environ 500 m² rue Halévy. Par ailleurs, le projet semble-t-il confirmé de l'installation d'une institution de l'Union européenne en lieu et place de l'ancien flagship Benetton du n° 51 pourrait avoir des incidences sur la commercialité de ce carrefour, placé au cœur d'un des pôles commerciaux les plus denses d'Europe grâce à la présence historique des grands magasins. Ces derniers ont quant à eux largement concrétisé leur révolution. Plusieurs opérations de rénovation ambitieuses ainsi que l'ouverture d'un concept dédié aux visiteurs chinois en lieu et place de l'ancien Surcouf ont accéléré leur montée en gamme. Désormais ouverts 7 jours sur 7, ils sont en ordre de marche pour séduire la clientèle étrangère.

Exemples de projets à venir entre 2017 et 2021



- | | | | |
|--|---|--|---|
| 1 Leroy-Merlin
Place de la Madeleine | 9 Chanel
Rue Saint-Honoré | 1 Italk
Place d'Italie | 1 Gare Montparnasse |
| 2 Ex C&A
Boulevard de la Madeleine | 10 Saint Laurent
Rue Saint-Honoré | 2 Gaité-Montparnasse
Avenue du Maine | 2 Gare d'Austerlitz |
| 3 Hédiard
Place de la Madeleine | 11 Ex Infinitif
Boulevard Saint-Germain | 3 Louvre des Antiquaires
Place du Palais-Royal | 1 Cinéma MK2
Avenue des Champs-Élysées |
| 4 Kiko
Avenue des Champs-Élysées | 12 Eatly
Rue Sainte-Croix de la Bretonnerie | 4 Samaritaine/DFS
Quai du Louvre | 2 Fondation Pinault
Rue de Viammes |
| 5 Nike
Avenue des Champs-Élysées | 13 & Other Stories
Rue Vieille du Temple | 5 Poste du Louvre
Rue du Louvre | 3 Lafayette Anticipations
Rue du Plâtre |
| 6 Apple
Avenue des Champs-Élysées | 14 Grande Épicerie de Paris
Rue de Passy | 6 ZAC Clichy Batignolles | 4 Hôtel de Coulanges
Rue des Francs Bourgeois |
| 7 Galeries Lafayette
Avenue des Champs-Élysées | 15 Ex Benetton
Boulevard Haussmann | 7 Morland Mixité Capitale
Boulevard Morland | |
| 8 Dior
Rue Saint-Honoré | 16 H&M
Rue Lafayette | | |