

## Quand les emplacements cultes poussent aux compromis

# BANANA REPUBLIC : 1 935 M<sup>2</sup> DONT 1 070 PONDÉRÉS SUR LES CHAMPS-ÉLYSÉES MAIS QUE VAUT UN SOUS-SOL EN PÉRIODE DE CRISE ?

*L'arrivée en France de Banana Republic a été saluée par la presse unanime. Enseigne sympathique, attendue depuis des lustres, elle voulait les Champs-Élysées. Elle les a eu, en acceptant le compromis de s'installer dans une surface réservée à l'origine par Go Sport et utilisée par Nike un moment, puis redécoupée. Résultat : un tout petit appel en rez-de-chaussée de grand linéaire (une trentaine de mètres en angle), eu égard la notoriété de la marque, et un immense sous-sol joliment agencé, confortable, haut de plafond, etc. Une vraie réussite, en tout cas en termes d'accueil. Reste que cette configuration inhabituelle pose une question : celle de la pondération de ces points de vente dont l'essentiel de la surface se trouve en étage ou en sous-sol. Magasin-cave ou magasin-appartement ? La réponse réside dans le peu de coques disponibles sur les emplacements cultes où tout le monde veut pourtant être ; mais tout de même magasin particulier, sur lequel on se demande si les systèmes classiques de pondération valent encore quelque chose.*

Par Patrick Colomer, président de Colomer Expertises

### CALCUL DE LA SURFACE PONDÉRÉE

Rez-de-chaussée	Aire de vente	223,7	M <sup>2</sup>	X	1,0	=	223,7
	Annexes	11,5	M <sup>2</sup>	X	0,5	=	5,75
		235,2		M <sup>2</sup>			
Sous-sol	Aire de vente	1484,2	M <sup>2</sup>	X	0,5	=	742,1
	Annexes	309,1	M <sup>2</sup>	X	0,25	=	77,28
2 <sup>e</sup> Sous-sol	Annexes	141,8	M <sup>2</sup>	X	0,15	=	21,27
		1935,1		M <sup>2</sup>			1070,1 M <sup>2</sup> Pgs*

Pondéré grande surface

Banana Republic a pris à bail en décembre 2011 un local d'une superficie de 2 170,30 m<sup>2</sup> dont 1 935,10 m<sup>2</sup> en sous sol, soit ... 89% de la surface totale, le loyer étant de 1 800 000 € !

En appliquant une pondération base grande surface commerciale :

Le mètre carré pondéré ressort à ... 1682 €. Ce montant très élevé s'explique par l'adresse : 22, avenue des Champs Elysées.

La décote à cet emplacement n'est que de 50% par rapport au prix des grandes surfaces commerciales en rez-de-chaussée (3 000 à

3 500 €/m<sup>2</sup> pgs). Plus haut sur l'avenue, les prix sont plus élevés (5 000 à 6 000 €/m<sup>2</sup> pgs).

En période de baisse de la consommation, on assiste à une diminution des valeurs locatives, sauf dans les emplacements de haute valeur commerciale ou ayant une forte visibilité.

Ainsi, l'emplacement qui a toujours été le critère prépondérant de l'immobilier, l'est encore plus en période de crise.

Les emplacements de moins bonne qualité sont les plus touchés, les locataires ayant tendance à rendre les clés aux bailleurs, sans chercher à céder leur droit au bail.

Le risque zéro consiste à privilégier les meilleurs emplacements, ce qui entraîne parfois des surenchères.

Cela s'explique aussi par la concurrence du e-commerce : les enseignes ont besoin de visibilité pour capter les parts de marché.

Les boutiques deviennent des lieux de service, d'accueil et de conseil, avec de plus en plus une théâtralisation (Desigual, Abercrombie...).

Les centres-villes sont les grands gagnants par rapport aux centres commerciaux. Leur regain d'attractivité est du au niveau des charges :

- charges de copropriété moins élevées que dans les centres commerciaux ;
- charges de fonctionnement moins élevées : les horaires d'ouverture ne sont pas contraignants, d'où une économie substantielle, notamment de personnel.

Mais aussi à :

- amélioration des accès (tramway notamment)
- création de parkings
- grande mixité avec des commerces indépendants offrant qualité, différenciation, sens du conseil et disponibilité relationnelle
- optimisation du temps consacré aux achats, proximité du domicile ou du bureau
- lien social plus fort