

MARCHÉ DES COMMERCES À LILLE (JUN 2016)

Article co-écrit par



Sylvain Denizot

Expert en évaluation Immobilière – REV
CBRE / Directeur régional Nord
(membre de l'IFEI)



Hervé Lefebvre

Expert près de la cour d'appel d'Amiens – REV
LH & Associés
(membre de l'IFEI)

Contexte et conjoncture

L'agglomération lilloise possède une forte densité en population (1 150 000 habitants au sein de la Métropole Européenne de Lille) et en nombre de commerces, et figure toujours en bonne place dans les stratégies d'implantation des enseignes nationales et internationales. Particulièrement pour toutes les enseignes belges, hollandaises, voire anglaises, la première implantation en France se fait souvent à Lille.

Ce fort dynamisme commercial se traduit mécaniquement par une cherté des prix en matière de commerces, rendant ainsi les transactions toujours plus complexes.

L'agglomération lilloise bénéficie néanmoins d'un tissu commercial périphérique très développé et rigoureusement organisé autour de zones commerciales attractives et concurrentielles dont elle a efficacement su tirer profit. En effet, contrairement à de nombreuses métropoles régionales, la région présente une répartition géographique remarquable et très homogène.

En 2015, Lille a ainsi pu poursuivre son développement commercial au travers de projets toujours plus innovants et ambitieux à l'image du très attendu centre commercial Lillenum prévu pour 2017 à Lille Sud ou du centre « Promenade de Flandre » prévue pour 2018 à Tourcoing, derniers nés d'une série de commerces nouvelle génération.

Au cours de l'année 2015 et du premier semestre 2016, les demandes sont restées solides et qualifiées. Mais la rencontre entre l'offre et la demande reste un frein aux transactions. En effet, l'offre

ne correspond pas toujours aux cahiers des charges des enseignes en termes de taille et de configuration, au regard des valeurs locatives demandées.

Ainsi, les enseignes sont en recherche active mais la prudence les rend exigeantes et attentistes, compte-tenu du niveau élevé des valeurs locatives. Peu de mouvements d'envergure ont donc été observés depuis 2014. La demande exprimée a diminué mais est restée de bon niveau. Elle se concentre sur le « prime » et les artères n° 1.

La rotation des enseignes en centre-ville et les opportunités d'implantation sur les meilleurs axes sont donc relativement faibles.

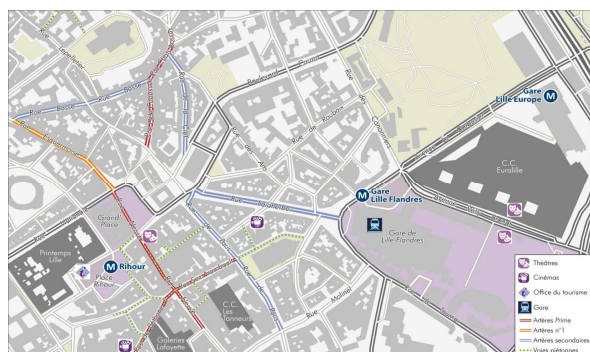
Le niveau des loyers en centre-ville pénalise particulièrement les indépendants, qui sont de plus en plus nombreux à cesser leur activité. La montée en gamme de la ville et le développement des enseignes de luxe expliqueraient en partie ce phénomène.



Centre de Lille

Tendances de marché – boutiques de centre-ville

Si l'attractivité commerciale de Lille demeure forte, la situation n'est toutefois pas homogène à l'intérieur du centre-ville, et l'on peut observer que les habitudes et les flux de consommation en centre-ville de Lille se réorientent depuis quelques années dans un axe compris entre la gare Lille Flandres et le Vieux-Lille, au détriment de l'axe reliant la gare à la rue de Béthune.



Quartier du Vieux-Lille



1. Les principaux secteurs du centre-ville

Vieux-Lille

Le Vieux-Lille demeure le point d'ancrage privilégié des enseignes de luxe et en vogue.

La rue de la Grande Chaussée et la rue des Chats Bossus confirment leur positionnement « haut de gamme » et demeurent les axes qui affichent les valeurs locatives les plus élevées, suivies par la rue Lepelletier, la rue Esquermoise et la rue Basse.

Toutefois le quartier est cher et les surfaces de plus de 300 m² y sont rares. Globalement, les valeurs n'évoluent pas beaucoup par rapport à l'année dernière, mais l'attractivité du secteur se renforce en revanche à l'échelle du centre-ville.

Les valeurs locatives théoriques restent stables sur un an sur les artères « prime » du centre-ville et s'établissent à 2 300 € HT HC/m²/an.



Rue de la Monnaie

Le Palais de la Bourse

Le principal marqueur de cette montée en puissance est sans conteste le projet du futur Palais de la Bourse, dans l'emblématique Beffroi de Lille, propriété de la CCI Grand Lille, dont la livraison est prévue pour fin 2016.

Ce chantier de 12 millions d'euros initié en 2014 consiste à ouvrir l'édifice sur l'extérieur : autour d'une place de 700 m² recouverte d'une verrière seront aménagés 1 200 m² de surfaces commerciales ainsi qu'un restaurant gastronomique.

Tout le rez-de-chaussée de l'édifice sera occupé par des boutiques, de moyenne et haute gammes (5 ou 6 enseignes au total), accessibles par la place du Théâtre, le Boulevard Carnot et la rue de la Clef, ce qui devrait créer ainsi une jonction naturelle entre les commerces du centre-ville et ceux du Vieux-Lille.

La CCI conservera environ 2 000 m² de bureaux, et 3 500 m² seront mis en location pour des activités tertiaires. Enfin, 4 000 m² seront également dévolus à des activités événementielles.

Outre l'arrivée de nouvelles enseignes, ce projet devrait entraîner également certains mouvements, le premier étant l'ouverture prévue d'un Zara, rue de la Bourse, en lieu et place de l'actuel magasin ZARA HOME, dans un local de 4 000 m² (ex-Eurodif) ; tout cela sans fermer les magasins de la rue de Béthune, de la Grand'Place et d'Euralille.

Rue Esquermoise

Cet axe demeure une artère intéressante du Vieux-Lille, proposant des locaux de grande taille, traditionnellement occupés par des enseignes d'ameublement et de décoration intérieure haut de gamme.

Si l'attractivité de la rue demeure, avec des niveaux de loyers pouvant atteindre 1 500 € à 1 800 €/m² pondéré/an pour les meilleurs emplacements, la spécialisation de la rue semble toutefois s'atténuer, avec notamment la fermeture de l'enseigne d'ameublement-décoration de luxe Flamant, ou encore l'arrivée de Starbucks sur une partie du magasin Roche Bobois. Ces locaux disponibles pourraient attirer dans la rue des enseignes internationales de prêt-à-porter en recherche de grandes surfaces dans le Vieux-Lille.

Secteur rue de Béthune / rue Neuve

La rue de Béthune / la rue Neuve, toujours majoritairement orientées « mass market », continuent d'afficher des niveaux de loyers élevés (1 500 € à 2 000 €/m² pondéré/an pour les meilleurs emplacements) mais sont actuellement confrontées à la redistribution des habitudes de consommation.

En effet, depuis quelque temps les consommateurs s'orientent davantage vers Euralille (12 millions de visiteurs par an) et vers le Vieux-Lille, et par conséquent la rue de Béthune est devenue moins incontournable qu'avant.

Cette nouvelle donne s'est accentuée il y a quelques mois avec la fermeture de l'« Espace 31 », galerie marchande de 22 000 m² qui

abritait les Galeries Lafayette (l'enseigne a quitté Lille pour ouvrir un outlet store au centre Mc Arthur Glen de Roubaix), Darty (parti à Villeneuve d'Ascq) et la Grande Récré (parti rue Faidherbe, plus proche du Vieux-Lille).



Rue de Béthune

Secteur rue de Béthune / rue Neuve (suite)

La situation n'est toutefois pas alarmante dans la meilleure portion de la rue de Béthune (entre la rue Neuve et la Place de Béthune, là où sont situés notamment les cinémas UGC et Majestic). On a pu observer ces derniers temps que les bons emplacements du secteur continuent d'être recherchés par les enseignes de prêt-à-porter, car ils offrent des surfaces de ventes rationnelles et de grande taille (de 1 000 € à 2 000 m²) qui sont extrêmement rares dans le Vieux-Lille. À titre d'exemple :

- Mango a récemment remplacé Benetton quelques jours seulement après la fermeture de la boutique, passant ainsi d'une surface de 110 m² à 1 200 m², signe de la confiance de l'enseigne dans la rue ;
- Le départ annoncé de Kookaï devrait s'accompagner de l'arrivée de Carroll (deux enseignes du groupe Vivarte) qui quitterait la Grand'Place ;
- Une agence bancaire est en cours d'installation en lieu et place de l'ancien magasin France Loisirs ;
- Rue Neuve, Nike Store s'installera en lieu et place d'Etam, qui a rejoint Euralille ;
- L'enseigne Superdry s'est installée rue de la Vieille Comédie (axe adjacent à la rue de Béthune) pour un loyer de 1 419 € HT HC/m² pondéré/an).

2. Emplacements secondaires

Si les artères commerçantes les plus attractives continuent d'afficher des niveaux de loyers élevés, même dans le secteur plus tendu de la rue de Béthune, la situation est en revanche beaucoup moins uniforme dans les axes commerciaux secondaires :

Les axes secondaires du Vieux-Lille ou à proximité

Ces axes peinaient traditionnellement à attirer une clientèle d'enseignes nationales et internationales, en raison d'une accessibilité peu évidente et d'une offre de surfaces de vente petites et parfois peu fonctionnelles. Toutefois la tendance générale dans ces artères est depuis plusieurs années à une hausse des loyers, sous l'effet d'une demande accrue de la part d'enseignes nationales, notamment de prêt-à-porter. Les niveaux de loyers semblent toutefois stagner depuis 2014.

Principale raison à cela : le manque d'offre disponible et les niveaux de loyers très élevés dans les meilleurs emplacements du Vieux-Lille obligent les enseignes à revoir leurs stratégies d'implantation. On assiste donc à un élargissement de l'offre commerciale au profit des rues n° 1 et n° 1 bis adjacentes permettant aux enseignes de garder une bonne visibilité tout en bénéficiant de tarifs plus accessibles.

Ainsi, en 2015, l'enseigne Missmap s'est installée sur 47 m² rue Basse (VL : 1 021 € HT HC/m²/an), et les enseignes Mademoiselle Chapeau, Little & Tall, La Pause Givrée ou encore Liance & Brindille ont ouvert rue Bartholomé Masurel pour un loyer moyen de 690 € HT HC/m²/an.

Par ailleurs, de nouvelles enseignes de prêt-à-porter et d'accessoires de mode sont annoncées sur la rue de la Monnaie (Paul Marius, El Ganso) et sur la rue de la Clef, qui conservait pourtant traditionnellement un peu de vacance structurelle.

Soulignons également la montée en gamme de la rue Faidherbe, qui se positionne désormais comme un véritable relais entre la ville historique et le quartier des gares, et qui a accueilli en quelques années Apple Store, Eram, Monop', Bio C Bon, La Grande Récré, et plus récemment Un Jour Ailleurs ou encore Costa Coffee (VL : 1 074 € HT HC/m²/an).

Les bailleurs de la rue ont désormais la volonté de monter en gamme l'offre commerciale, quitte à recourir à l'éviction.



Rue Faidherbe

Les axes secondaires adjacents à la rue de Béthune

Les artères secondaires situées entre la rue de Béthune et Euralille connaissent en revanche une situation plus tendue : les enseignes sont à la peine et on assiste à des liquidations ou à des renégociations de loyers à la baisse, parfois de manière importante. À noter également : la mise en place de plus en plus fréquente de loyers progressifs lors de la signature des baux.

Cette situation est rendue d'autant plus difficile que le futur nouveau plan de circulation, réalisé sans réelle concertation avec les commerçants, ne facilitera pas l'accès à ces rues.

- C'est le cas de la rue de Paris et de la rue du Sec Arembault, situées dans le prolongement de la rue de Béthune en direction des gares, qui se caractérisent pourtant par des commerces moyen / haut de gamme de prêt-à-porter ou de loisirs, et qui s'appuyaient traditionnellement sur la présence du centre commercial Les Tanneurs. Or ce centre affiche aujourd'hui un taux de vacance supérieur à 30 % et a perdu plusieurs de ses locomotives (dernier en date : Joué Club parti à Villeneuve d'Ascq). Par conséquent la mauvaise santé du centre se répercute sur les locaux situés aux alentours (départ annoncé de Nike vers la rue Neuve) et aux Tanneurs comme dans les rues adjacentes, les flux piétons sont désormais en déclin.
- C'est aussi le cas de la galerie « Passage 57 », rue de Béthune, qui a subi les liquidations de plusieurs enseignes.



Rue du Sec Arembault

Cas particulier : la rue Nationale

Davantage orientée « services » (banques, assurances, agences immobilières, mutuelles), la rue Nationale apparaît quant à elle comme l'artère qui monte de ces derniers mois. Giant et AG2R La Mondiale s'y installent respectivement sur 200 m² et 360 m².

Le secteur de la rue autour du Printemps continue par ailleurs d'attirer certaines enseignes « mass-market ».

Les valeurs locatives

La ville est une des métropoles les plus chères de France : la part des transactions conclues à des valeurs > 1 500 € HT HC/m² pondéré/an est plus importante et les axes où de telles valeurs peuvent être atteintes sont plus nombreux (Béthune, Neuve, Grande Chaussée, Lepelletier, etc.) que dans d'autres capitales régionales.

Sur l'année 2015, la cote des valeurs locatives est globalement restée stable sur les meilleures adresses. En raison d'une augmentation de l'offre de locaux disponibles, les moins bons emplacements

commerciaux ont en revanche vu leur valeur locative diminuer.

La valeur « prime » est estimée à 2 300 € HT HC/m² pondéré/an. Les valeurs sont très élevées dans le quartier du Vieux-Lille, qui est prisé par les enseignes de luxe et haut de gamme et où les opportunités pour des surfaces de taille adéquate sont rares. Les enseignes « mass market » privilégient la rue de Béthune et les axes environnants.

Valeur locative brute (€ HT HC/m² pondéré/an)

Emplacement	Valeur locative (HT HC/m ² /an)	Principales artères commerciales
#1 « prime »	2 000 € - 2 300 €	■ Rue Grande Chaussée / Rue des Chats Bossus
	1 500 € - 2 300 €	■ Grand'Place / Rue de Béthune / Rue Neuve
#1	800 € - 1 500 €	■ Rue Esquermoise / Rue du Sec Arembault / Rue Lepelletier / rue de la Vieille Comédie
	800 € - 1 000 €	■ Rue de Paris / Rue Faidherbe
#1 Bis	600 € - 800 €	■ Rue Nationale
	500 € - 800 €	■ Rue Basse / Rue de la Clef / Rue de la Monnaie / Rue Masurel
#2	200 € - 400 €	■ Rue Gambetta / Rue du Molinel

Centres commerciaux

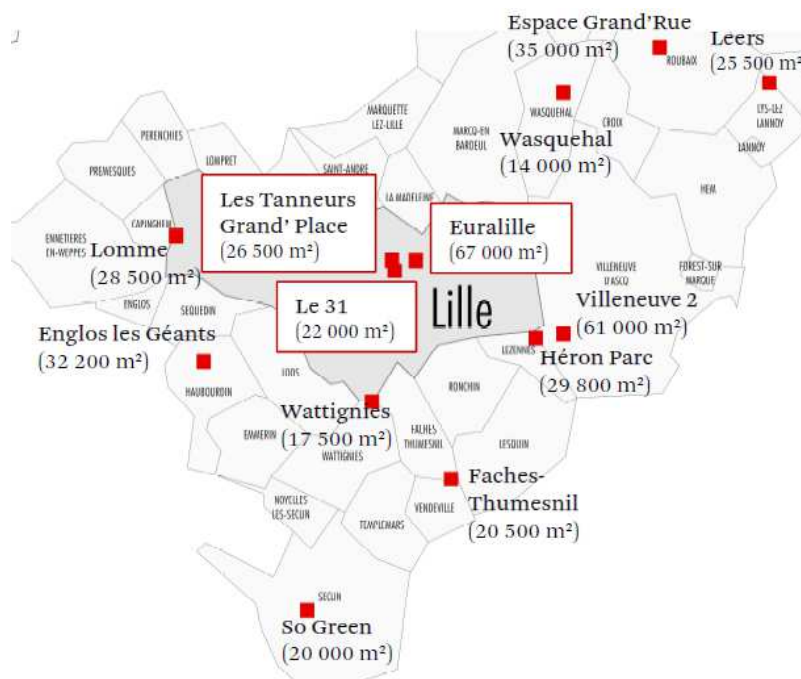
Avec pas moins de 13 centres commerciaux recensés en 2015, la région lilloise enregistre une offre commerciale parmi les plus importantes de France à l'échelle régionale. Principalement concentrés en périphérie tout en restant proche de la métropole, les principaux centres de la zone présentent l'avantage d'une offre à la fois adaptée et diversifiée dans une région où les centres commerciaux appartiennent largement à la vie quotidienne des métropolitains : selon un sondage réalisé en 2015 par la Voix du Nord, près de 50 % de la population dit fréquenter un centre commercial au moins 1 fois par semaine.



Les Tanneurs



Le 31



Euralille

Bilan et projets – centres commerciaux

Élus centres commerciaux préférés des habitants de l'agglomération, **Villeneuve 2** et **Euralille** dominent largement le marché lillois.

■ Zoom sur Euralille

Grâce à de lourdes rénovations réalisées ces dernières années (pour un montant totale de 48 M€), et grâce à d'importants efforts portés sur le marketing du centre, Unibail a réussi à imposer Euralille comme le centre commercial le plus performant du centre-ville : c'est aujourd'hui la référence pour les enseignes « mass-market ».

Avec 1,2 million de visiteurs par an, c'est lui qui attire la plupart des nouveaux concepts (Hollister, Lego Store, nouveau Zara sur 5 000 m²

sur 3 niveaux, nouveau concept Kiabi Kid, offre restauration retravaillée avec notamment l'arrivée de Burger King ou Starbucks, réduction de Carrefour de moitié et arrivée prochaine de Primark sur l'autre moitié, arrivée prochaine de Levi's...).

■ Zoom sur Les Tanneurs

Ce centre commercial sur deux niveaux, inauguré en 1986 et géré par Altaréa, est situé au cœur du centre-ville lillois, dans un secteur historiquement très commerçant.

Accessible depuis 3 rues différentes, ce centre est également accompagné d'un parking de 600 places.

Ce centre développe 18 000 m² GLA répartis en 42 cellules commerciales. Il accueille des enseignes nationales et internationales spécialisées principalement dans l'équipement de la personne et de la maison, avec également une petite zone restauration au premier étage. Parmi les principales enseignes, on peut citer C&A, La Fnac, Monoprix, Maisons du Monde...

Toutefois depuis plusieurs années, le centre peine à faire face à la concurrence grandissante d'Euralille et des centres commerciaux de

la périphérie lilloise, et les fermetures d'enseignes se poursuivent (dernières en date : Joué Club parti à Villeneuve d'Ascq et La Halle).

Le taux de vacance dépasse aujourd'hui les 30% et le taux de fréquentation affiche une baisse continue de 3% à 5% par an depuis 2013.

Par conséquent, Altaréa mène actuellement des études pour redynamiser l'attractivité commerciale du centre, avec par exemple un vaste projet de rénovation et d'ouverture des façades extérieures et des accès piétons, afin de redonner de la visibilité au centre qui est aujourd'hui trop enclavé.

Projets

Parmi les grands projets commerciaux dans la ville, citons Lillenum, qui a été lancé en 2011 (et dont la livraison ne devrait pas intervenir avant 2017). Situé dans le quartier Lille Sud, ce centre commercial accueillera entre autres 100 boutiques articulées autour d'un hypermarché Leclerc, 12 restaurants, 1 skybar et un hôtel 3* (Hampton) pour une surface totale de 56 000 m² (dont 37 000 m² GLA de commerces).



Lillenum



Lillenum

Des enseignes comme H&M ou Sephora ont déjà acté leur installation dans le centre.

Enfin, la restructuration du Palais de la Bourse détenu par la CCI du Grand Lille, est un des projets phare de la métropole. Ce bâtiment historique stratégiquement localisé entre le Vieux-Lille et le centre-ville sera redéveloppé en surfaces à vocation tertiaire, événementielle et commerciale, avec un positionnement haut de gamme.

Valeurs locatives à Lille

Valeur locative (HT HC/m²/an)

Centre commerciaux centre-ville	300 € - 600 €	■ Les Tanneurs
	600 € - 1 200 €	■ Euralille
Zones commerciales périphériques centre-ville	200 € - 400 €	■ V2, Englos