

Revitalisation des Centres Villes

Philippe MAITRE présentation au club immobilier de Tours 23 mai 2017

Le constat

- 1 - Evolutions économiques
- 2 - Evolutions réglementaires
- 3 - Evolutions technologiques
- 4 - Evolutions récentes des loyers, des valeurs locatives et du droit au bail

1 - Contexte économique

- Une course à la surface
- Augmentation du taux de défaillance
- Une vacance commerciale inquiétante dans les centres villes

La flambée des surfaces commerciales

Tableau 49 : Évolution du nombre de commerces et de la surface commerciale entre 1992 et 2009

	1992	2009	Évolution
Nombre de points de vente	353 108	331 000	-6,3 %
Nombre de points de vente de moins de 400 m ²	330 822	295 857	-10,5 %
Nombre de points de vente de plus de 400 m ²	22 286	41 452	+86 %
Surface en m ²	48 413 000	76 700 000	+58 %

Source : Insee. Enquête Points de vente.

La baisse du CA au m2

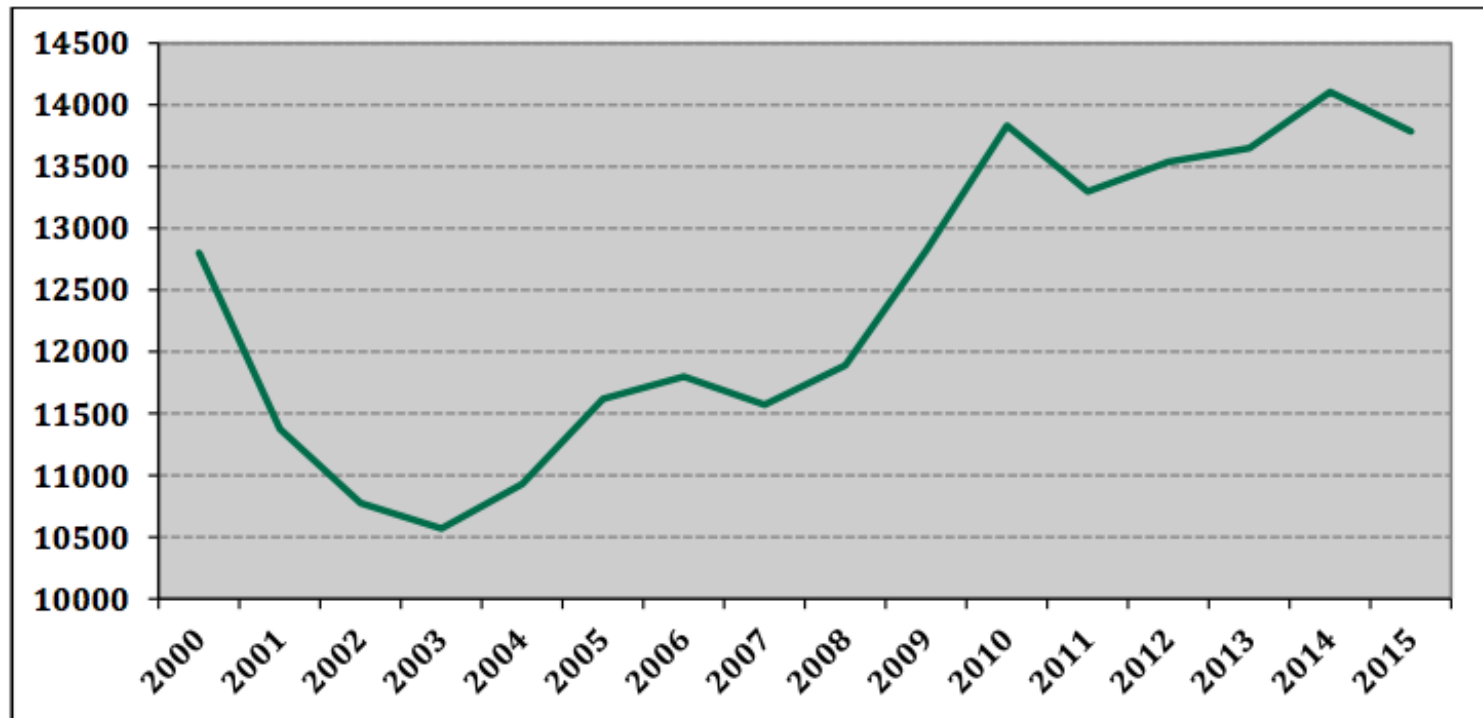
Tableau 51 : Évolution du CA/m2 entre 2004 et 2009

Secteurs commerciaux	Évolution du CA/m2 entre 2004 et 2009
Habillement et chaussures	-5,0 %
Autres équipements de la personne	4,2 %
Culture, loisirs, sport	-5,4 %
Équipement du foyer	-12,0 %
Supérettes	-7,1 %
Supermarchés	-1,4 %
Hypermarchés	-7,5 %

Source : Enquête Points de vente de l'Insee.

Augmentation de la défaillance des locataires

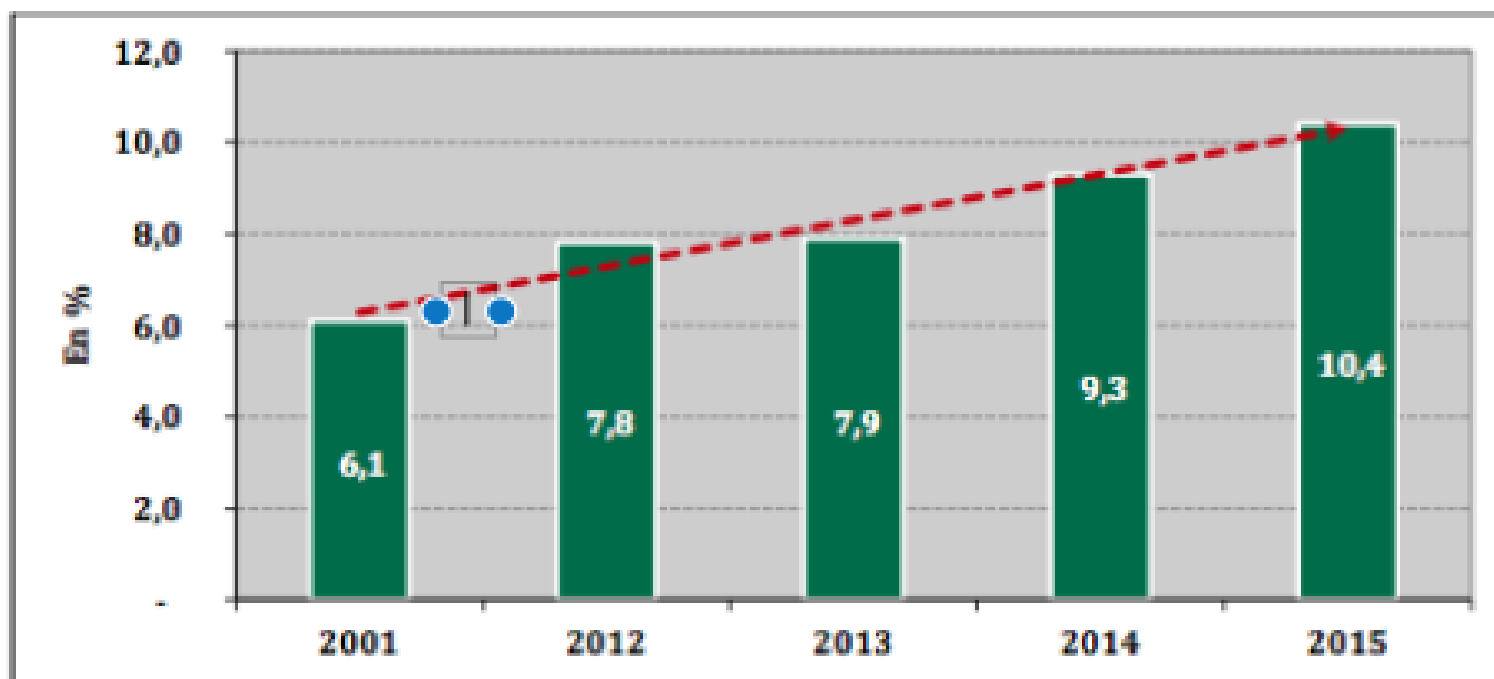
Graphique 7 : Évolution du nombre cumulé sur douze mois de défaillances dans le commerce et réparation d'automobiles



Source : Banque de France, extraction du 17 juin 2016. Mois de référence : janvier. Note de lecture : Le nombre de défaillances indiqué en janvier de l'année N correspond au nombre de défaillances entre janvier de l'année N-1 et janvier de l'année N. On peut donc considérer qu'il s'agit de l'année N-1.

Augmentation des taux de vacance dans les centres-villes

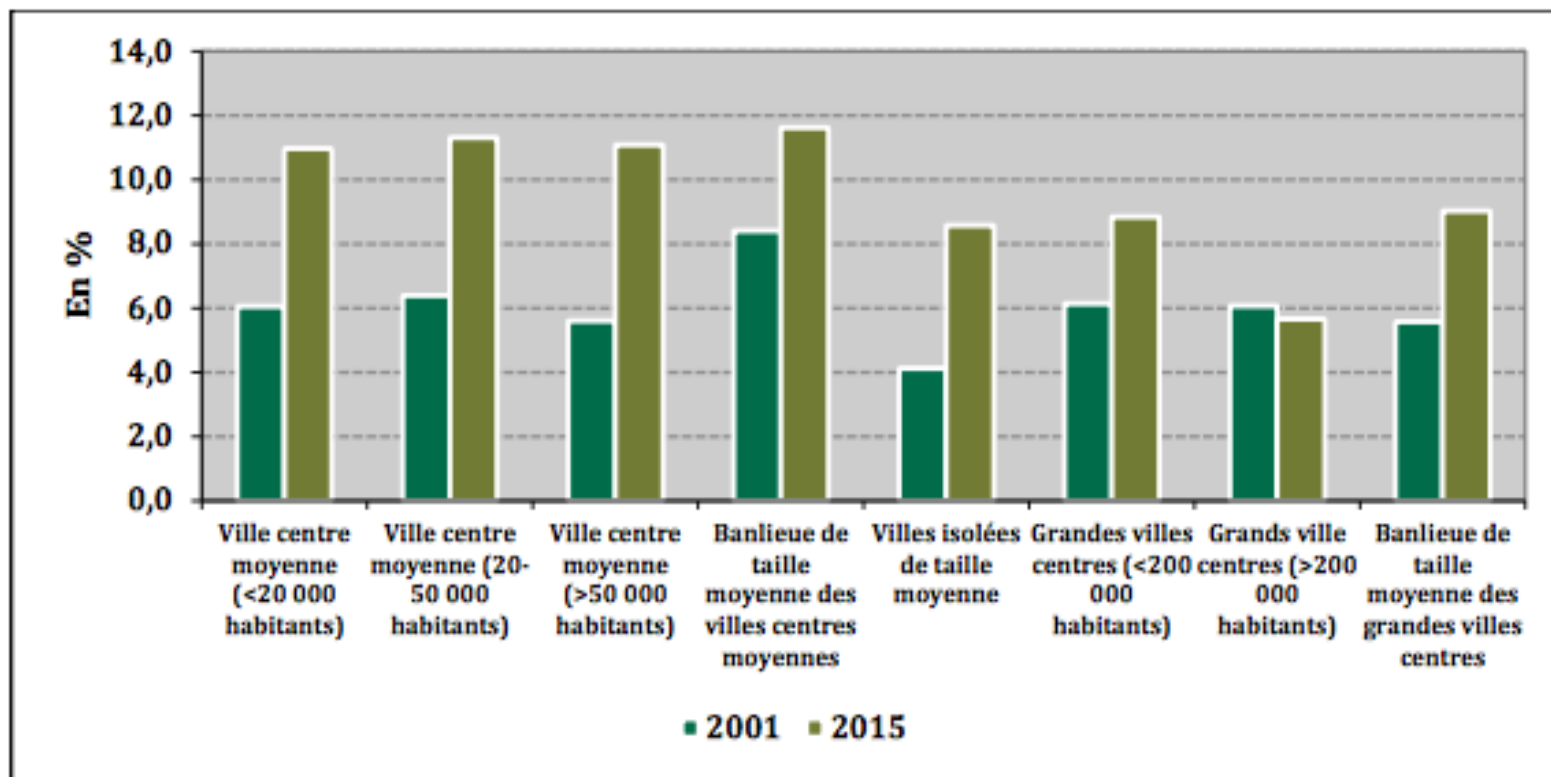
Graphique 1 : Évolution du taux de vacance entre 2001 et 2015



Source : Institut pour la Ville et le commerce. Retraitement mission, panel de 187 centres-villes.

Répartition du taux de vacance

Graphique 13 : Évolution du taux de vacance commerciale (en %) entre 2001 et 2015 selon la typologie des villes moyennes



La vacance commerciale

- En France, la vacance commerciale progresse dans les centres villes depuis 2010, à raison d'un point par an
- Elle atteint en moyenne 11,3 % du parc de cellules commerciales des centres-villes en 2016
- Le phénomène se manifeste de manière hétérogène d'un territoire à l'autre
- Si le phénomène s'aggrave globalement, il apparaît ni inéluctable, ni irréversible

Evolution des typologies de commerce

- Implantation des 'Pure players'
- Développement des surfaces alimentaires sous enseigne dans les centres villes (format 300/400 m²)
- Développement des métiers de bouche (cavistes, pâtisseries, glaciers) et des bars à thème (starbucks, Barberousse, etc.)
- Les commerces de faible durée (bars à sourire, achats d'or, cigarette électronique)
- Les boutiques éphémères

Augmentation des revenus des commerçants en 2015...

- **LE PALMARES DES REVENUS NETS :**

- Sur le podium des professions qui gagnent le plus en 2015, on trouve :
 - - Les pharmaciens d'officine : 144 500 € (2014 : 144 900 €)
 - - Les opticiens : 63 000 € (2014 : 60 400 €)
 - - Les ambulanciers et les taxis ambulances : 61 400 € (2014 : 52 000 €)

 - Et aussi...Les débitants de tabacs – jeux - journaux (46 200 €), les prothésistes dentaires (45 800 €), les cafetiers et débitants de tabacs jeux (44 600 €), les agents immobiliers (39 700 €)...

 - En bas de tableau, les trois professions qui gagnent le moins sont :- Les coiffeurs à domicile : 11 000 € (2014 : 10 800 €)- Les toiletteurs animaliers : 12 500 € (2014 : 12 300 €)- Les exploitants de mercerie :14 300 € (2014 : 13 700 €)

 - Et aussi...Les esthéticiennes (14 800 €), les blanchisseries pressing (15 700 €), les esthéticiennes parfumerie (15 800 €) et les coiffeurs (17 900 €) ...
- * Après déduction des charges sociales de l'entreprise et avant impôt.

Source CGA

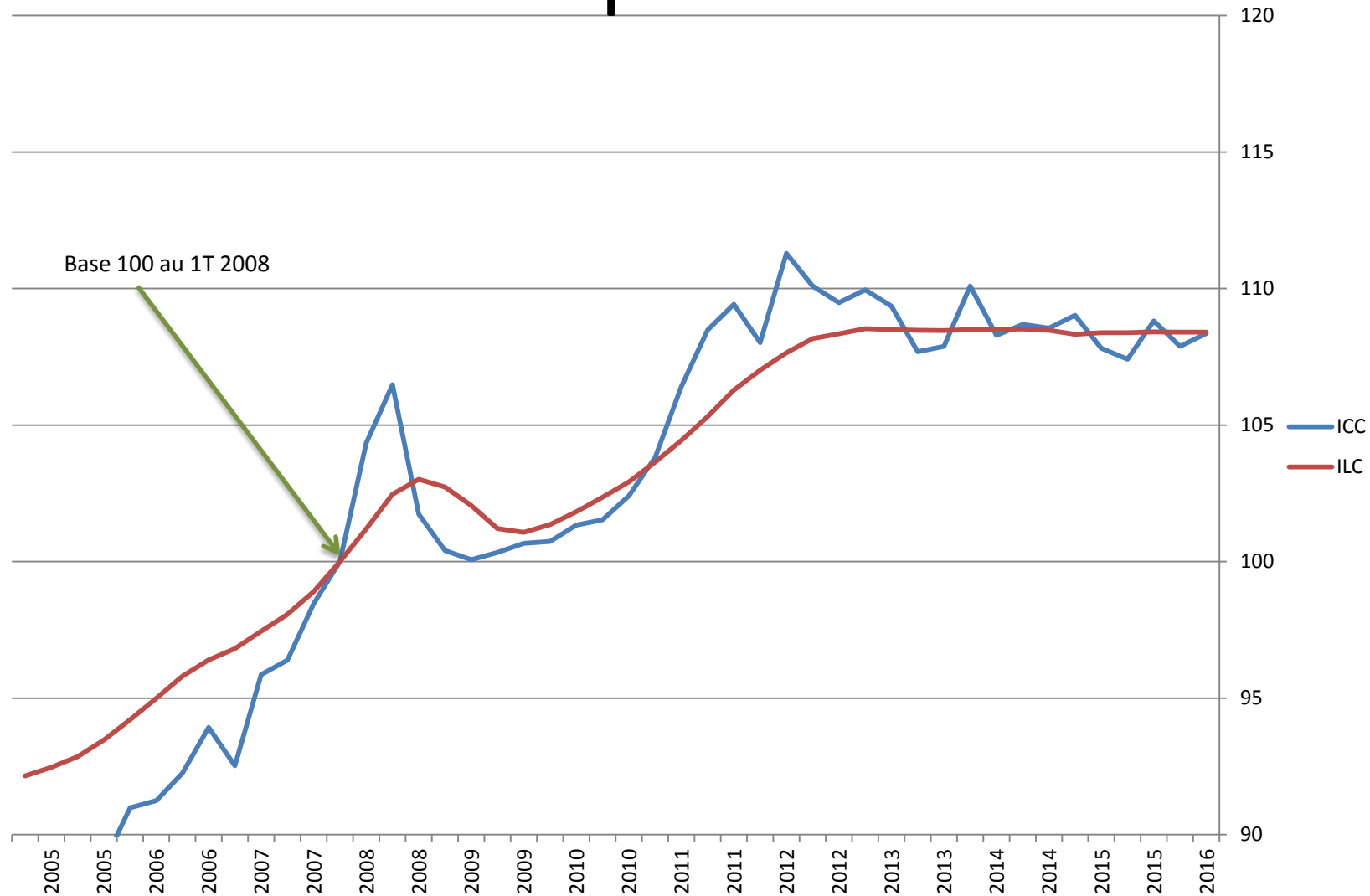
2 - Contexte réglementaire

- Réforme du bail commercial (ILC, lissage du déplaçonnement...)
- Réglementation des ERP (accessibilité)
- Réforme du droit des obligations
- Réforme de la Taxe foncière
- Application des normes IFRS

Loi ACTPE (loi Pinel)

- Règles du plafonnement (révision triennale et renouvellement) et application de l'ILC (L.145-34 & L.145-38)
- Lissage du déplafonnement avec une progressivité de 10% par an (L.145-34, L.145-38 & 39)
- Clause de solidarité limitée à 3 ans (L.145-16-2)
- Interdiction des baux fermes lorsque la durée est de 9 ans
- Liste des charges qui ne peuvent pas être répercutées sur le locataire (L.145-40-2 et R.145-35)
- Droit de préférence du locataire (L.145-46-1)

Evolution comparée des indices



Impact de la future révision des valeurs locatives

Tableau 47 : Impact de la révision des valeurs locatives sur les secteurs commerciaux

Secteurs dont la cotisation augmente	Secteurs dont la cotisation baisse
Commerce de boisson Boulangerie, boulangerie-pâtisserie Commerce de viande et produits avec viande Débits de boissons Commerce de fruits et légumes Commerce de parfumerie et produits de beauté Soins de beauté Coiffure Maroquinerie et article de voyage Commerce de chaussures Habillement Blanchisserie-teinturerie Restauration Commerce d'articles d'horlogeries et bijouteries	Commerce d'alimentation générale Supérettes Supermarchés Commerce de livres Commerce de textiles Hôtel et hébergement Commerce de fleurs, plantes Commerce de meubles

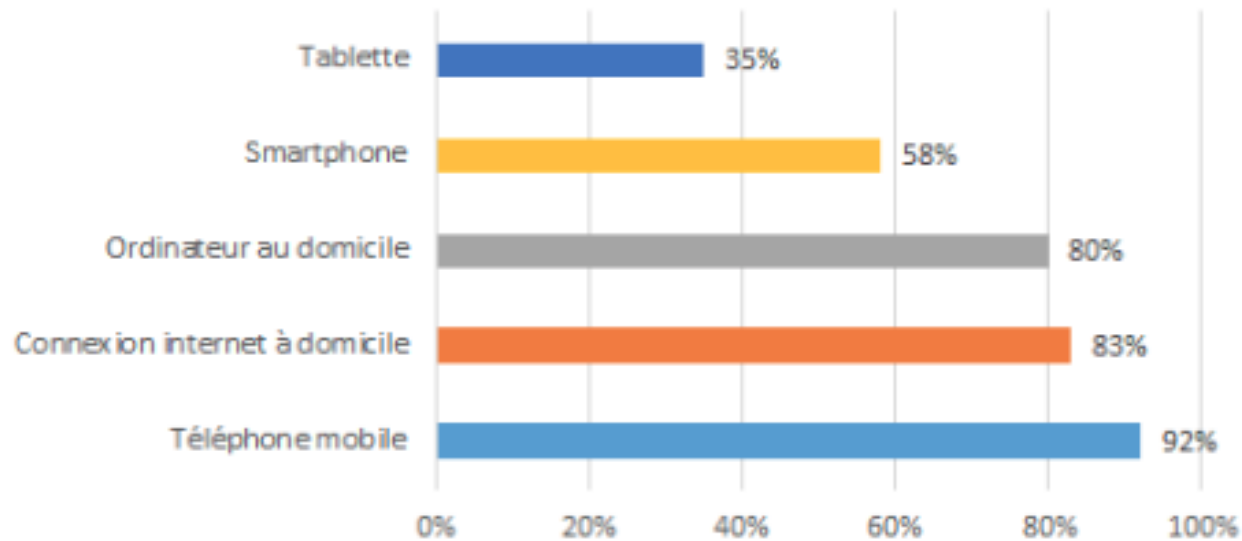
Source : DGFIP, Révision des valeurs locatives des locaux professionnels, simulation relative à la révision des valeurs locatives des locaux professionnels.

3 - Evolutions technologiques

- Le e-commerce et le m-commerce changent la donne

Changement de comportement des consommateurs

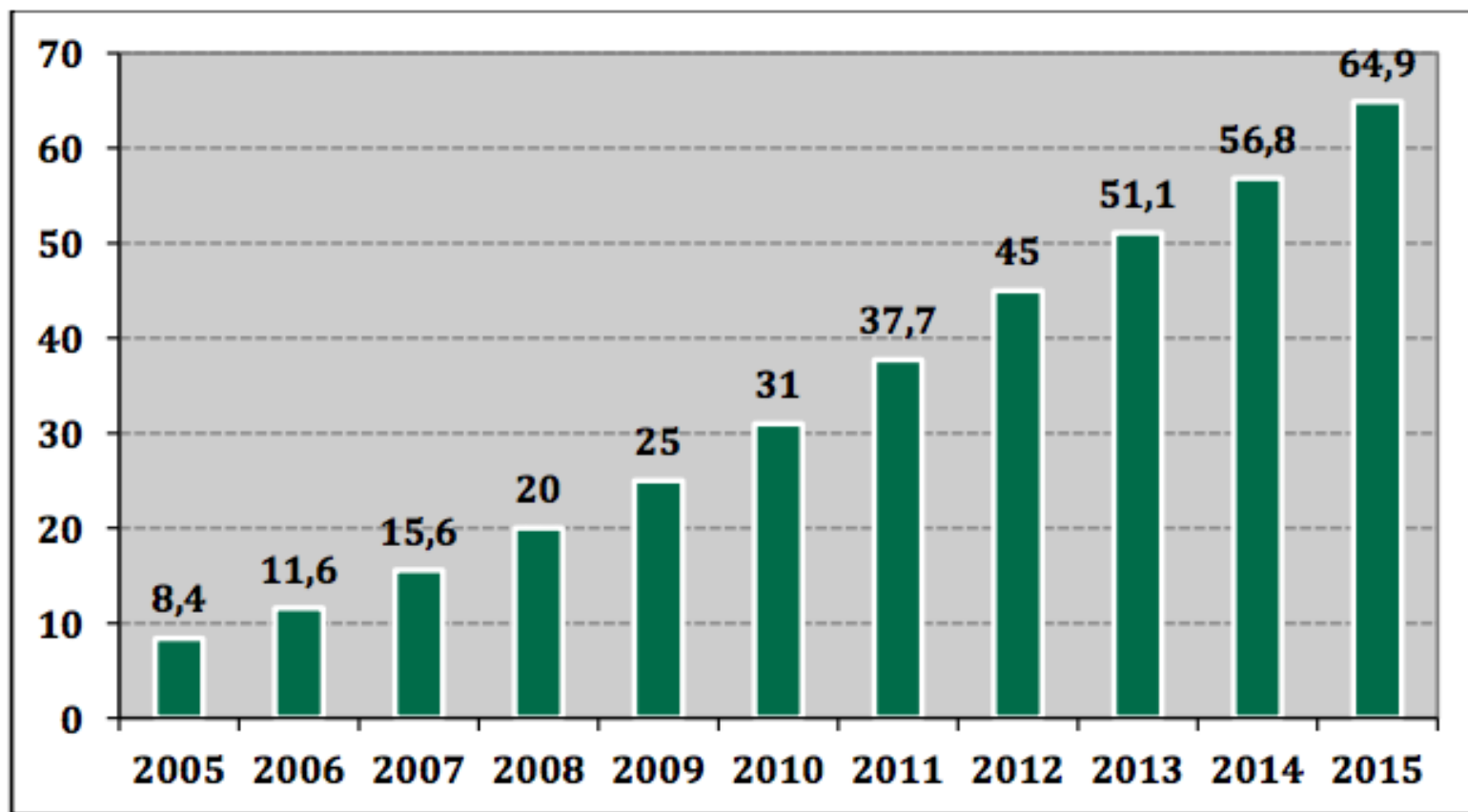
Graphique 2 : L'équipement numérique des Français en 2015



Source : CREDOC, 2015

Contexte économique : Evolution du e-commerce

Graphique 6 : Évolution du chiffre d'affaires du e-commerce entre 2005 et 2015 (en Mds €)



Source : iCE/FEVAD.

Contexte économique : e-commerce

Le commerce électronique est un phénomène qui s'accélère, comme le montre la progression constante des critères suivants en 2014¹⁰ :

- ◆ chiffre d'affaires : 64,9 milliards d'euros (augmentation annuelle de 14,3 %), alors qu'en 2005, il atteignait 8,4 milliards d'euros ;
- ◆ part dans le commerce de détail : 7 % et 9 % hors-alimentaire ;
- ◆ nombre d'achats : 835 millions de transactions (augmentation annuelle de 19 %), pour un montant annuel moyen de 1 780 euros malgré un panier en baisse (78 %) ;
- ◆ nombre d'acheteurs : 65 % des ménages français (augmentation annuelle de 3 %), soit 12 points de plus par rapport à la moyenne de l'UE ;
- ◆ nombre de sites marchands : 182 000 (contre 81 900 en 2010).

Le centre ville reste le chou chou

Encadré 10 : Le centre-ville : un « pôle d'attractivité très important » pour les Français

« Les personnes interrogées ont le sentiment que les maires font leur travail : elles considèrent ainsi à 88% que la modernisation des centres-villes constitue aujourd'hui une priorité pour les maires, et sont 92% à penser que cette modernisation doit constituer un objectif. Parmi les facteurs de dynamisation cités, la rénovation de l'espace urbain et de l'habitat arrive en premier (55%), avant le développement d'une offre de transports et de stationnement (42%), une offre diversifiée de magasins, d'enseignes et de petits commerces indépendants (40%) et la création d'équipements et le développement d'animations type manifestations culturelles ou associatives (33%).

Autre enseignement de l'enquête : le centre-ville reste très attractif. 63% des Français interrogés se déclarent personnellement attachés à leur centre-ville et 72% déclarent s'y rendre au moins une fois par semaine, un chiffre qui monte à 86% pour les jeunes entre 18 et 34 ans. "Le centre-ville est toujours un pôle d'attractivité extrêmement important pour les Français, souligne Julie Gaillot. Les jeunes sont ceux qui sont le plus attachés au centre-ville et qui le fréquentent le plus souvent alors qu'on dit souvent qu'ils vont plutôt dans les centres commerciaux en périphérie." Les motifs de fréquentation sont variés : rendez-vous personnel (55%), shopping (51%), démarches administratives (49%), sorties dans un lieu convivial (42%)... Globalement, le centre-ville est considéré comme un lieu de sociabilité (66%) ».

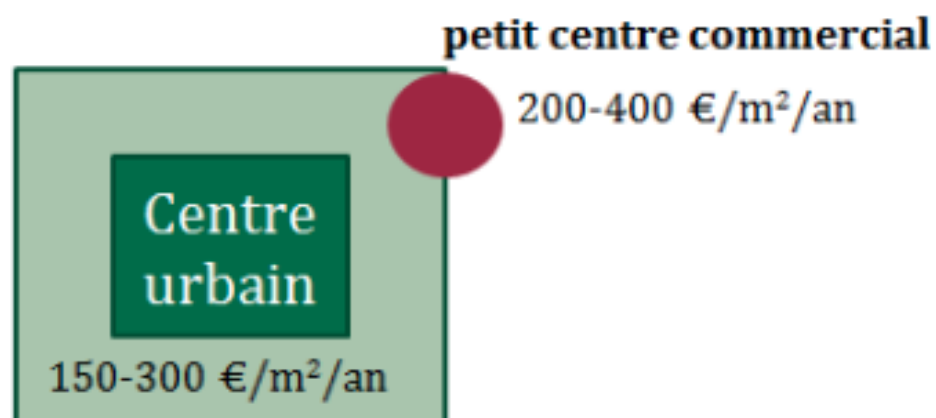
"Les commerces de centre-ville sont davantage que des commerces, c'est là où se crée le lien social, assure Julie Gaillot. Les Français aiment y flâner, s'y retrouver, s'y arrêter en vacances, comme un passage obligé."

Source : Enquête de l'Institut CSA publiée le 8 juin 2016.

4 - Evolutions des loyers, de la valeur locative et du droit au bail

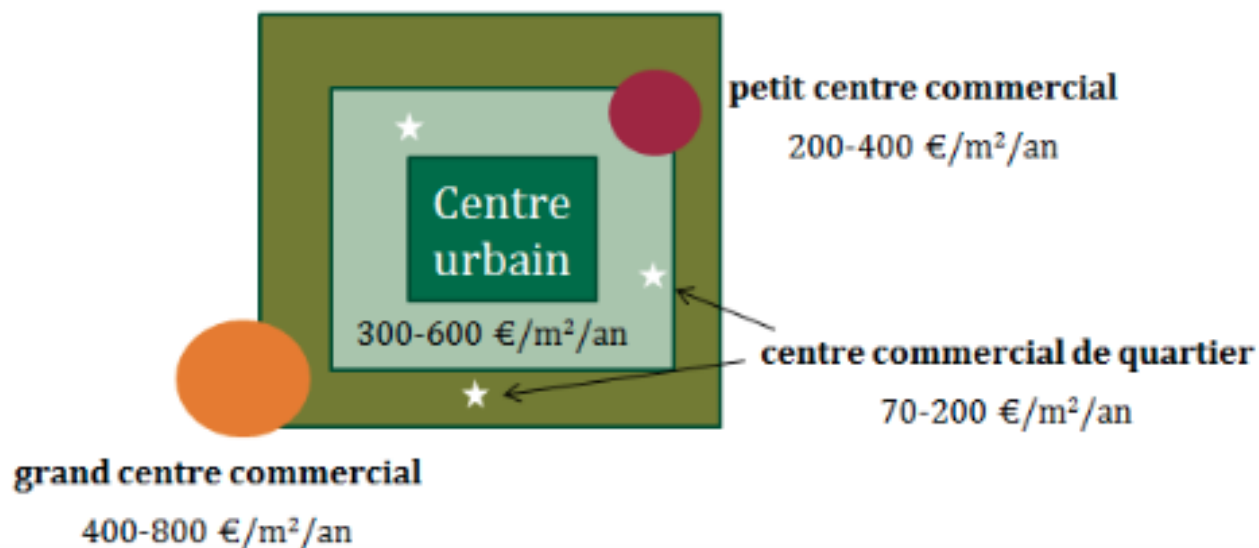
- Des résultats contrastés

Figure 15 : Des loyers commerciaux différents selon les catégories d'établissements commerciaux - cas d'une petite ville



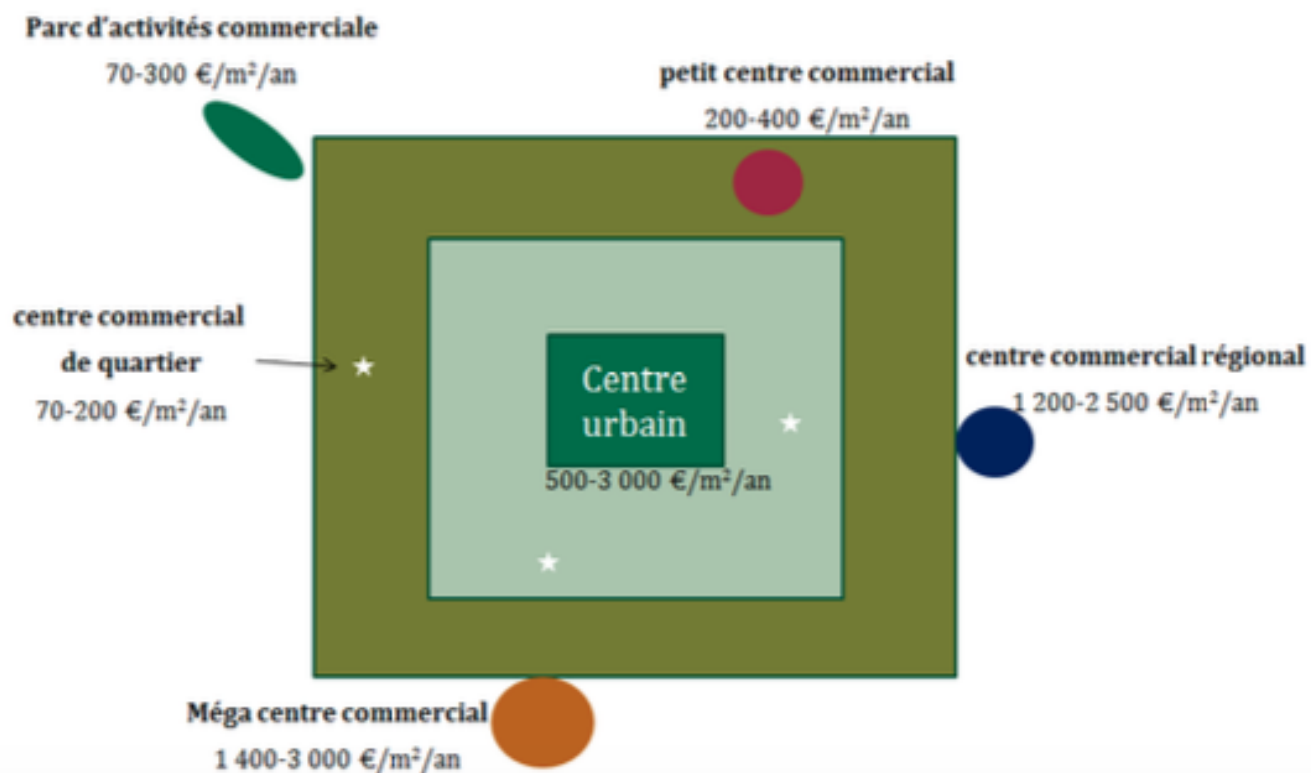
Source : Mission, à partir des données du baromètre PROCOS des loyers commerciaux.

Figuré 15: D'loyers commerciaux différents selon les catégories d'établissements commerciaux - cas d'une ville moyenne



Source : Mission, à partir des données du baromètre PROCOS des loyers commerciaux.

Figure 17 : Des loyers commerciaux différents selon les catégories d'établissements commerciaux - cas d'une grande ville



Source : Mission, à partir des données du baromètre PROCOS des loyers commerciaux.

Les dix plus grosses valeurs locatives à Paris

Paris	213 m ² pondérés	Avenue des Champs-Élysées	15728 € / m ² / an
Paris	40 m ² pondérés	Rue Cambon	13250 € / m ² / an
Paris	87 m ² pondérés	Rue Saint-Honoré	11839 € / m ² / an
Paris	64 m ² pondérés	Rue Saint-Honoré	9813 € / m ² / an
Paris	21 m ² pondérés	Rue Saint-Honoré	9524 € / m ² / an
Paris	35 m ² pondérés	Rue de Castiglione	6571 € / m ² / an
Paris	39 m ² pondérés	Rue des Francs-Bourgeois	4615 € / m ² / an
Paris	30 m ² pondérés	Bd Saint-Germain	4567 € / m ² / an
Paris	53 m ² pondérés	Rue des Francs-Bourgeois	4151 € / m ² / an
Paris	75 m ² pondérés	Rue Saint-Honoré	4000 € / m ² / an

Les dix plus grosses valeurs locatives en Province

Cannes	215 m ² pondérés	Bd de la Croisette	6279 € / m ² / an
Nice	42 m ² pondérés	Rue Paradis	3126 € / m ² / an
Nice	116 m ² pondérés	Rue de Verdun	2974 € / m ² / an
Cannes	60 m ² pondérés	Rue d'Antibes	2833 € / m ² / an
Nice	66 m ² pondérés	Avenue Jean-Médecin	2273 € / m ² / an
Aix-en-Provence	25 m ² pondérés	Rue Espariat	2269 € / m ² / an
Lyon	85 m ² pondérés	Rue du Président Edouard-Herriot	2235 € / m ² / an
Lyon	220 m ² pondérés	Avenue de la République	2227 € / m ² / an
Marseille	95 m ² pondérés	Rue Saint-Ferréol	2211 € / m ² / an
Nice	82 m ² pondérés	Avenue Jean-Médecin	2195 € / m ² / an

Évolutions des loyers et du droit au bail

Tableau 38 : Évolution du montant des mutations des locaux commerciaux entre 2000 et 2014

	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014
Total Montant HT (Mds€)	0,38	0,55	0,73	1,05	1,07	1,07	0,82	0,22
Moyenne HT (€)	75 472	104 172	129 522	178 390	194 448	214 042	214 042	278 348

Source : Notaires de France-Perval. Mutations pour lesquelles la surface annexe est renseignée. La surface complète comprend la surface principale et la surface annexe.

Tableau 40 : Évolution du ratio prix HT/surface pour l'ensemble des mutations entre 2000 et 2014

	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014
Montant HT par m ² (€) ⁵⁶	773	741	886	1 206	1 331	1 521	1 629	1 588

Source : Notaires de France-Perval. Mutations pour lesquelles la surface annexe est renseignée. La surface complète comprend la surface principale et la surface annexe.

Evolutions en 2015

**Malaise sur le marché de l'immobilier de commerce
Entraînées par la chute de 17 % du droit au bail les
valeurs locatives baissent de 6 %**

**Evolution moyenne au mètre carré
des prix de cessions sur 6 mois**
Calculée sur 44 cessions et 23 villes

	Droit au bail	Loyer	Valeur locative
2e semestre 2015	2765 €	444 €	720 €
1er semestre 2016	2297 €	447 €	677 €
EVOLUTION	-16,9 %	+0,68 %	-5,97 %

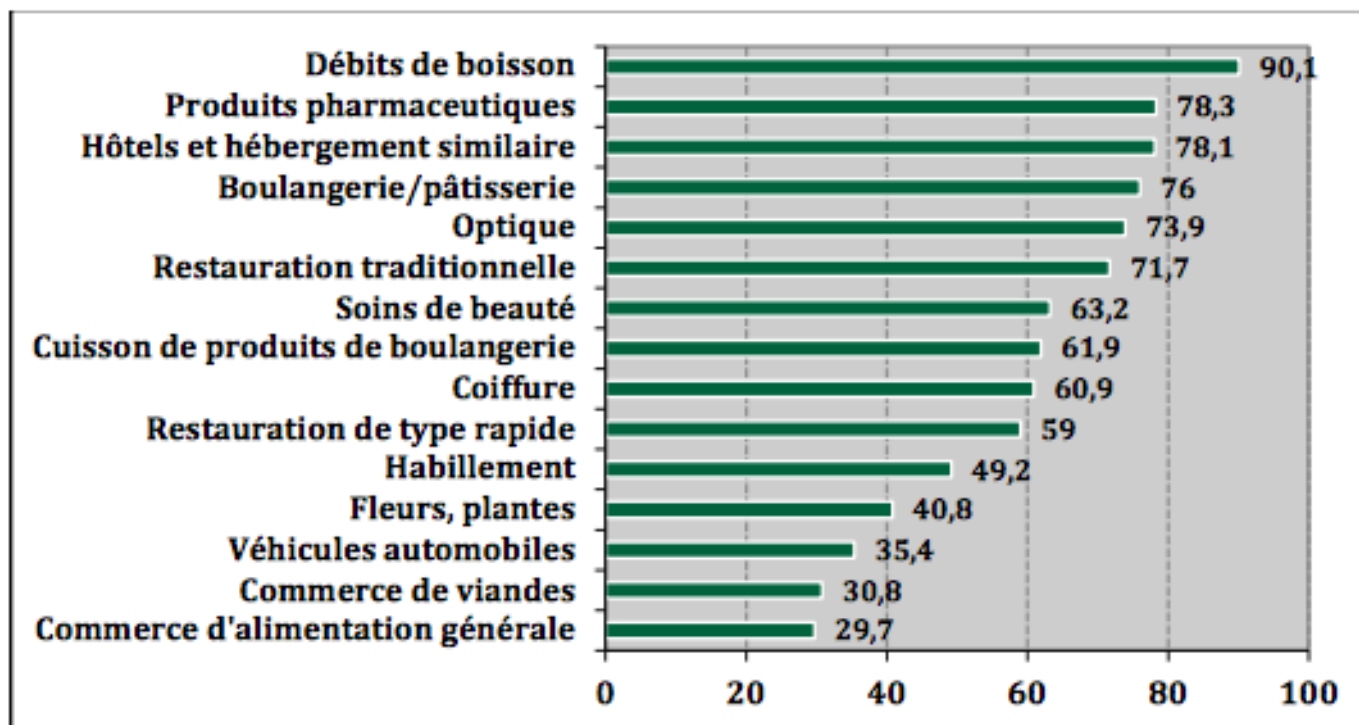
Tableau 44 : Évolution des montants moyens des transactions en € des fonds de commerces entre 2012 et 2014

	2012	2015	Évolution ⁶³
Commerce	264 085	233 954	-10,6 %
Commerce et réparation de véhicules	150 235	132 262	-11,2 %
Magasins multi-rayons	161 885	192 688	19,8 %
Détail alimentaire	153 571	141 906	-6,8 %
Bricolage et équipement du foyer	124 174	129 472	5,0 %
Sport et loisirs	181 105	186 528	3,8 %
Habillement	161 172	142 165	-11,0 %
Soin de la personne et optique	945 042	770 232	-17,7 %
Vente hors magasin	89 228	107 686	21,5 %
Carburants et combustibles	213 104	200 378	-5,2 %
Activités de réparation	69 721	59 253	-14,2 %
Coiffeurs, soins de beauté et corporels	64 394	55 869	-12,5 %
Autres services à la personne	76 123	82 424	9,1 %
Hébergement	322 981	333 854	4,1 %
Restauration	138 708	129 912	-5,6 %
Débits de boissons	177 306	156 760	-10,8 %

Source : Ventes et cessions de fonds de commerce, annonces publiées au BODACC du 1^{er} janvier au 31 décembre 2015, Direction de l'information légale et administrative.

Baisse du prix des fonds

Graphique 22 : Montants du fonds de commerce exprimés en % du chiffre d'affaires hors taxe du vendeur en 2015



Source : Ventes et cessions de fonds de commerce, annonces publiées au BODACC du 1^{er} janvier au 31 décembre 2015, Direction de l'information légale et administrative.

Une prise de conscience récente

- Rapport sur la revitalisation des centres-villes
- Livre de O Razemon 'Comment la France a tué ses livres'
- Assises du commerce initiées par Mme PINVILLE

Conclusions

- L'avenir du centre-ville dépend des politiques mises en œuvre par la ville
- Les acteurs économiques ont un rôle à jouer autour des managers de CV
- La FNAIM a pris le relais et noue des partenariats au niveau national
- Les solutions restent néanmoins locales