

#01 décembre 2015



UNDER THE EYE

UNE ENQUÊTE D'ACTUALITÉ IMMOBILIÈRE

Loi Macron & ZTI

Le Big Bang du commerce parisien
a peut-être commencé le 24 septembre 2015

CONTACTS

Contact Études et Recherche

Cyril Robert

Directeur Études et Recherche

+33 (0)1 43 16 55 96

cyril.robert@fr.knightfrank.com

Contact commerciaux

Laurence Karsenti

Directrice Retail

+33 (0)1 43 16 88 77

laurence.karsenti@fr.knightfrank.com

Nicolas Coquet

Associate Capital Markets / Retail

+33 (0)1 43 16 55 99

nicolas.coquet@fr.knightfrank.com

Loi Macron & ZTI

Le Big Bang du commerce parisien
a peut-être commencé le 24 septembre 2015

3 Enjeux et dispositions
de la loi Macron
pour le commerce parisien

INTERVIEWS PROS

5 **Florent Vallon**
Directeur Asset Management
- APSYS

7 **Pascal Le Goueff**
Directeur Asset Management France
- Eurocommercial

AVIS D'EXPERTS

9 **Laurence Karsenti**
Directrice Retail
- Knight Frank France

11 **Nicolas Coquet**
Associate Capital Markets / Retail
- Knight Frank France

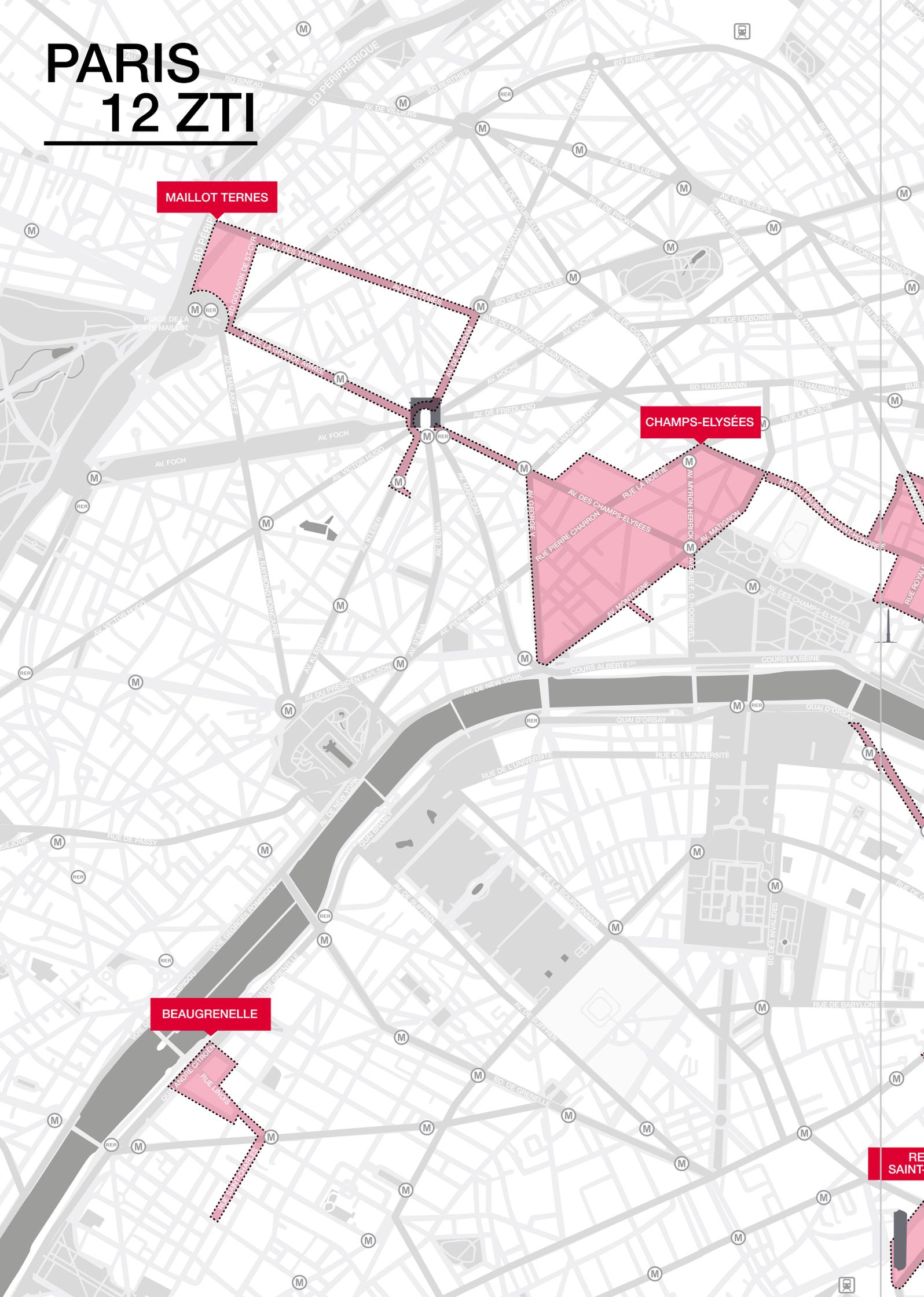
PARIS 12 ZTI

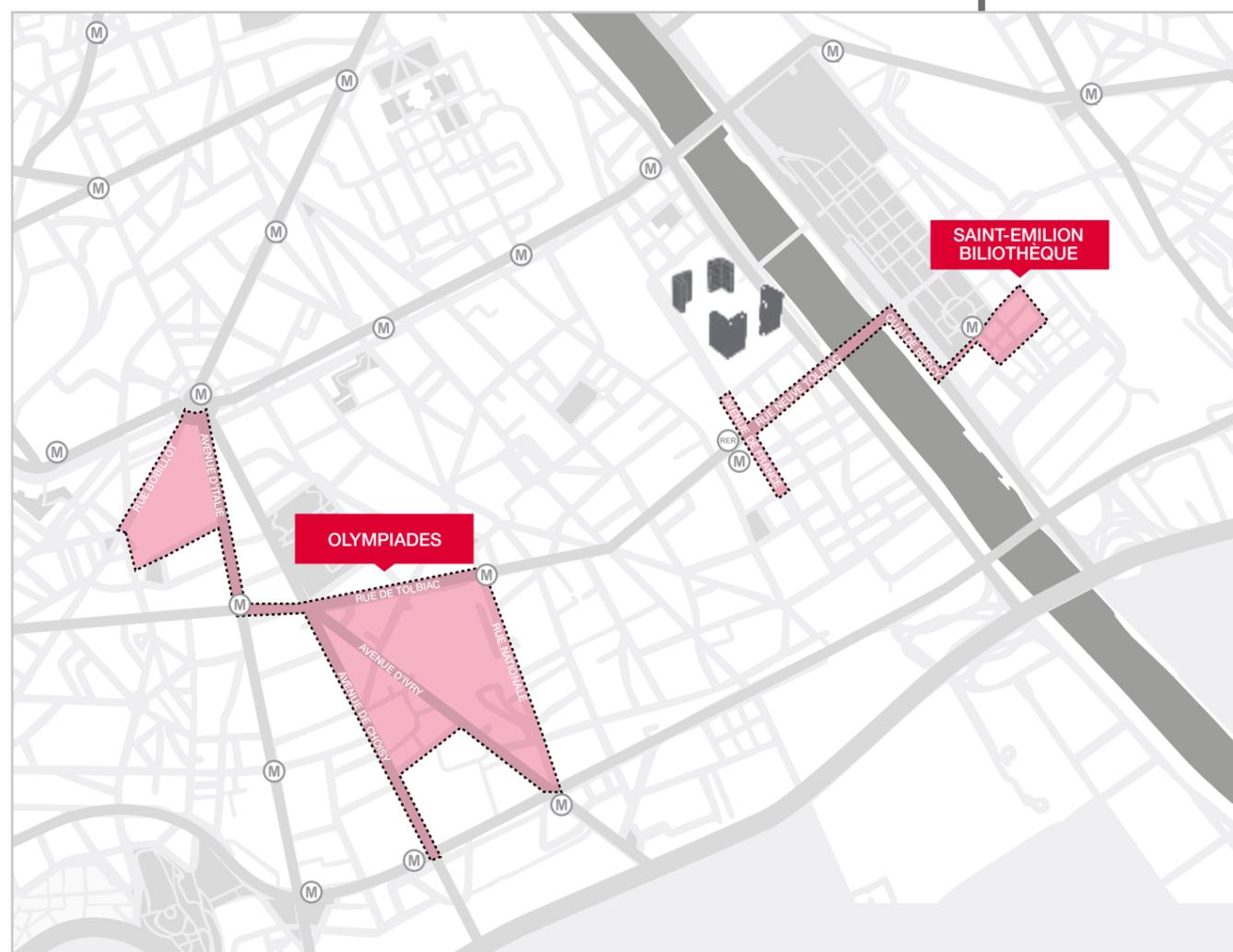
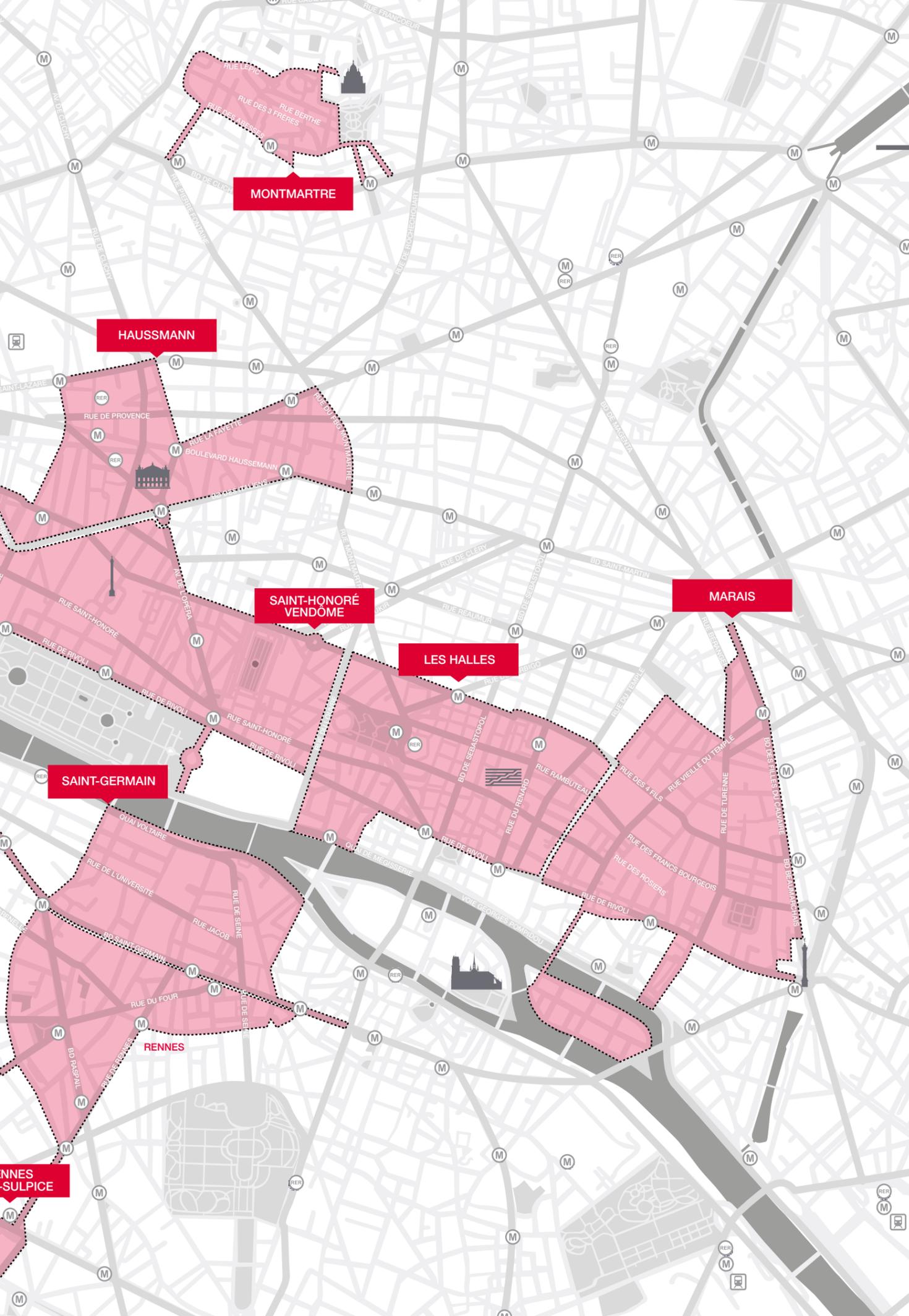
MAILLOT TERNES

CHAMPS-ÉLYSÉES

BEAUGRENELLE

RE SAINT-





Enjeux et dispositions de la loi Macron pour le commerce parisien

Elle a fait du bruit, la loi pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques ! Au point qu'elle ait fini par prendre le nom du ministre qui l'a portée, Emmanuel Macron. Il faut dire qu'elle est iconoclaste... Conçue pour permettre de créer aussi rapidement que possible des emplois, elle est venue modifier des équilibres anciens et remettre en cause des principes qui paraissaient intangibles en France. Dont celui du repos dominical et en soirée dans les commerces.

Qu'est-ce qui va changer pour le commerce ?

Partant du constat simple qu'avec près de 30 millions de visiteurs nationaux et internationaux par an, Paris est la première ou, tout au moins, une des toutes premières destinations touristiques mondiales mais qu'elle n'arrive qu'en neuvième position pour ce qui concerne le panier moyen de dépenses de ses touristes, la loi Macron a adopté le principe des ZTI. Les ZTI ? Cet acronyme désigne les Zones Touristiques Internationales, identifiées comme les quartiers urbains qui, à Paris ou en province, connaissent une affluence exceptionnelle, notamment animée par la clientèle touristique étrangère. Outre cette affluence touristique, ces territoires doivent être pourvoyeurs d'une offre commerciale ou culturelle au rayonnement international, être à ce titre des points de concentration de la consommation touristique et être reliés par des moyens de transports utilisés par ces mêmes touristes.

Dans ces ZTI, la loi Macron prévoit que les commerces aient la possibilité d'ouvrir jusqu'à minuit en semaine ainsi que les dimanches. Cette large libéralisation de la réglementation est accompagnée de conditions, qui reposent sur le principe de la négociation entre les enseignes, leurs salariés et leurs représentants. Les principes du volontariat et de compensations financières au bénéfice des salariés sont ainsi posés dans la loi.

Bien sûr, la loi Macron ne se résume pas aux ZTI. Sur l'ensemble du territoire français, et sous condition de l'accord du maire de la ville, elle étend ainsi l'ouverture des commerces à 9 dimanches par an dès 2015 (contre 5 jusqu'ici), puis à 12 à partir de 2016. Enfin, elle prévoit la possibilité de créer un niveau intermédiaire entre les quartiers lambda et ceux retenus dans les ZTI. Sur ces secteurs, les nouvelles dispositions réglementaires sur le travail du dimanche s'appliqueront, mais pas celles sur l'ouverture tardive. Et là aussi, le principe des compensations est retenu.

Douze Zones Touristiques Internationales définies à Paris

Le 24 septembre 2015, le décret d'application de la loi Macron portant définition des ZTI parisiennes est paru. C'est une conception large qui a prévalu puisque 12 ZTI ont été définies, couvrant la quasi-totalité des grands axes commerçants et des centres commerciaux de la capitale française.

La loi Macron et sa mise en œuvre se signalent donc par une volonté d'assouplissement et de clarté par rapport à la réglementation antérieure, devenue tellement illisible que la chronique commerciale était régulièrement animée par des procès et des contestations. Elle est à ce titre une loi « pro-business ». Mais elle ne s'y résume pas. Certains commerces et certains quartiers ou rues avaient en effet déjà la possibilité d'ouvrir le dimanche, les compensations étant alors prévues sans être rendues obligatoires.

A l'heure où les dispositions de la loi Macron commencent à entrer en vigueur, Knight Frank vous propose un tour détaillé des territoires retenus en ZTI. Quels y sont les espoirs et les attentes, tant pour les enseignes que pour les propriétaires d'actifs immobiliers ? Quelles sont les possibles implications de cette loi sur les marchés immobiliers ?

Alors, simple évolution ou vrai Big Bang ?



3

INTERVIEW

Florent Vallon

**Directeur Asset Manager
- APSYS**

• *Les décrets d'application de la loi Macron relatifs à l'ouverture des commerces ont été pris en octobre 2015. En voyez-vous les premiers effets ? Les visiteurs et, surtout, les chiffres d'affaires sont-ils déjà au rendez-vous ?*

Concernant Beaugrenelle, nous avons pris le parti d'une mise en œuvre très rapide de cette faculté d'ouverture dominicale et avons ainsi été les précurseurs en la matière, ce qui nous a permis de prendre un temps d'avance sur la concurrence, de bénéficier de retombées médias exceptionnelles. Nous connaissons d'excellents niveaux de fréquentation avec des affluences comparables à celles d'un samedi (soit environ 50 000 entrées). Il en est de même pour les chiffres d'affaires réalisés par nos commerçants.

• *Ne craignez-vous pas que cette loi n'entraîne avant tout un étalement de l'activité commerciale plutôt que du chiffre d'affaires supplémentaire ? Quand pensez-vous que l'on pourra pleinement mesurer les effets de cette loi sur le commerce parisien ?*

Le classement en Zone Touristique Internationale de Beaugrenelle permet de capter davantage la clientèle internationale de passage quelques jours à Paris et qui était souvent frustrée de trouver porte close des commerces dans Paris le dimanche alors que le shopping dominical est répandu dans les autres capitales européennes. Il s'agit donc là d'un chiffre d'affaires non reportable et d'un potentiel considérable quand on sait que, sur l'exercice 2014, 20% du CA global de Beaugrenelle a été réalisé par cette clientèle alors qu'en

nombre de visiteurs, elle représente 7% de l'affluence. A titre d'illustration, la dépense du client hors UE ayant recours au service centralisé de détaxe de Beaugrenelle représente presque 10 fois celle du client moyen parisien. Probablement faudra-t-il attendre la mise en place du dispositif dans l'ensemble des zones concernées soit courant 2016 pour évaluer les effets sur le commerce parisien.

• *Comment les enseignes, qui sont vos clientes, s'approprient-elles cette nouvelle organisation du commerce et de l'espace parisien ? Y aura-t-il de grands gagnants et donc, aussi, des perdants ?*

Les enseignes ont très bien accueilli ce relais de croissance, qui sur un Beaugrenelle, permettra de gagner

quelques années de montée en puissance. Elles ont donc largement joué le jeu en termes de rapidité de mise en œuvre, même si cela signifiait à leur niveau des accords sociaux à obtenir et une organisation à revoir de leurs équipes en un temps record (moins d'un mois entre le décret et le premier dimanche d'ouverture). Dans la mesure où la carte des 12 zones parisiennes recense toutes les zones de shopping identifiées des touristes, il ne devrait pas y avoir de laissées pour compte et chacune devrait en tirer un bénéfice.

A Beaugrenelle toutes les enseignes et secteurs d'activité bénéficient de l'apport de l'ouverture dominicale du fait d'un mix d'activités, mode, maison, department store, mais aussi cinémas et restauration qui fait la force du site.

• *Ces dispositions législatives sont-elles susceptibles d'avoir des répercussions en matière de valorisation des actifs commerciaux ?*

L'ouverture du dimanche et potentiellement du soir offre des perspectives d'augmentation de la fréquentation et des chiffres d'affaires des sites concernés, donc mécaniquement des valeurs locatives et par voie de conséquence de la valeur de ces actifs.

• *L'appétit des investisseurs pour ces actifs commerciaux va-t-il en être aiguisé et, plus généralement, l'attractivité de Paris à l'échelle internationale est-elle susceptible d'y gagner ?*

Les actifs bénéficiant de ce dispositif, dans un contexte national de consommation toujours compliqué, attiseront forcément davantage les convoitises. La localisation dans Paris était déjà un facteur rassurant pour un investisseur du fait du maintien de l'activité et du pouvoir d'achat, mais aussi de par l'image exceptionnelle de Paris à l'étranger. Ce type de dispositif ne peut que renforcer l'attractivité de Paris au niveau touristique et donc de la consommation ainsi qu'au niveau du marché de l'investissement.



« Nous connaissons d'excellents niveaux de fréquentation avec des affluences comparables à celles d'un samedi »



« L'ouverture dominicale est un signal fort auprès des investisseurs internationaux »

INTERVIEW

7

Pascal Le Goueff

Directeur Asset Management France
- Eurocommercial



• *Vous êtes positionné sur le marché français au travers d'actifs commerciaux Prime, notamment à Paris et ses grandes artères. Autant d'emplacements directement concernés par les nouvelles règles d'ouverture du commerce, le dimanche et en soirée. Pouvez-vous en mesurer les premiers effets en termes de visiteurs et de chiffre d'affaires ou est-ce encore trop tôt ?*

Non il est encore trop tôt. Nous prévoyons une ouverture dominicale pour le Passage du Havre à partir de 2^{ème} trimestre 2016, le temps que les enseignes s'organisent et mettent en place leurs équipes.

• *Qu'espérez-vous comme résultats à plus long terme ? Pensez-vous que la compétition des enseignes pour les emplacements concernés va en être accrue ?*

Nous espérons une hausse de chiffre d'affaires d'environ 10 % globalement et par conséquent une meilleure rentabilité pour les emplacements

concernés.

Il y aura certainement un intérêt accru de la part des enseignes organisées pour l'ouverture du dimanche et ayant pour cible les touristes en général.

• *Ces dispositions sont, a priori, une excellente nouvelle pour la valorisation de vos actifs. Les aviez-vous anticipées lors des acquisitions et lors de votre choix de vous positionner à Paris ?*

C'est en effet une bonne nouvelle pour la valorisation de nos actifs mais également pour les enseignes et les clients !

Nous n'avions pas anticipé l'ouverture du dimanche lorsque nous avons acheté nos actifs parisiens. Par contre nous avons bien identifié la montée en puissance du tourisme à Paris et son effet sur le commerce.

• *La loi Macron est-elle susceptible d'accroître l'importance de Paris dans votre stratégie et son attractivité auprès des investisseurs internationaux ?*

Nos décisions d'investissement sont basées sur la qualité de la zone de chalandise, l'évolution démographique, les densités commerciales et les taux d'efforts des enseignes.

Paris et particulièrement les zones classées aujourd'hui ZTI remplissaient avant la loi Macron ces critères de sélection, mais il faut reconnaître qu'au-delà des chiffres, l'ouverture dominicale est un signal fort auprès des investisseurs internationaux.

Cette loi vient renforcer le caractère de destination shopping de Paris et par conséquent son attractivité auprès des touristes et également auprès des investisseurs.

AVIS D'EXPERT



Laurence Karsenti

*Directrice Retail
- Knight Frank France*

La possibilité pour un commerce d'ouvrir le dimanche et en soirée permet de nourrir de nouvelles ambitions pour le retail parisien. On connaît l'histoire du touriste étranger qui privilégie la semaine pour un court séjour à Paris et qui migre ensuite à Londres pour le week-end afin de profiter des boutiques et d'y faire son shopping. C'était devenu une antienne ! Et c'est vrai, Paris souffre d'un déficit de notoriété en matière de shopping auprès des touristes, notamment des touristes à fort pouvoir d'achat. Il y a un décalage certain entre la renommée de Paris, qui repose pourtant beaucoup sur son image de capitale de la mode, du luxe, de la culture et d'un art de vivre apprécié, et la réalité des dépenses effectuées par les touristes. Progressivement, la loi Macron et les nouvelles dispositions relatives à l'ouverture des commerces pourraient changer la donne et corriger ce hiatus. Cela se matérialiserait par du chiffre d'affaires supplémentaire au travers d'un surplus de dépenses de la part des touristes étrangers et d'un allongement de la durée moyenne de leur séjour.

Pour ce qui est de la clientèle française, la loi aura sans doute moins de répercussions en termes de chiffres d'affaires, au moins aussi longtemps que

dureront les conditions économiques actuelles. Les consommateurs français qui refrènent leur consommation ne le font pas tant par manque d'opportunités ou par manque d'ouverture des commerces qu'en raison de leurs disponibilités financières. En revanche, toutes ces nouvelles dispositions auront probablement des impacts sur les « pratiques » de la ville par les consommateurs, sur l'organisation de leurs habitudes de shopping avec, à la clef, des réorientations de certains flux de dépense. Ces réaffectations bénéficieraient logiquement aux ZTI et se feraient alors au détriment des secteurs hors ZTI. C'est une possibilité qui est à envisager même si le risque est atténué par un point essentiel : le gros des dépenses courantes des consommateurs français ne se font pas dans les boutiques de luxe ou haut de gamme, dont certaines ZTI ont l'apanage.

En la matière, il est intéressant de noter que les 12 ZTI définies par les décrets d'application de la loi Macron pour Paris n'ont pas vraiment les mêmes profils commerciaux. Leur point commun, c'est leur dynamisme mais on y trouve à la fois de grandes artères parisiennes telles que les Champs-Élysées, la rue Saint-Honoré ou la rue du Faubourg Saint-Honoré et des centres commerciaux urbains tels que Beaugrenelle ou Italie 2. En fonction du profil de ces ZTI, les retombées économiques ne seront sans doute pas partout de même ampleur. Le bénéfice le plus évident devrait se concentrer sur les zones correspondant aux circuits

touristiques de la clientèle étrangère la plus aisée.

Il est néanmoins possible d'attendre une augmentation globale du chiffre d'affaires des enseignes de 10 à 15%, une fois la question des accords sociaux résolue. Ce serait une évolution significative et l'impact pourrait engendrer une attractivité nouvelle pour la place parisienne. Des marques encore absentes du sol français seraient ainsi incitées à s'y implanter, notamment à Paris.

Le revers de la médaille est que l'offre disponible en surfaces commerciales dans ces ZTI aura du mal à suivre. Elle n'est pas extensible et c'est donc par les loyers, pourtant déjà élevés dans ces secteurs, que se ferait la régulation. Il est donc possible que ces dispositions encouragent des hausses, tant pour les valeurs de commercialisation des emplacements que pour les loyers des enseignes déjà présentes, les baux contenant souvent une clause d'indexation au chiffre d'affaires.

Enfin, nous l'évoquions précédemment, il faudra veiller aux évolutions des « périphéries » de ZTI. Le risque pour celles-ci est de pâtir d'une situation de concurrence « faussée », pesant négativement sur leur chiffre d'affaires. En effet, pour ces secteurs qui fonctionnent presque exclusivement sur une clientèle locale, la possibilité d'une évolution des habitudes et des circuits de shopping des Parisiens, à qui sera désormais offerte la possibilité de reporter leurs achats en soirée et au dimanche, est une menace. Il va leur falloir jouer finement, en misant sur la différence et la complémentarité de l'offre commerciale et des prix ainsi que sur leur atout principal : la proximité. Une caractéristique qui est, c'est leur chance, dans l'air du temps.

AVIS D'EXPERT



Nicolas Coquet

*Associate Capital Markets / Retail
- Knight Frank France*

Avec l'instauration des ZTI, Paris se dote d'un instrument législatif lui permettant de combler son déficit d'image aux yeux des enseignes et des investisseurs internationaux. En effet, l'ouverture des commerces le dimanche et en soirée permet à Paris, 1^{ère} destination touristique mondiale et 2^{ème} ville européenne en termes d'investissement en immobilier tertiaire, de capitaliser sur ces atouts afin de générer des revenus supplémentaires.

Pour ce qui est des zones sélectionnées, il n'y a pas de grande surprise même si certains choix, notamment pour les centres commerciaux, ont été contestés. On peut aussi noter l'absence du quartier Saint-Michel, pourtant très touristique et attractif commercialement.

Concernant les effets réels et à court terme de cette loi sur l'activité commerciale, il faut distinguer deux catégories de ZTI. Pour les zones ayant d'ores et déjà un fort ancrage touristique, comme peuvent l'être « Champs-Élysées / Montaigne », « Saint-Germain » ou encore « Saint-Honoré / Vendôme », il est quasiment certain que cette loi aura un impact positif sur le chiffre d'affaires des commerces. En effet, en remplaçant





Paris dans le radar du tourisme international, elle devrait permettre d'allonger la durée moyenne de séjour et inciter les touristes, notamment les plus fortunés, à fréquenter Paris le week-end et à y faire leurs achats plutôt qu'à migrer à Londres.

En revanche, pour les zones moins affirmées sur le plan touristique et davantage orientées vers une clientèle nationale - et on peut ici penser aux ZTI organisées autour d'un centre commercial, à l'image de « Beaugrenelle », d'« Olympiades » et de « Cours Saint-Émilion / Bibliothèque » -, il faudra sans doute attendre un peu afin de voir si leur attractivité touristique s'accroît pour se traduire sur les chiffres de ventes. Le problème qui pourrait se poser ici, c'est que l'activité commerciale s'étale avec l'instauration du travail du dimanche et en soirée mais n'augmente pas au final. Le contexte économique national actuel, qui peine à repartir de l'avant, pousse à cette prudence, même s'il est vrai que les centres commerciaux qui drainent une clientèle locale à hauts revenus seront avantagés par rapport aux autres.

Les répercussions de cette loi sur le marché de l'investissement dépendront de ses effets réels sur les flux de dépenses dans les boutiques. Si ça marche pour les enseignes, ça marchera pour les investisseurs ! Le marché de l'investissement se verra donc impacté de la même façon, tant en terme de timing que de géographie.

Mais il y a toutefois également un changement majeur que pourrait permettre cette loi et celui-ci est avant tout psychologique ou subjectif.

Il concerne les acteurs internationaux du marché de l'investissement, et notamment ceux qui ne sont toujours pas présents à Paris ou en France. Et il s'agit du changement d'image de Paris. Simplement en affirmant une volonté de libéralisation, de souplesse et d'approche favorable au business, la loi Macron pourrait inciter ces investisseurs à s'intéresser à Paris et à s'y positionner. Cela ne manquerait pas d'encourager la demande locative, ainsi qu'une possible augmentation des loyers et de la valeur des actifs, sans pour autant entraîner une nouvelle compression des taux de rendement. Il faut dire que ces derniers sont déjà à un niveau extrêmement bas pour ce qui concerne les actifs retails.

La prudence est souvent bonne conseillère. Alors croire à un big bang, sans doute pas. Mais les effets de la loi Macron seront réels pour le commerce et ils prendront sans doute de l'ampleur avec le temps.

© Knight Frank SNC 2015

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.