# Local commercial : comment rentabiliser son investissement ?

10 DÉCEMBRE 2019

PARTAGER SUR

P29640429118
50 EURO
50

Avec un taux de vacance des locaux commerciaux en centre-ville en constante augmentation ces 10 dernières années, l'immobilier commercial est à bout de souffle. Et pour cause, il est de plus en plus victime de « retail bashing » par les investisseurs institutionnels. Dans ce climat d'incertitudes, certaines villes résistent mieux que d'autres. Décryptage de ce marché en pleine révolution.

## Le commerce physique est-il destiné à disparaitre ?

Le chiffre d'affaires généré par les ventes en ligne peut dépasser les 100 milliards en 2019 selon les estimations de la FEVAD (Fédération du e-commerce et de la vente à distance), alors qu'il n'était que de 20 milliards en 2008. Ce phénomène est le résultat de l'évolution des modes et parcours de consommation (renseignement en ligne avant l'acte d'achat), du manque de réactivité des retailers traditionnels à prendre le virage du digital, du surplus de surface commerciale alimentée par l'appétit insatiable des foncières commerciales de ces trente dernières années, et finalement de la croissance massive de la population en milieu urbain.

La conséquence directe de cet engrenage est une **fragilisation du tissu économique du commerce de détail** au niveau national avec des fermetures en cascade de commerces dans les villes moyennes et une augmentation du taux de vacances des centres villes qui est passé de 7% en 2012 à 12% en 2018 selon le Procos (Fédération du commerce spécialisé). Le problème est tel que l'Etat est récemment intervenu sous la pression des collectivités territoriales en injectant une enveloppe de 5 milliards d'euros via l'initiative « action cœur de ville » dans plus de 200 villes souffrant le plus de ce phénomène de désertification, mais cela sera-t-il suffisant ? De leur côté, les enseignes nationales, qu'on considérait « too big to fail », ne sont pas épargnées. Avec des exemples frappants dans le secteur du prêt-à-porter, qui a le plus souffert de la montée en puissance du digital : le démantèlement du groupe Vivarte, la fermeture de 180 magasins par l'enseigne Promod ou encore la disparition de l'enseigne MIM.

Néanmoins, le commerce physique n'a pas tiré sa révérence selon Aurélien Tert co-fondateur d'UnEmplacement.com *« Comme toute entreprise, un marché suit la courbe d'un cycle de vie avec une phase de croissance, de maturité et de déclin. Cette phase de déclin est en cours pour le commerce physique traditionnel, ce qui lui permettra de se restructurer et de progressivement reprendre le chemin de la croissance dans les années à venir. Il ne faut pas oublier que le commerce physique détient un atout majeur sur les géants du e-commerce : l'expérience client. Cette chaleur humaine est LA barrière à l'entrée du commerçant 3.0 et ça, les pur players du web l'ont bien compris en ouvrant également leurs propres points de vente ».*

## Quelles villes doit-on cibler en tant qu'investisseur ?

En moyenne, la moitié de la demande placée et qualifiée en immobilier de commerce cible **les villes de plus de 50 000 habitants.** Pour vous donner un ordre d'idées, cela équivaut à des villes de la taille de Vincennes en Île-de-France, Bayonne dans les Pyrénées-Atlantiques ou encore Brive la Gaillarde en Corrèze. Toutefois, ce niveau plancher ne reste qu'un indicateur qui doit être mis en relation avec le dynamisme sociodémographique et commercial des zones ciblées par vos recherches de murs commerciaux (taux d'emploi, taux de natalité, structure et évolution de la population, programmes immobiliers à venir, politique économique et projets urbains des collectivités territoriales des 10 prochaines années…).

Néanmoins, si vous souhaitez limiter vos risques au maximum, il est conseillé de concentrer vos recherches de rachat de murs commerciaux ou terrains dans les villes de plus de 200 000 habitants. En effet, 25% de la demande placée et qualifiée en immobilier commercial cible les 10 villes suivantes : Paris, Lyon, Bordeaux, Marseille, Nice, Nantes, Montpellier, Toulouse, Strasbourg et Rennes (Lille est juste derrière).

Il n'est pas surprenant également de constater dans ce palmarès que **50% des recherches de locaux commerciaux sont concentrés à Paris,** qui font de la ville lumière la destination N°1 en France pour l'investissement dans les murs commerciaux. Cette traction entraine une situation de pénurie avec plus de 98,6% des 84 000 locaux commerciaux recensés dans la capitale, qui sont occupés par une activité de commerce, selon le dernier plan local d'urbanisme de la ville de Paris. A cela il faut rajouter que la surface de plancher consacrée à la vente de détail n'augmente pas, ce qui mécaniquement entraine une rareté de l'offre, une opacité du marché et une flambée des prix, avec les meilleures opportunités qui partent sous 24h à 48h.

## Comment optimiser vos chances de pérenniser votre investissement ?

Avant d'investir dans des murs commerciaux, il vous faut analyser deux aspects essentiels en plus du secteur géographique et de la dynamique commerciale : quelles sont les contraintes techniques des secteurs d'activité qui se développent et quels sont leurs principaux critères financiers ?

**Les secteurs d'activités qui ont le vent en poupe** sont ceux dont la chaine de valeur ne peut être entièrement digitalisée et pour lesquels l'aspect humain reste au cœur de l'offre commerciale. Il n'est donc pas étonnant que les trois quarts des recherches de locaux commerciaux et terrains soient regroupées dans les trois secteurs principaux suivants :

- La restauration rapide de type snacking (fast good, healthy) ;
- Les loisirs (salles d'escalades en bloc, air de jeux indoor pour les enfants) ;
- Le commerce de proximité alimentaire avec une prédominance des enseignes Bio.

Pour vous convaincre de cette tendance, rendez-vous au salon de franchise qui se déroule fin mars à Paris pour constater cet engouement dans l'univers de la restauration. En effet, chaque année le village dédié aux enseignes de restauration prend de plus en plus d'ampleur avec une majorité des concepts qui se décline en mono-produits (tacos, bars à salade, crêpes etc…).

**Au niveau des contraintes techniques**, privilégiez en priorité un local commercial avec une extraction pour évacuer les fumées et odeurs de cuissons. En effet, ce critère est éliminatoire pour la majorité des restaurateurs. L'autre intérêt est qu'il existe une pénurie de locaux commerciaux avec extraction dans la majorité des centres villes des grandes métropoles. Par exemple, à Paris moins de 10% des locaux commerciaux en bénéficient, selon le dernier plan local d'urbanisme. La raison est simple : la majorité des locaux commerciaux en pieds d'immeuble à Paris date du début du 20$^{ème}$ siècle et ce type d'installation n'était pas prévue à l'époque. La conséquence aujourd'hui est qu'il est extrêmement difficile de faire voter par la copropriété ce type d'installation qui sont souvent synonymes de nuisances olfactives et sonores. Elles peuvent ainsi faire chuter le prix au m² des appartements de l'immeuble. Cette difficulté permet aux rares bailleurs disposant d'une extraction dans leur local commercial de pratiquer des loyers plus élevés et ainsi augmenter leur rentabilité acte en main.

Pour contourner cette problématique, plusieurs enseignes de restauration ont fait le choix soit de se tourner vers la technologie du charbon actif pour aspirer les fumées de cuisson, soit de supprimer complètement l'extraction avec un concept de restauration froide comme les bars à salades qui sont en plein boom avec des concepts tels que Mongoo à Paris ou la franchise Eat Salad au niveau national.

Concernant les enseignes de loisirs, ce qui fait souvent défaut est la hauteur sous plafond avec des besoins pouvant aller jusqu'à 5 mètres de hauteur minimum, notamment pour les concepts d'escalade en bloc. Sachant que la majorité des locaux commerciaux en centre-ville ne dépassent pas 2,20 à 2,80 mètres de hauteur sous plafond, la majorité de ces concepts choisissent en général de s'excentrer en périphérie des villes dans des zones d'activités commerciales (Retail Parks) voir même des zones industrielles dans d'immenses hangars ou entrepôts. Cependant, certains concepts comme Vertical Art ont récemment ouvert sur 1 000 m² leur deuxième unité à Pigalle.

**Au niveau des critères financiers**, le niveau moyen de loyer recherché en France est de 300€ /m² par an avec une surface totale comprise entre 200 et 700 m². Là encore, Paris fait figure d'ovni, avec des preneurs prêts à mettre en moyenne 560 € / m² par an soit 80% de plus que la moyenne nationale. Ainsi pour un local commercial à Paris de 350 m², qui correspond à la surface moyenne recherchée dans la capitale, le propriétaire peut prétendre recevoir un surplus de loyer de 90 000€ par an par rapport à la moyenne nationale. Une belle opération sur le papier, pour laquelle il ne faut pas oublier de toujours mettre en confrontation le loyer avec l'investissement demandé, privilégiez toujours le taux de rentabilité net.

Finalement, pensez à garder un œil lorsque votre locataire actuel souhaitera revendre son fonds de commerce. Effectivement, le montant de la cession peut vous impacter indirectement en démotivant de futurs commerçants de prendre la relève. A titre indicatif, le niveau moyen des cessions de fonds de commerce au niveau national dans le dernier baromètre du BODACC est de 186 000€. Dernièrement avec les difficultés du commerce physique, de plus en plus de preneurs recherchent des locaux commerciaux en location pure, c'est-à-dire sans racheter le fonds de commerce.

## Quelles sont les autres pistes pour augmenter la rentabilité d'un local commercial ?

Les investisseurs les plus rusés sont souvent ceux qui « think outside the box ». Autrement dit, ce sont ceux qui arrivent à trouver des opportunités avant que cela ne devienne une tendance. Au travers d'enquêtes, deux tendances sortent du lot. Elles permettent d'augmenter la rentabilité de votre local commercial. Mais attention ce type d'investissement est incertain. Qui dit plus risqué dit plus de profits, « no pain, no gain ».

**La première tendance est liée à l'explosion d'internet** avec les pur players, qui après être des géants du web, sont également des logisticiens hors pair. Une seule obsession : réduire le coût du dernier kilomètre, qui leur coûte une fortune. Par exemple, l'arrivée d'Amazon avec Amazon go lui permettra de bénéficier de points relais logistiques en milieu urbain afin d'amener ses clients à venir récupérer leurs achats effectués sur internet directement dans leurs magasins en centre-ville, et pourquoi pas y réaliser en même temps des achats supplémentaires.

Ce phénomène touche également les logisticiens classiques à la chasse au moindre mètre carré à optimiser à Paris. Depuis ces 5 dernières années, ils investissent jusqu'aux garages voire même les caves des particuliers. On pourrait pousser le concept encore plus loin, en anticipant que d'ici les 30 prochaines années il n'y aura plus aucune voiture dans les rues de la capitale, lié à la politique de mobilité de la mairie de Paris. Ainsi, les concessionnaires de parkings souterrains pourraient transformer leurs actifs en d'immenses entrepôts géants en cœur de ville, une vraie mine d'or où chaque centimètre carré sera rentabilisé.

Ce phénomène de logistique urbaine est une piste intéressante à creuser pour convertir votre local commercial en relais logistique. Cela présente l'avantage de ne pas avoir à subir les aléas d'un commerce traditionnel (besoin d'extraction, loyer dépendant de la santé et vie privée d'un commerçant). Toutefois, la demande de transfert d'activité pourrait bloquer en mairie. En effet, celle-ci verrait ce phénomène comme une menace pour les commerces de proximité et pourrait donc opposer son veto à la déspécialisation du bail commercial pour une activité de logistique jugée dégradante et « sans âme » pour la vie de quartier.

L'autre piste à étudier est **le phénomène de location saisonnière** via des plateformes de mise en relation entre particuliers comme AirBnb. Depuis la mise en place de la limite de 120 nuitées par an à Paris, des investisseurs ont transformé leurs locaux commerciaux inoccupés voir des bureaux en résidence saisonnière pour touriste. Les bailleurs peuvent espérer des gains deux, trois à quatre fois supérieurs à un bail commercial classique, sans en subir les contraintes. Des sociétés ont même senti le coup venir et ce sont spécialisées dans cette activité. Néanmoins, ce type d'investissement est un coup de poker avec une vision spéculative et très court terme. En effet, comme avec l'immobilier d'habitation, les mairies ont à cœur de conserver une âme commerciale au centre des métropoles et prennent déjà ce problème à bras le corps. D'ici quelques années, elles pourront voter une loi réduisant voir interdisant ce type de pratique.

**ARTICLE ÉCRIT PAR**

La rédaction

...

Voir ses contributions

AUTHOR

## Pour en savoir plus

COLLABORATION

BUREAU & COWORKING

### Favoriser la collaboration en entreprise par l'espace de travail

Il y a les bureaux. Et puis, il y a les bureaux inspirants. Un bureau inspirant est souvent synonyme de […]

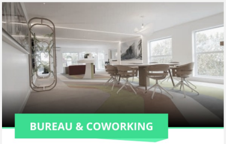
🟩 **Solutions partenaire** 22 novembre 2019

BUREAU & COWORKING

### Salariés : quels enjeux pour votre mobilité professionnelle géographique ?

Le temps de l'entreprise à vie est pratiquement révolu. Si nos parents ou grands-parents pouvaient passer la majorité de leur […]

🟩 **La rédaction** 24 septembre 2019



BUREAU & COWORKING

### Les bureaux modulaires, entre bien-être au travail, respect environnemental et économie

A l'heure de la transition numérique, de la transition écologique et du bien-être au travail, comment concevoir les bureaux ? Pourquoi […]

🟩 **La rédaction** 18 septembre 2019

+ d'articles

## Découvrez nos services

bureaux à partager

BUREAU & COWORKING

**Partager un bureau**

+ de services

Services Les Echos Solutions

Tous droits réservés - Les Echos Solutions

Qui sommes-nous ? - Offres - Ils en parlent - Entreprises - Mentions Légales - CGU - Politique de confidentialité - Charte Cookies

**Ne ratez plus nos Solutions. Abonnez-vous à notre newsletter !**

Votre adresse mail **INSCRIVEZ-MOI**