Abonnez-vous
1€ le premier mois

Accueil > Services

Contenu conçu et proposé par UnEmplacement.com

L'immobilier commercial est-il destiné à disparaître ?

Victime de crises conjoncturelles et structurelles, les enseignes et commerçants doivent aujourd'hui redoubler d'efforts pour transformer leur commerce vers un modèle omnicanal où le monde physique et digital ne font qu'un. Entretien avec Aurélien TERT co-fondateur d'UnEmplacement.com plateforme spécialisée en immobilier commercial et recherche de locaux commerciaux.

Par unemplacement.com
Publié le 12/02/2021 à 16:43

ACTIFS IMMOBILIER
01 56 03 97 07
A LOUER
58 M²
57 M²

L'immobilier commercial est-il destiné à disparaitre ? *UnEmplacement.com*

Contenu conçu et proposé par

Dans quel état se trouve aujourd'hui le secteur du commerce ?

Après plus de deux confinements, le commerce physique se réveille avec une bonne migraine. Malgré la mise en place du chômage partiel pour minimiser l'impact de l'absence de chiffre d'affaires, les enseignes et commerçants doivent toujours faire face à deux charges fixes d'importance vitale pour leur survie : les charges locatives et les stocks. Dans ce contexte économique incertain où les niveaux de chiffres d'affaires ont fortement baissé, la question des loyers est aujourd'hui au cœur de fortes tensions avec les bailleurs, qui ont consenti à un report plutôt qu'une annulation malgré le coup de pouce fiscal du gouvernement qui exonère totalement les loyers non perçus lors des confinements. Quant aux stocks, ils constituent une trésorerie immobilisée difficilement récupérable pour les enseignes.

La crise sanitaire est donc la crise de trop pour le secteur du commerce qui subit tour à tour depuis 2015 une crise sécuritaire avec les attentats, puis deux crises sociales avec le mouvement des gilets jaunes et les grèves sur la réforme du régime des retraites. Le coup de grâce porté par cette énième crise force de nombreuses enseignes et commerçants à tirer le rideau, d'où la multiplication des procédures collectives depuis la sortie du premier confinement. Néanmoins, cette crise est aussi un révélateur de tendances, avec la majorité des procédures de redressement judiciaire touchant des enseignes non seulement en difficulté financière bien avant la crise du covid, mais surtout qui sont depuis plus de dix ans en décalage complet avec les attentes émergentes des nouvelles générations de consommateurs tournées vers le digital et la consommation locale et responsable. Des exemples notables sont Camaïeu, Alinéa, La Halle, Maxi Toys, Conforama, Celio, Orchestra, autant de concepts du siècle dernier qui n'ont pas cru à la révolution digitale et ou dont l'impact environnemental est catastrophique en termes d'image de marque, particulièrement pour l'univers du prêt-à-porter.

Quels secteurs d'activité s'en sortent le mieux ?

Les enseignes alimentaires de par leur statut de commerce essentiel n'ont pas subi les mêmes impacts que l'équipement de la personne ou la restauration. Certains secteurs ont également bénéficié depuis la réouverture d'une bonne dynamique tels que la jardinerie, le textile enfant, la coiffure, le sport et l'équipement de la maison.

Les performances du secteur de l'alimentation sont hétérogènes et divergent entre une chute de fréquentation en hypermarché au profit de concept de type « drive » ou supermarché de proximité en centre-ville grâce au click and collect et ou livraison à domicile. Cette accélération de la consommation alimentaire s'explique également par la constitution de stocks importants quelques jours avant l'annonce officielle des confinements et le report de la consommation hors domicile (restauration) vers la consommation à domicile.

Le secteur du prêt-à-porter déjà fragilisé par son incapacité avant la crise sanitaire à concurrencer de façon efficace les purs players du web et également à redorer son image de marque pour contrer une réputation entachée par une emprunte carbone désastreuse, se retrouve plongé dans une crise encore plus profonde qu'elle ne l'était avant les confinements.

L'équipement de la maison a bénéficié d'un regain de consommation notamment dû au fait que de nombreux Français ont pris conscience lors du premier confinement qu'ils devaient investir dans leur résidence principale et/ou secondaire, en prévision de plusieurs confinements dans les années à venir ou tout simplement car ils avaient le temps d'y penser.

La restauration a eu une bonne reprise au déconfinement mais ne peut néanmoins prétendre au même volume qu'avant la crise. Ces performances restent cependant nuancées en raison des nombreuses problématiques qui subsistent telles que la configuration des emplacements - terrasses, l'hétérogénéité géographique, l'apport touristique régional et international, et le télétravail pour la clientèle du midi dans les zones de bureaux.

Finalement, les loisirs avec notamment les salles de cinéma ou les salles de spectacles, vrais générateurs de flux pour les commerces, sont contraints à des normes sanitaires drastiques avec la distanciation physique qui leur impose de laisser un siège libre entre deux groupes de personnes. De plus, la défiance des consommateurs reste présente sur ce type de sortie, dans des environnements confinés accueillant du public, malgré le relâchement observé post-confinement.

Le développement des enseignes est-il toujours d'actualité ?

Après plus de deux confinements et les répercussions de cette crise, il est très difficile d'envisager un retour au développement immobilier des enseignes. La tendance est au gel quasi généralisé des développements d'enseignes commerciales jusqu'à au moins fin 2022, à l'exception des négociations initiées avant la crise sanitaire.

Nos échanges avec les dirigeants d'enseignes commerciales, qui communiquent leurs recherches de locaux commerciaux et terrains sur UnEmplacement.com, nous permettent de faire le constat qu'ils restent à l'écoute d'opportunités immobilières, mais se concentre en priorité sur :

- Récupérer leurs performances d'avant crise, pour revenir à leur « vitesse de croisière »
- Gérer les problématiques sanitaires au niveau des ressources humaines (télétravail, distanciation sociale au bureau)
- Gestion des relations avec les bailleurs pour renégocier les loyers ou toutes autres contreparties demandées par les bailleurs (renouvellement et break option) pour les abandons de loyer des confinements.
- Investir dans les outils pour développer l'omnicanal et développer les compétences des équipes sur le terrain
- Renégociation avec leurs fournisseurs de leurs contrats pour

récupérer des marges de manœuvre
- Rationnaliser leur parc de magasin existant pour se séparer des unités les moins rentables ou réduire les surfaces de vente via la mise en place d'arbitrages

Néanmoins les points cités ci-dessus ne sont pas une liste exhaustive et divergent selon la classe d'actifs et les secteurs d'activités, corrélés avec les chiffres de fréquentation et les performances en termes de chiffres d'affaires.

L'autre conséquence de cette crise sanitaire sur le développement des enseignes est leur regain d'appétit pour des emplacements de périphérie notamment pour le secteur alimentaire et du discount qui semblent tirer leur épingle du jeu. Le modèle architectural de ces parcs commerciaux à ciel ouvert avec leurs grands parkings semble plus plébiscité par les enseignes sur le court terme que les locaux commerciaux en pied d'immeuble de centre-ville ou centres commerciaux. Constat surprenant sachant que le gouvernement vient de voter récemment un moratoire pour limiter fortement l'artificialisation des sols et le développement des zones d'activités commerciales de périphérie. Pour information, les zones d'activités commerciales de périphérie ne constituent que 4% des sols artificiels vs. 50% pour le logement et l'immobilier résidentiel.

Quel est l'impact pour l'immobilier commercial ?

Quel est l'impact pour l'immobilier commercial ? *UnEmplacement.com*

Le monde de l'immobilier commercial est indirectement impacté par cette crise sans précédent. D'un côté on note une baisse de la demande de location de locaux commerciaux due aux questions structurelles des entrepreneurs sur l'avenir du commerce physique, couplée à l'aveuglement des bailleurs d'adapter les valeurs locatives aux nouvelles réalités économiques de leurs locataires. De l'autre on assiste à une augmentation de la liquidité sur le marché de l'investissement avec de nombreux propriétaires qui souhaitent vendre leurs murs commerciaux pour éponger les pertes enregistrées sur d'autres véhicules d'investissements tels que les marchés boursiers ou des prises de participations dans des sociétés en faillite.

Les relations bailleurs – locataires devront évoluer « quoi qu'il en coûte » s'ils veulent sortir ensemble de cette crise. D'un côté, le comportement attentiste et divergent des bailleurs face aux revendications des enseignes demandant des mesures d'accompagnement significatives telles que l'adaptation progressive des loyers et charges après reprise, l'annulation totale des loyers pendant la période de fermeture, des franchises de loyers et ou variabilité des loyers en fonction de la performance … Ne peut être une stratégie sur le long terme. Quant aux enseignes, elles doivent aussi comprendre que la responsabilité des bailleurs se limite à leur fournir des locaux commerciaux bien entretenus, mais ne peuvent être les seuls à supporter les conséquences de cette crise, les assurances ont également leur rôle à jouer. La « charte de la médiation sur les loyers » qui résulte de la médiation organisée par le ministère de l'économie est un premier pas dans la bonne direction. Néanmoins, malgré le fait que cette charte ait été adoptée par les principales fédérations de bailleurs de locaux commerciaux au plan national telles que le centre national des centres commerciaux (CNCC), 15 fédérations de professionnels du commerce (Alliance du Commerce, Procos, FFF…) ont refusé de la signer en revendiquant la mise en place d'un plan de soutien sectoriel.

Dans ce climat sous haute tension, les investisseurs qui font le choix d'investir dans des locaux commerciaux en période de crise comprennent qu'ils devront avoir une approche différente de leurs prédécesseurs avec une gestion beaucoup plus souple et active des murs commerciaux dont ils se porteront acquéreurs s'ils souhaitent en tirer le maximum de rentabilité dans l'ère post covid.

Quel est le climat des investisseurs en immobilier commercial ?

Les stratégies d'acquisition et les visions sur le marché du retail divergent selon la typologie des investisseurs.

Concernant les investisseurs achetant en fonds propres, type « SCPI », ils sont confrontés actuellement à l'éventuelle annulation des loyers qui impactera le rendement des souscripteurs de parts et/ou actionnaires. Néanmoins la collecte semble s'accélérer depuis le début du déconfinement grâce notamment à l'épargne de précaution de 80 milliards qui dort sur les comptes courants des Français depuis le 1er confinement et que le gouvernement et les chefs d'entreprise souhaiteraient réinjecter dans l'économie réelle rapidement. D'un autre côté le nombre de retrait est resté extrêmement limité, traduisant ainsi une certaine confiance des souscripteurs de parts sur ce modèle d'épargne où le rendement proposé reste toujours bien plus attractif qu'un placement en assurance vie, ou qu'un PEA.

Les foncières cotées ont a contrario subi un scénario beaucoup plus chaotique. Les cours se sont littéralement effondrés suite à l'annonce des confinements (i.e. Unibail-Rodamco Westfield, Klépierre). Malgré une légère remontée, ils restent encore très volatils et la cible favorite des spéculateurs boursiers pour la plupart avec une décote significative sur l'actif net réévalué (ANR) et malgré une liquidité plus importante que des parts de SCPI. Les foncières cotées traversent donc une période délicate liée aux difficultés de préserver des « covenants » bancaires et notamment les « loan-to-value » à un niveau acceptable et de trouver des solutions avec les locataires pour le recouvrement de loyer.

Côté investisseurs privés, la pression est pour le moment moindre compte tenu du soutien des banques ayant accepté le report des échéances. Quant à l'approche du marché, leur vision est hétérogène en fonction de leur comportement d'achat soit patrimonial ou de recherche de rendement. À l'instar d'autres investisseurs, leur positionnement peut actuellement être très opportuniste, sans pour autant rencontrer un franc succès face à des vendeurs souhaitant prendre la pleine mesure de la situation actuelle.

Quel est la tendance clé du commerce dans le monde d'après ?

Comme nous en avons discuté, le secteur du commerce est en plein changement de paradigme. Depuis plus de dix ans, les principaux acteurs du commerce entreprennent timidement une transformation digitale de leur force de vente et opérationnelle. À cela il faut rajouter que le déconfinement a soulevé plusieurs incertitudes liées aux habitudes de consommation telles que la crainte des consommateurs de retourner dans des lieux de concentration du grand public (notamment fermés ce qui est anxiogène).

Les habitudes de consommation semblent évoluer, sans toutefois se révolutionner. La période a mis en évidence l'importance vitale pour les enseignes de l'omnicanal (complémentarité entre point de vente et e-commerce), de la relation client (conseil, services, fidélisation), d'un commerce plus éthique et éco-responsable.

Si ces changements ont pour la plupart dû être réalisés dans l'urgence, ils ont été salvateurs pour un grand nombre d'enseignes en permettant de limiter la baisse du chiffre d'affaires, et même de capter une clientèle nouvelle.

L'exemple phare que nous pouvons citer est le modèle des hypermarchés qui fut la poule aux œufs d'or des distributeurs alimentaires du 20ème siècle et le temple du consumérisme de masse des années 60. Aujourd'hui la défiance des nouvelles générations de consommateurs envers les modèles de supermarchés de périphérie au profit de concept de type drive ou de proximité de centre-ville force ces mastodontes à repenser leur modèle entièrement. Les 25-35 ans passent aujourd'hui le plus clair de leur temps à faire leur course derrière leur écran car ils ne trouvent aucune plus-value à se déplacer dans des hangars où les produits sont simplement alignés sur des gondoles. Ils peuvent le faire en quelques clics depuis chez eux et se faire livrer à domicile, ou récupérer leurs courses dans un drive piéton à proximité. Aujourd'hui se déplacer en hypermarché doit faire partie d'une expérience où je bénéficie d'un conseil d'expert, où je peux toucher un produit avant de l'acheter... Une chaîne d'hypermarché au Luxembourg a pris le pas en créant des jardins d'intérieurs pour cueillir ses herbes aromatiques, des ateliers pour enfants dans les espaces boulangeries, une onglerie ou encore une salle de sport intégrée au supermarché.

Il apparaît désormais nécessaire pour les enseignes de consolider et structurer ces solutions afin de conserver cette clientèle acquise, retrouver un dynamisme de croissance, équilibrer les coûts d'exploitation et se projeter à nouveau sur une politique de développement.

Contenu conçu et proposé par UnEmplacement.com. La rédaction du Figaro n'a pas participé à la réalisation de cet article.

Plus de services

L'actualité à ne pas manquer

- Résultats des élections
- Elections municipales 2020
- Brexit : tout savoir
- Tension Iran-Etats Unis
- Crise politique italienne
- Mandat Donald Trump
- Corée-Du-Nord
- Actualité politique en temps réel
- Analyses, débats politiques et sociétaux
- Crise des prisons

Programme TV

- Programme TV ce soir
- Programme TV en ce moment
- Programme TV TNT
- Séries Netflix, HBO, OCS et TV
- Election et photos Miss France
- Programme TV film
- Programme TV Canalsat
- Programme TV Free
- Programme TV SFR
- Actu people

Sport

- Calendriers et résultats des matchs en direct
- Résultats, classement général Tour De France
- Ballon d'Or France Football
- Actualité cyclisme
- Actualité Euro 2020
- Transferts football
- Classement Ligue 1
- Jeux Olympiques Japon Tokyo 2020
- Calendrier Euro 2020
- Classement top 14

Madame

- Horoscope
- Guide du mariage
- Recettes de cuisine
- Brigitte Macron
- Actu mode
- Apéritif dînatoire
- Fête des mères
- Tendance bijoux
- Meghan Markle
- Gainer son corps

Santé

- Fiches et guides des médicaments
- Astuces et conseils bien-être
- Santé et sexualité
- Index des maladies
- Conseils alimentation, nutrition et santé
- L'encyclopédie des organes
- Conseils en psychologie
- La pollution va t-elle nous tuer ?
- Apnée du sommeil : Comment mieux dormir ?
- 15 mythes sur les vertus des aliments

Guide d'achat

- Guide d'achat maison et jardin
- Guide d'achat santé et beauté
- Guide d'achat high-tech
- Guide d'achat smartphones et tablettes
- Comment choisir le meilleur extracteur de jus ?
- Quelle est la meilleure montre connectée ?
- Quel est le meilleur home cinéma sans fil ?
- Comparatif semelle gel
- Quel épilateur électrique choisir ?
- Bons plans

Éducation et orientation

- Résultats Bac
- Révisions du Bac
- Parcoursup
- Annuaire des écoles de commerce
- Les entreprises qui recrutent
- Trouver un stage
- Résultats Brevet des collèges
- Classement des écoles de commerce
- Trouver une alternance
- Agenda étudiant : JPO, salons...

Culture

- Succession de Johnny Hallyday
- Sorties cinéma
- Guide arts et expositions
- Actualité musicale
- Actualité jeux-vidéo
- Citations et proverbes
- Réservation de spectacles et théâtre
- Sortir à Paris
- Histoire de France
- Langue française

Codes promos et réductions

- Code promo Wish
- Code promo Cdiscount
- Code promo SheIn
- Code promo eBay
- Code promo AliExpess
- Code promo Deliveroo
- Code promo Nike
- Code promo Sephora
- Code promo Showroomprive
- Code promo Asos

Offres d'emploi

- Toutes les offres d'emploi
- Emploi à Paris
- Emploi à Lyon
- Emploi à Toulouse
- Emploi à Nantes
- Emploi à Bordeaux
- Emploi commercial
- Emploi contrôleur de gestion
- Emploi logistique
- Emploi communication

Annonces immobilières

- Annonces immobilières
- Achat appartement Paris
- Achat appartement Nice
- Achat appartement Cannes
- Achat appartement Bordeaux
- Achat appartement Lyon
- Achat appartement Aix-en-provence
- Achat maison Bordeaux
- Achat maison Marseille
- Achat maison Montpellier

Économie argent et finances

- Simulateur de seuil de richesse
- Actualité économique et analyses
- Impôts sur le revenu : simulateur
- Palmarès des villes où investir dans l'immobilier
- Studios et 2-pièces : les loyers ville par ville
- Calculer l'impôt à payer
- Barème des droits de succession et donation
- Indice de référence des loyers (IRL)
- En France, les hauts revenus sont-ils tous des «riches»?
- Carte familles nombreuses : jusqu'à 75 % de réduction sur les billets de train

Voyage

- Guide des croisières
- Guide voyage Jordanie
- Guide voyage Namibie
- Guide voyage Maroc
- Guide voyage New York
- Guide voyage Birmanie
- Guide voyage Lille
- Guide voyage Antilles
- Guide voyage Japon
- Guide voyage Amsterdam

Les magazines Figaro

- Le Figaro Magazine
- Madame Figaro
- Le Figaro
- Le Figaro Hors-Série
- TV Magazine
- Le Figaro Scope
- F, l'art de vivre

Services

- SCPI de rendement
- L'assurance en 2021
- Guide Actes Etat Civil
- Changer d'assurance de prêt immobilier