

## 2010 : poursuite de l'expansion rapide des surfaces commerciales en France

---

La production de surface commerciale s'est poursuivie à un rythme soutenu en 2010. Plus de 4,1 millions de m<sup>2</sup> de nouvelles surfaces commerciales ont été autorisées par les collectivités cette année, après un précédent record à 4 millions de m<sup>2</sup> en 2009. Les promoteurs détiennent en stock quelques 7,5 millions de m<sup>2</sup> de projets livrables d'ici 5 ans, dont 42 % ont déjà obtenu leur autorisation.

### ■ 4,1 millions de m<sup>2</sup> de nouvelles surfaces commerciales en 2010

En France, tout projet commercial est soumis à une autorisation préalable, dès lors qu'il développe une surface de vente supérieure à un seuil, porté de 300 m<sup>2</sup> à 1.000 m<sup>2</sup> par la loi de modernisation de l'économie (LME) depuis novembre 2008.

En 2010, près de 3,1 millions de m<sup>2</sup> de surfaces commerciales ont été autorisés par le régime des Commissions Départementales d'Aménagement Commercial (CDAC) en France métropolitaine. Les 3/4 des surfaces autorisées sont des créations, 1/4 des extensions : 2/3 des surfaces autorisées concernent la création ou l'extension d'un ensemble commercial, qu'il s'agisse d'un lotissement commercial (48 %) ou d'un centre commercial (15 %) ; 1/3 la création ou l'extension de grandes surfaces, qu'il s'agisse d'hypermarchés ou de supermarchés (13 %) ou de grandes surfaces spécialisées en majorité dans le bricolage, le jardinage, le sport et le meuble (22 %).

En prenant également en compte les créations et extensions de surfaces commerciales comprises dans la tranche de 300 à 1.000 m<sup>2</sup> tacitement autorisées par les collectivités<sup>1</sup>, soit plus d'un million de m<sup>2</sup> supplémentaires, plus de 4,1 millions de m<sup>2</sup> de surfaces commerciales ont finalement été produits cette année.

Ainsi, malgré l'atonie de la consommation, la production de surfaces commerciales se maintient à un rythme très soutenu. Elle atteint cette année son plus haut niveau, après le record de 2009 (3 millions de m<sup>2</sup> autorisés auxquelles s'ajoutaient les créations et extensions de surfaces dans la tranche de 300 à 1.000 m<sup>2</sup>, estimées à un million de m<sup>2</sup>).

### ■ Une pression qui se maintiendra dans les prochaines années, à la périphérie des villes

582 projets, représentant 7.496.000 m<sup>2</sup>, sont déjà prévus pour les 5 prochaines années, selon l'observatoire des projets d'ensembles commerciaux de Procos. Ce nombre se stabilise pour la première fois, après dix années de hausse continue. Toutefois, il se maintient à un de ses plus hauts niveaux de la décennie.

---

<sup>1</sup> Elles étaient auparavant soumises au régime des Commissions Départementales d'Équipement Commercial – CDEC.

87 % des surfaces en projet (5.900.000 m<sup>2</sup>) concernent des opérations de périphérie (en hausse de 7 points par rapport à 2009) dont 51 % des parcs d'activités commerciales (3.836.000 m<sup>2</sup>) et 29 % des centres commerciaux (2.210.650 m<sup>2</sup>). Les centres commerciaux situés en cœur d'agglomération (site d'hypercentre ou de péricentre) ne représentent que 11 % des surfaces en projet (796.600 m<sup>2</sup>).

Parmi ces 582 projets, 224 ont déjà obtenu leur autorisation ; ils représentent un volume de 3.150.000 m<sup>2</sup> de surfaces commerciales (dont 28 % - 890.000 m<sup>2</sup> - ouvriront dès 2011).

83 % des surfaces autorisées le sont en périphérie (2.628.000 m<sup>2</sup>), 1.583.000 m<sup>2</sup> sous forme de parcs d'activités commerciales (avec 2/3 de création, 1/3 d'extension), 1.155.000 m<sup>2</sup> sous forme de centres commerciaux (avec de nouveau 2/3 de création, 1/3 d'extension).

## ■ Changement de paradigme

Le commerce pourrait se réjouir de cette multiplication des opportunités d'implantation. Toutefois, le phénomène de découplage entre l'évolution du parc de surfaces commerciales et celui de la demande de consommation, à l'œuvre depuis une quinzaine d'années, continue de s'accélérer.

### Des loyers élevés

Ce phénomène pourrait avoir pour vertu de maintenir la compétitivité-prix de la filière. Or, du côté de l'immobilier commercial, les loyers des murs commerciaux, bien que toujours plus nombreux, se maintiennent à des niveaux très élevés. Certes, depuis la crise de 2008, les relations entre bailleurs et locataires ont évolué. Les échecs de plusieurs ouvertures de grands centres commerciaux ont permis d'ouvrir des négociations ayant conduit à des baisses significatives (mais seulement temporaires) de loyers. L'instauration d'un nouvel Indice des loyers commerciaux en 2008, qui se substitue sur accord des partis à l'Indice des coûts de la construction, a permis de juguler les phénomènes de hausses brutales. Rappelons que l'indice du coût de la construction, sur lequel les augmentations de la plupart des baux commerciaux restent indexées en France, a connu une augmentation de 39 % en dix ans quand, dans le même temps, l'évolution des dépenses de consommation des ménages n'a progressé que de 20 %. Enfin, les nouveaux projets d'immobilier commercial sortent à des prix plus raisonnables. Toutefois, ces loyers, s'ils sont désormais contenus, se maintiennent, par un effet de cliquet caractéristique du fonctionnement des marchés immobiliers, à des niveaux qui restent élevés.

### Une consommation ralentie

Du côté distributeurs : les prix des biens de consommation ne baissent pas non plus, bloqués cette fois par la diminution des marges (elle-même en partie consécutive de l'augmentation des taux d'effort locatif). Ils devraient même augmenter dans certains secteurs d'activités dès cette année, à la suite du renchérissement attendu des coûts mondiaux des matières premières et de fret.

En l'absence d'un fort rebond de la consommation, de plus en plus hypothétique à moyen terme (elle progresse seulement de 0,5 à 0,7 % par an depuis 2008 alors qu'elle progressait d'environ 2 à 2,5 % par an jusqu'en 2007), la poursuite de la croissance extensive du parc de surface commerciale fait peser un risque économique sur l'ensemble de la filière : baisse de la rentabilité des points de vente pour les distributeurs, dépréciation d'actifs immobiliers pour les promoteurs investisseurs. Les collectivités, quant à elles, sont de plus en plus exposées au développement de friches commerciales sur leur territoire.

## La recherche de meilleurs équilibres

Mieux vaut prévenir que guérir. De nouveaux modes de coproduction et de partage de la valeur ajoutée du commerce devraient être encouragés dans les relations entre distributeurs et promoteurs investisseurs, afin de renforcer la sécurité mutuelle de leurs investissements, sur un horizon pérenne.

De même, de nouvelles approches de la planification urbaine sont sans doute nécessaires, pour favoriser un développement du commerce peut être plus intensif qu'extensif, en tout cas plus en phase avec les objectifs de développement durable des villes et les besoins de consommation liés à leur bassin de vie.

Ce changement de paradigme constitue le principal motif de la proposition de loi de réforme de l'urbanisme commercial, adoptée en première lecture à l'Assemblée Nationale et actuellement au Sénat. Celle-ci vise en effet à un meilleur équilibre entre les exigences d'aménagement du territoire et l'impératif économique et juridique de liberté d'établissement et de concurrence. Il défend en particulier l'introduction d'un changement complet de gouvernance en matière de régulation des implantations commerciales, à travers l'intégration de l'urbanisme commercial au droit commun de l'urbanisme. Procos ne peut qu'appeler à son vote et à sa promulgation rapide.

## Note Méthodologique

### Sources et données

Le bilan a été établi à partir des sources préfectorales, en France métropolitaine, à la mi-décembre 2010. Les données, disponibles dans 88 départements, portent sur un total de 2.794.060 m<sup>2</sup> de surfaces autorisées. Le bilan global, qui fait état de près de 3,1 millions de m<sup>2</sup> de surfaces autorisées, a été établi après extrapolation des données non renseignées dans 8 départements (Haute Corse, Creuse, Oise, Haute Normandie, Vosges, Territoire de Belfort, Hauts de Seine). Pour 2010, le niveau d'un million de m<sup>2</sup> pour la tranche des 300 à 1.000 m<sup>2</sup> est sans doute en deçà de la réalité, compte tenu de l'accélération du rythme d'ouverture des supérettes urbaines et des hard discounts.

### L'Observatoire Procos des projets commerciaux

Les résultats de cette étude sont issus de l'Observatoire Procos des projets commerciaux, mis en place en 1992. Par projets commerciaux sont considérées toutes les opérations d'aménagement ou de promotion comprenant une programmation commerciale supérieure ou égale à 4.000 m<sup>2</sup> pour les créations et supérieure ou égale à 2.000 m<sup>2</sup> pour les extensions de sites existants. Il s'agit d'une base de données prospective, permettant de réaliser un état des lieux du stock de m<sup>2</sup> commerciaux en projet, puisqu'elle recense les projets très en amont et non pas uniquement lors de leur passage devant les Commissions Départementales d'Aménagement Commercial.

Cette base de données est quotidiennement mise à jour à travers des contacts avec les promoteurs, collectivités locales, organismes consulaires, sociétés d'aménagement et une veille presse.

## Bilan conjoncture du commerce spécialisé 2010

### 2010 ne compense pas les pertes subies en 2009

	2010	2009
Décembre	- 1,9 %	+ 3,6 %
Cumul 12 mois	+ 1,6 %	- 1,8 %

#### Décembre 2010

En décembre 2010, les enseignes du commerce spécialisé subissent un recul de leur chiffre d'affaires de - 1,9 %. Ces mauvaises performances (alors que novembre 2010 augurait d'une bonne tendance pour la fin de l'année) résultent d'une conjonction de plusieurs facteurs :

- Un effet calendaire : le 25 décembre tombant un samedi, décembre 2010 comptait un samedi de moins que décembre 2009.
- Les conditions climatiques (neige, verglas) qui ont perturbé l'accès à certains sites commerciaux et/ou la livraison des produits en magasins
- Un effet historique, décembre 2009 ayant été très bon

Au-delà des simples aspects factuels, ce recul, sur une période cruciale pour les entreprises du commerce, traduit surtout une très grande prudence, voire une frilosité, des consommateurs. Cette tendance, que l'on retrouve également dans la baisse de fréquentation des centres commerciaux, est marquée depuis septembre 2010.

Les résultats, selon les secteurs d'activité, ont été très contrastés : très positif pour le loisirs/culture et l'alimentaire spécialisé ; positif pour l'équipement de la maison et légèrement négatif pour la santé/beauté. En revanche, l'équipement de la personne et la restauration ont souffert.

#### Bilan 2010

Au cumul, 2010 s'achève toutefois sur une note positive, avec une légère progression de + 1,6 %. Cette progression ne rattrape pas les pertes de chiffres d'affaires enregistrées en 2009 (- 1,8 %) et en 2008 (- 0,4 %).

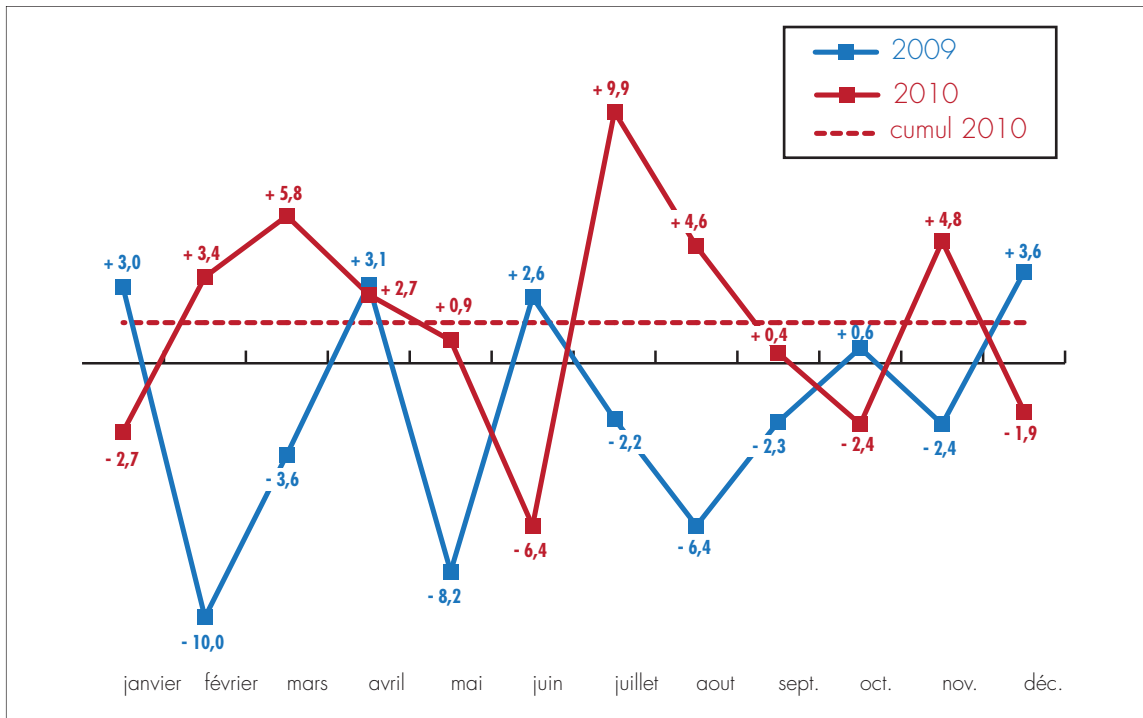
Ces résultats sont également à nuancer par la représentativité du panel Procos, composé exclusivement d'enseignes nationales, donc plus performantes – ou plus résistantes aux difficultés économiques – que l'ensemble du commerce.

#### Contacts presse

##### Procos

Aude Le Vaillant  
Tél. 01.44.88.95.60  
aude.levaillant@procos.org

Procos, fédération pour l'urbanisme et le développement du commerce spécialisé,  
représente 240 enseignes du commerce spécialisé - près de 37.000 points de vente  
460.000 emplois - 62 milliards d'euros de chiffres d'affaires



2010 a démarré par un 1<sup>er</sup> trimestre 2010 correct grâce aux bonnes performances de février et surtout du mois de mars, qui bénéficiait d'un jour ouvré supplémentaires et de conditions climatiques printanières. A contrario, janvier avait été très perturbé par des épisodes neigeux au lancement des soldes.

Les enseignes ont connu un mois de juin très difficile, pénalisées par le décalage des soldes mais ont bénéficié d'un rattrapage de l'activité sur les deux mois d'été, et tout particulièrement en juillet.

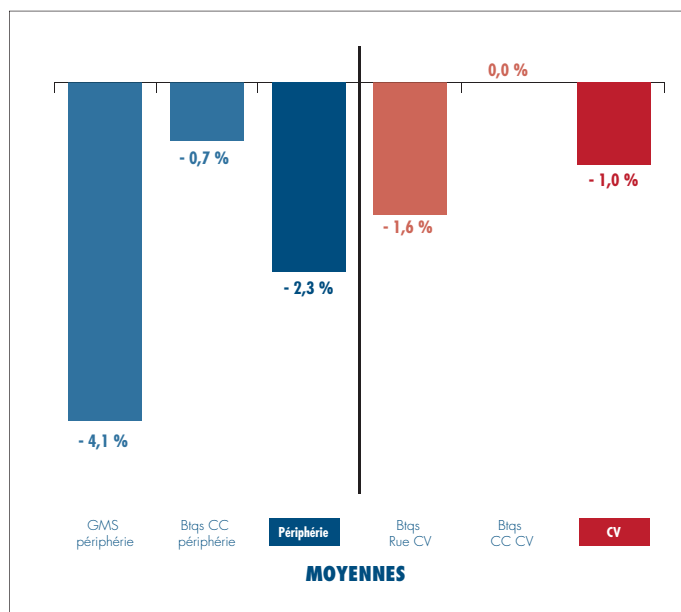
Après cette « embellie estivale », septembre a fortement déçu, d'autant que les enseignes évoluaient sur un historiquement dégradé (- 2,3 % en septembre 2009).

Il faut attendre novembre pour que l'activité commerciale reparte, avec les premiers achats de fin d'année et l'arrivée du froid... Conditions hivernales qui vont toutefois se détériorer jusqu'à perturber fortement l'activité du mois de décembre....

## Evolution par sites

En décembre 2010, à l'exception des centres commerciaux de centre-ville (étals), tous les sites commerciaux ont enregistré des évolutions négatives, et tout particulièrement les zones d'activité commerciale de périphérie (sans doute très impactées par les conditions climatiques).

Les sites de centre-ville ont plutôt mieux résisté que les sites de périphérie.

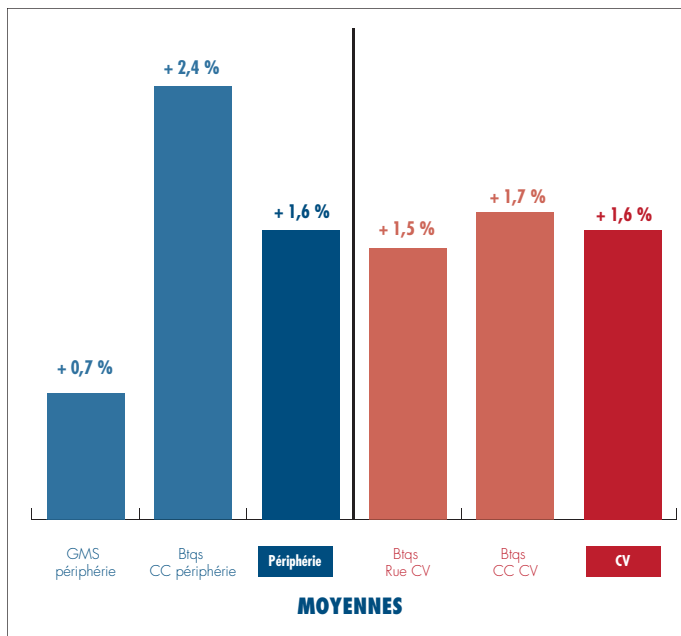


## Cumul 2010

Au global 2010, sites de centre-ville et sites de périphérie ont connu des évolutions homogènes, avec une légère progression (+ 1,6 %) des chiffres d'affaires.

Les centres commerciaux font un peu mieux mais cette constatation est à nuancer doublement : le dynamisme émane essentiellement des grands centres commerciaux leaders, les galeries d'hypermarchés étant beaucoup à la peine.

De plus, il faut bien distinguer évolution des chiffres d'affaires et fréquentation des centres commerciaux : les enseignes des centres commerciaux ont fait un travail considérable (panier moyen, taux de transformation, marketing...) pour parvenir à compenser la baisse de fréquentation.



**2010 se solde donc par une légère reprise de l'activité pour les enseignes du commerce spécialisé.**

**Cette reprise s'avère toutefois fragile et ne permet pas de rattraper les pertes d'activités de 2009 et 2010.**

**Les freins à la consommation restent nombreux et sont plus marqués depuis septembre 2010.**

## Actualités de la Fédération Procos

---

### ■ H&M et les chocolats Roland Réauté viennent de rejoindre la Fédération Procos

- H&M : On ne présente plus l'enseigne de mode suédoise qui compte aujourd'hui 2.200 magasins environ répartis dans 38 pays et regroupe pas moins de 76.000 collaborateurs.
- Chocolats Roland Réauté : Chocolaterie familiale et artisanale qui crée en 1998 son premier magasin proposant le concept « Du chocolat pour tous et tous les jours ». Aujourd'hui l'enseigne dispose de 23 magasins en France tous situés en périphérie.

En **2010**, ce sont ainsi **8 nouvelles enseignes** qui ont choisi de rejoindre la fédération Procos : Sushi Shop, Carglass, Home Box, Thomas Cook, Damart, Héma, les Chocolats Roland Réauté et H&M.

### ■ Signature d'une annexe environnementale

La fédération Procos et le Conseil National des Centres Commerciaux (CNCC) ont signé, mardi 11 janvier 2011, une **annexe environnementale** à la Charte Bailleurs-Locataires du CNCC qui engage tous les acteurs des centres commerciaux dans une démarche collective de progrès. Les directeurs du Grenelle disposent qu'à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2012, les baux commerciaux devront contenir une annexe environnementale pour les surfaces commerciales supérieures à 2.000 m<sup>2</sup>. Enseignes et bailleurs entendent donc aller au-delà des obligations législatives.

Ce travail préfigure un partenariat plus large sur toutes les questions et les conséquences, importantes pour tous les acteurs du commerce, du Grenelle de l'environnement : réduction de nos consommations énergétiques et rénovation du parc commercial existant.

Procos a d'ailleurs demandé à Philippe Pelletier, président du « plan bâtiment Grenelle » d'être associé étroitement à tous les travaux liés à la rénovation du parc tertiaire bâti et à l'élaboration des nouvelles réglementations thermiques.

### ■ De nombreux chantiers à mener en 2011...

Procos travaille avec les bailleurs, à une meilleure **gestion des charges locatives** dans les centres commerciaux.

Dans un contexte économique difficile, les enseignes souhaitent voir les charges de fonctionnement bien maîtrisées et introduire plus de transparence et d'anticipation de la part de leurs gestionnaires. Une commission Procos/CNCC travaille ainsi depuis plusieurs mois à une nouvelle rédaction de la charte Bailleurs - Locataires.

Procos a également entamé une réflexion autour de l'avenir des **associations de commerçants** qui animent les centres commerciaux. La Cour de Cassation a rendu, le 20 mai dernier, un arrêt stipulant que les clauses d'adhésion aux associations de commerçants sont nulles et permettant au locataire de se faire rembourser les cotisations versées sur une durée de 5 ans.

Cette décision inquiète au plus haut point les bailleurs et gestionnaires de centres commerciaux et le CNCC a saisi Procos pour tenter de trouver une solution commune.

## ■ La délégation générale de Procos renforce ses équipes



### **Pascal Madry est nommé directeur de la Fédération Procos.**

Il était Directeur des Etudes de la Fédération depuis 2008.

Economiste et urbaniste, il a auparavant exercé des missions de recherche, d'étude et de conseil dans l'évaluation des politiques publiques, successivement, au sein du Crédoc, de l'Institut d'aménagement et d'urbanisme de la région Ile-de-France et la Caisse des Dépôts. Il s'est par la suite spécialisé comme consultant dans la réalisation de missions d'études et de conseil en matière d'urbanisme commercial, au sein du cabinet Bérénice pour la Ville et le Commerce.

Il enseigne aujourd'hui les stratégies du commerce et de l'immobilier commercial à l'Essec et à l'Institut d'Urbanisme de Paris et assure la direction au quotidien de l'Institut pour la Ville et le Commerce.

Il secondera Michel Pazoumian, Délégué Général de la Fédération Procos.



### Diplômé d'un MBA de l'Institut Supérieur Européen de Gestion, **Benoît Batard, 23 ans, intègre la fédération Procos en tant que Chargé d'Etudes.**

Il sera plus particulièrement en charge de l'élaboration des études Villes et Région et de l'animation du groupe Moyennes Surfaces organisé par la fédération pour ses enseignes adhérentes.