inmac wstore
Partner First Platinum
HP Instant Ink
Forfait d'impression à partir de 2,99€/mois
Découvrez l'offre

COMMUNIQUÉ

UNEMPLACEMENT.COM : SITE DE RENCONTRES EN IMMOBILIER COMMERCIAL

Par Les partenaires de Challenges le 27.11.2019 à 09h00

L'explosion des ventes en ligne ces 10 dernières années a contraint le commerce physique à se réinventer en profondeur. Dans un contexte de « retail bashing » les investisseurs doivent aujourd'hui rivaliser d'imagination pour commercialiser et rentabiliser leurs actifs (local commercial, fonds de commerce, terrain). Rencontre et analyse des grandes tendances avec Aurélien Tert co-fondateur du 1er site de rencontres en immobilier commercial pour acquéreurs qualifiés.

Un Emplacement.com

UNEMPLACEMENT.COM

Comment internet a-t-il fragilisé le commerce physique ?

La montée en puissance de « marketplaces », telles que Amazon, permet aujourd'hui à n'importe quel consommateur non seulement d'accéder au plus grand supermarché mondial en quelques clics mais surtout d'être livré chez lui en 2h à des prix défiants toute concurrence. De son côté, le commerçant classique n'a pas la même force de frappe en matière de volume, doit s'acquitter d'un loyer pour occuper son local commercial, et, sujet bouillonnant d'actualité, paie ses impôts en France à la différence des GAFA qui sont championnes de l'évasion fiscale. À cela il faut rajouter l'explosion des surfaces commerciales de ces trente dernières années, notamment avec la multiplication des centres commerciaux et retail-park en périphérie des villes (surtout en Ile de France où le marché est saturé), les politiques de stationnement payant en centre-ville pour compenser la baisse des dotations de l'état, et enfin la difficulté des bailleurs à réviser leurs loyers à la baisse dans l'espoir de jours meilleurs. Il n'est donc pas surprenant de constater une forte augmentation de la vacance des locaux commerciaux qui est passée de 7 à 12% depuis 2012 selon le PROCOS, alors que les ventes en ligne devraient dépasser le cap symbolique des 100 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2019, soit une augmentation de 80% en 10 ans (source : FEVAD).

Le commerce physique a-t-il de l'avenir ?

Oui bien sûr, il y a toujours des opportunités dans le chaos et les tendances sont encourageantes avec 60% des millenials (la génération des 15-35 ans qui ont grandi avec le digital) qui déclarent que se déplacer et effectuer un achat dans un commerce reste un plaisir, selon la dernière étude de l'observatoire Cetelem. Une autre étude d'Ipsos de 2015 vient renforcer cette étude en montrant que 7/10 français préfèrent acheter en magasin plutôt que sur internet. Ce constat est tout à fait compréhensible car l'avantage majeur du commerce physique sur le digital est non seulement sa dimension sociale, mais surtout le fait que l'on vient désormais pour y vivre une expérience et pas simplement y consommer un produit. Le meilleur exemple est Starbucks, expert incontournable pour trouver le meilleur local commercial d'un quartier, qui a su créer des espaces cozy et chaleureux au cœur des villes où les clients acceptent de payer un café 50% plus cher que dans une brasserie classique, car ils ont l'impression d'appartenir à une communauté. L'expérience client est donc le point fort du commerce de demain et nous le constatons tous les jours sur UnEmplacement.com avec la majorité de nos recherches qui sont effectuées par des concepts de restauration pour lesquels l'humain et la qualité de service sont au cœur de leur offre commerciale.

Quelles sont les tendances des 10 prochaines années ?

Tout d'abord, l'avènement du phygital (l'intégration du digital en point de vente) qui permet au commerçant de capitaliser sur l'expérience client. Decathlon a récemment déployé dans une trentaine de points de vente la réalité augmentée, permettant à sa clientèle de tester en conditions réelles, sur une plage par exemple, leurs fameuses tentes Quechua...sans sortir du magasin. Plus humblement, vous avez sûrement noté, la démocratisation des bornes de commandes à l'entrée des enseignes de restauration rapide, ou encore les enseignes de prêt à porter qui ont des assistants virtuels sur écrans géants, vous conseillant sur le meilleur assemblage possible en magasin sans avoir à passer par la case fastidieuse des cabines d'essayage. Bien sûr, ces prouesses technologiques sont réservées pour l'instant à une élite d'enseignes nationales et toujours en phase de test, mais la démocratisation de ces technologies permettra dans les prochaines années à tout commerçant de proposer ces mêmes expériences dans leur point de vente. Repensez aux écrans plats qui étaient inaccessibles il y a peine 10 ans. L'autre signal fort est la montée en puissance des « pop-up » stores. Ces magasins éphémères sont loués par des commerçants pour quelques mois là où hier encore un bail classique imposait au commerçant à payer un loyer pour un minimum de 3 ans, voire même de payer un droit d'entrée. Cette demande de flexibilité dans la location d'un local commercial, qui n'est rien d'autre que le petit frère du coworking pour les bureaux, permet non seulement à de nouveaux concepts de tester leurs produits avant de s'engager sur un bail commercial classique, mais également à des marques de distribution, et non retail, de profiter d'un point de vente physique en centre-ville pour une opération de communication. L'exemple le plus frappant est celui de la marque Magnum avec son Bar à Glace éphémère à Paris, qui ouvre dans un quartier différent chaque été en relayant massivement sur les réseaux sociaux. L'autre avantage du pop-up store est qu'il promet aux bailleurs une meilleure rentabilité au mètre carré, encore faut-il qu'ils aient l'emplacement adéquat et qu'ils mettent en place une véritable stratégie de revenue management, comme pour les hôtels. Le dernier signal, et de loin le plus fort, est provenu le 16 juin 2017 avec le rachat par Amazon de Whole Food, une enseigne nationale de supermarché bio. En parallèle, Amazon a continué le développement de ses magasins de proximité sans caisses « Amazon go » avec un objectif de 3000 unités pour 2021.

BOURSE › LE 30/03 À 17H14

CAC 40 +0,19% 4359,73

RECHERCHER UNE VALEUR

NEWSLETTER CHALLENGES

Entrez votre E-mail

JE M'ABONNE

Entreprise

Pourquoi il y a urgence à augmenter le nombre de lits de réanimation

- **Coronavirus: des questions sur le nombre de décès réels en Chine**
- **Coronavirus: Sanofi et Regeneron accélèrent leur quête d'un traitement**
- **Sébastien Bazin: "Nous pouvons rouvrir nos hôtels en quelques jours"**
- **Les coulisses du pont aérien pour livrer les masques en France**

TOUS LES ARTICLES ENTREPRISE ›

En savoir plus

À LA UNE CETTE SEMAINE

Challenges
SAUVER L'ÉCONOMIE
Jusqu'où peut-on aller
Dettes et déficits sans limite
Nationalisations
Garanties totales des États
"Helicopter money"

LIRE ›

S'ABONNER ›

EPARGNE

Pourquoi les pur players du web investissent-ils dans le commerce physique ?

Il est vrai que de voir Amazon, qui est l'un des principaux acteurs de la fragilisation du commerce physique, investir dans un local commercial en centre-ville est déstabilisant pour l'ensemble de la communauté des professionnels de l'immobilier commercial. Néanmoins, en y regardant de plus près, l'opération est un véritable coup de maître ! En effet, les pur players du web sont également des spécialistes de la logistique et ont toujours besoin de réduire le coût du « dernier kilomètre » qui est généralement le plus dur à rentabiliser. En investissant dans un local commercial en pied d'immeuble, ces derniers réduisent drastiquement leurs frais logistiques, en amenant leurs clients à venir collecter leurs achats effectués sur internet directement en magasin. Une fois sur place, leurs clients seront tentés d'effectuer des achats complémentaires, bien souvent compulsifs, et ainsi augmenteront leur panier moyen. Cependant, cette technique n'a pas séduit que les purs players du web. En effet, Leclerc a ouvert dernièrement son deuxième concept de « drive piéton » à Paris, leur permettant non seulement de toucher cette clientèle urbaine mais surtout de leur offrir en bas de chez eux des prix 20 à 30% moins cher généralement pratiqué en hypermarché en périphérie des villes. Le succès est tel que le distributeur compte ouvrir 100 relais de ce type d'ici 2025. Le dernier avantage qui pousse les pur players du web à occuper un local commercial en centre-ville est d'augmenter leur notoriété en étant présent dans le monde physique via un maillage d'emplacements optimisé. Sarenza à Berlin, le Slip Français à Paris, Alibaba à Madrid sont autant d'exemples qui montrent une convergence du monde digital et physique où l'un ne peut plus vivre sans l'autre.

amazon go
GOOD FOOD

Tous les commerces vont-ils devenir des points logistiques ?

À terme la réponse est oui, mais ce phénomène n'est pas nouveau. En effet, le système de relais colis est déjà en place depuis de nombreuses années et permet à tout commerçant d'obtenir un complément de revenu et du trafic dans son point de vente. Ce qui est nouveau en revanche, c'est la pénurie d'espace de stockage en milieu urbain comme à Paris, qui force les logisticiens à rechercher des surfaces inexploitées tels que des caves ou des parkings. On va donc bien au-delà du simple local commercial en pied d'immeuble, aujourd'hui chaque mètre carré inoccupé vaut de l'or. On peut donc facilement imaginer que d'ici 20 ans, les politiques de mobilité urbaine « anti-voitures » des grandes métropoles telles qu'à Paris, amèneront une reclassification des parkings en sous-sol en véritable entrepôts logistiques de cœur de ville. Quelle que soit l'issue, le rouleau compresseur de l'urbanisation est inarrêtable avec l'ONU qui prévoit que 68% de la population mondiale vivra en milieu urbain en 2050 vs. 55% aujourd'hui, soit 2,5 millions d'habitants supplémentaires. Un beau vivier de clients à conquérir pour les commerçants du futur qui devront manier avec art le digital et l'expérience en magasin.

Quels sont les secteurs d'activité qui se développent ?

En tant que 1er site de rencontres en immobilier commercial pour acquéreurs qualifiés, nous avons analysé plus de 120 000 recherches de local commercial, fonds de commerce et terrain envoyées via notre plateforme par des enseignes nationales, franchisés, commerçants indépendants et porteurs de projets. Cette data nous permet de tirer la conclusion suivante : seuls les secteurs, pour lesquels la chaîne de valeur ne peut pas être digitalisée, résistent et se développent. En effet, 60% des recherches qualifiées sur la plateforme sont dans l'univers de la restauration (snacking, boulangerie, fast good, healthy…) les loisirs (les salles d'escalade en bloc, les centres de jeux pour enfants, les salles de sports), les commerces de proximité majoritairement sous enseignes (carrefour market, bio c'bon, biocoop etc.). A contrario, nous avons très peu de demandes dans des secteurs tels que le prêt à porter, la maroquinerie, les bijouteries et accessoires de mode.

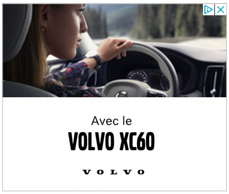
Ces secteurs sont-ils à l'abri d'une potentielle disruption ?

Tout entreprise décline un jour, c'est le propos de Jeff Bezos, le patron d'Amazon qui annonce dans sa dernière lettre aux actionnaires que sa société devra mourir un jour, ce qui fait partie du cycle naturel d'une entreprise. Le plus important n'est pas de savoir « si » un entreprise déclinera mais « quand ». Par exemple, la restauration semble être dans un tournant de son histoire avec l'émergence des « dark kitchen », concepts de cuisine qui ne fonctionnent que par la livraison via Deliverioo ou Uber Eats. Cette nouvelle tendance rebat les cartes de l'immobilier commercial et ces néo-restaurateurs n'ont plus besoin de trouver un local commercial comme leurs ainés bien placé en cœur de ville et d'avoir à s'acquitter du rachat d'un fonds de commerce. Leur trafic est exclusivement sur internet et ils peuvent ainsi mutualiser les frais fixes avec d'autres restaurateurs et investir des entrepôts en périphérie des villes, où le loyer au mètre carré est largement moins onéreux. Je vous invite à découvrir le concept Edition de Deliveroo qui fait un carton à Paris.

france scpi
Envie d'investir ?
Faites-nous part de votre projet
Contacter un conseiller

NOTRE RUBRIQUE ENTREPRISE

- Aéronautique
- BTP
- Création d'entreprise
- Défense
- Energie
- Environnement
- Grande consommation
- Hôtellerie
- Industrie
- Industrie automobile
- Santé
- Start-up
- The start-up Elevator
- Tourisme
- Transports
- Galeries photos Entreprise
- Vidéos Entreprise
- Vidéos Club Entrepreneurs


Avec le
VOLVO XC60
VOLVO

Quelles zones géographiques sont privilégiées ?

Plus de la moitié des recherches sur UnEmplacement.com ciblent les villes de plus de 50 000 habitants et un peu moins d'un quart les 10 villes les plus peuplées de France (Paris, Marseille, Lyon, Toulouse, Nice, Nantes, Montpellier, Strasbourg, Bordeaux et Lille). Nous conseillons donc aux investisseurs de murs commerciaux de se concentrer sur les quartiers les plus fréquentés quitte à payer un premium. On observe également une grande concentration des recherches en centre-ville puis en périphérie, notamment avec les zones d'activité commerciale (Retail Park) et enfin les centres commerciaux. Cette donnée montre clairement que le commerce et l'immobilier commercial est intrinsèquement lié au dynamisme économique d'une zone géographique et donc en lien avec le phénomène d'urbanisation dont nous avons parlé précédemment.

Quels sont les critères d'implantation des acquéreurs ?

La majorité des preneurs sur UnEmplacement.com sont à la recherche d'un local commercial d'une surface comprise entre 200 et 700 m² et sans reprise de l'activité existante. En effet, un peu plus d'un tiers de nos recherches sont en location pure, c'est-à-dire que l'acquéreur préfère payer un loyer mensuel plus élevé mais de ne pas avoir à racheter le fonds de commerce existant. Ce phénomène prend de plus en plus d'ampleur ces dernières années avec la nouvelle génération d'entrepreneurs plus particulièrement sur des emplacements N°1 bis et N°2 (en rue parallèle ou perpendiculaire à la rue principale). Par contre, il est quasiment impossible de trouver un local commercial N°1 sans avoir à racheter le fonds de commerce et /ou de payer un droit d'entrée. Notre data nous montre que les acquéreurs sont prêts à payer un loyer moyen de 300 € par mètre carré par an et ou à racheter un fonds de commerce pour un budget maximum de 300 000€ en moyenne, ce qui est 130 K€ au-dessus du montant moyen des transaction de fonds de commerce en France dans le dernier baromètre du BODACC. Concernant la donnée sur les valeurs locatives réelles des locaux commerciaux en France, il n'existe pas aujourd'hui de base officielle car cette donnée est confidentielle. En effet, le loyer d'un local commercial peut être le double de son voisin soit parce que le commerçant n'a aucune connaissance des prix du marché et n'a pas su négocier, soit parce que le bailleur juge que l'activité est risquée. Dans tous les cas, je conseille vivement à chaque commerçant de confier sa recherche de local commercial à un professionnel spécialisé qui aura une parfaite connaissance des prix du marché et saura négocier avec le bailleur les meilleures conditions pour le développement de son activité.

Pourquoi l'immobilier commercial est-il confidentiel ?

Il est impossible de commercialiser un local commercial ou un terrain comme un appartement ou une maison car il n'est pas bon pour un commerçant d'afficher que son fonds de commerce est en vente ou pour un bailleur que son local commercial va bientôt se vider. Cette information enverrait une image négative de l'attractivité commerciale de l'emplacement à un futur preneur. Par exemple, vous ne pourrez jamais voir un magasin d'une enseigne nationale à vendre sur le Bon coin, l'impact serait catastrophique pour son image de marque. Ainsi le modèle du dépôt d'annonce n'a jamais vraiment fonctionné car il est inadapté aux us et coutumes de l'immobilier commercial. Ainsi, la majorité des biens disponibles sur ce marché sont échangés via un marché parallèle dit « off market » où la confiance entre les parties est clé. Ce marché est donc réservé à un public d'acquéreurs actifs et qualifiés qui entretiennent un réseau depuis plusieurs années de promoteurs, agents immobiliers, collectivités territoriales et bailleurs institutionnels. Les nouveaux commerçants sont donc souvent limités sur les sites de dépôt d'annonces aux emplacements de seconde main, qui n'ont pas su trouver preneur en off market.

Quelle est la spécificité d'UnEmplacement.com ?

Pensé par mon associé ancien développeur d'enseigne nationale qui a connu pendant plus de 6 ans toutes les frustrations liées à la recherche d'un local commercial, UnEmplacement.com est avant tout une solution qui répond à un problème concret rencontré par tous les commerçants. Le concept est simple : nous inversons le modèle des sites immobiliers traditionnels. Nos clients, professionnels de l'immobilier, reçoivent via notre plateforme, des recherches de qualité par la pertinence de leurs critères renseignés et la vérification systématique de la réalité du projet immobilier avec l'acquéreur. Cela représente pour eux un volume conséquent d'affaires et un gain de temps considérable. Côté acquéreur, même efficacité : une seule recherche permet d'accéder à l'ensemble des offres disponibles de plus de 500 professionnels. Nos services sont totalement gratuits pour les utilisateurs de la plateforme de recherche. Nos clients, professionnels de l'immobilier, souscrivent un abonnement mensuel.

Quels sont les avantages pour les utilisateurs ?

Outre la gratuité de nos services, notre plateforme permet de déjouer l'opacité et la complexité caractéristiques de ce secteur. Les meilleures opportunités sont rarement publiées pour des raisons de gestion de l'image des enseignes ou de stratégie commerciale. Trouver l'emplacement idéal pour développer son activité devient mission impossible sans un accès privilégié à ce marché confidentiel. Avec UnEmplacement.com, 100 % des offres disponibles deviennent accessibles.

SIEMENS Siemens Electroménager
Sponsorisé

Pensez-vous que les objets connectés améliorent notre quotidien ?

Un peu

Beaucoup

Pas du tout

En utilisant BeOp, vous acceptez notre Politique de Cookies

Contenus sponsorisés

Taboola Feed

Si tu aimes jouer, ce jeu de construction de ville est pour toi. Pas d'installation

FORGE OF E... | CONTENUS SPONSORISÉS

Construiras-tu la plus belle ville ?

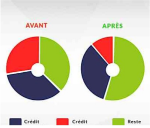
ELVENAR - J... | CONTENUS SPONSORISÉS

Essayez notre astuce pour nettoyer votre mac

MACKEEPER | CONTENUS SPONSORISÉS

Revis la Grèce Antique grâce à ce jeu de stratégie

GREPOLIS - ... | CONTENUS SPONSORISÉS



Les banques rachètent les crédits des contribuables qui ont + de 20 000€ de...

RÉDUIRE ME... | CONTENUS SPONSORISÉS

Le jeu gratuit le plus populaire en France!

RAID - SHAD... | CONTENUS SPONSORISÉS

Pourquoi faut il changer de mutuelle tous les ans ?

MEILLEURTAUX.COM | CONTENUS SPONSORISÉS

Vendre ou acheter en viager avec BARNES : une stratégie patrimoniale d'avenir

| CONTENUS SPONSORISÉS

Nouveau 2020 : ces aides vous permettent d'isoler vos combles à moindre coût !

MES COMBLES GRATUITS | CONTENUS SPONSORISÉS

Lada (Renault) récupère son 4x4 fétiche, le Niva

CHALLENGES

Cette nouvelle voiture est restée sous terre pendant 50 ans, puis ils ont enlevé...

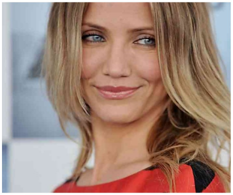
SCIENCEPIC... | CONTENUS SPONSORISÉS

L'astuce wd-40 que tout le monde devrait connaitre

FIERCE FIFT... | CONTENUS SPONSORISÉS

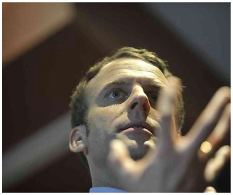
L'origine du virus? Pékin refuse de porter le chapeau

CHALLENGES



Ces stars qui sont homosexuelles et que vous ne soupçonnez pas

AUTO MOTO | CONTENUS SPONSORISÉS



Où sont passés les millions d'Emmanuel Macron?

CHALLENGES

Bonne nouvelle 2020 : Isolation à 1€, voici les nouvelles conditions de revenus

PROGRAMME ISOLATION | CONTENUS SPONSORISÉS

70 KM/H MAXIMUM
P^te d'AUBERVILLIERS
P^te de la CHAPELLE

Pourquoi les nouveaux convertis à l'essence sont déjà prêts à revenir au diesel

CHALLENGES

10 stars gays dont vous ignorez sûrement l'homosexualité

STARSOPEDIA | CONTENUS SPONSORISÉS

Les propriétaires qui ont +20 000€ de crédits conso pourraient en bénéficier,...

REGROUPE... | CONTENUS SPONSORISÉS

Pour l'économiste Christopher Dembik, Marine Le Pen pourrait...

CHALLENGES

A ne pas manquer

- **Assurance vie**
- **Lecomparateurassurance**
- **Dépensez malin !**
- **Extrait acte de naissance**
- **Esta USA**

En régions

- **Île-de-France**
- **Hauts-de-France**
- **Auvergne-Rhône-Alpes**
- **PACA**
- **Nouvelle-Aquitaine**

Sur Sciences et Avenir

- **L'index des maladies**
- **Bien se nourrir**
- **L'actualité santé**
- **Environnement**
- **Tout sur l'espace**
- **Animaux**

Newsletter Challenges

Suivez-nous