

COMMERCES DE PROXIMITÉ, POURQUOI ILS RÉSISTENT !

Petit-déjeuner presse
24 juin 2025

PRÉSENTATION DES ORATEURS



Jérôme DESCAMPS

Président de SELECTIRENTE
Gestion



Jean-Marc PETER

Directeur général de SOFIDY

SOMMAIRE



COMMERCE DE PROXIMITÉ, POURQUOI ILS RÉSISTENT !

1. Tendances favorables pour les commerces de proximité

- Un attachement culturel typiquement français
- Des commerces de proximité en phase avec leur époque
- Phygital : les commerces physiques et le e-commerce
- Des facteurs de soutien aux achats physiques
- Des phénomènes de métropolisation toujours à l'œuvre
- L'Etat attentif aux commerces de proximité
- Un paysage qui se recompose
- Paris : la ZTL, un facteur de soutien ?
- Focus Rue de Rivoli : le renouveau d'une artère emblématique

2. Un marché de l'immobilier commercial résilient

- Panorama macroéconomique
- La fin du retail bashing
- Focus Paris – La capitale, moteur de l'activité en commerces
- Des perspectives positives pour les commerces des centres-villes

3. SELECTIRENTE, LA foncière cotée en commerces de proximité

- ADN & évolution
- Granularité et qualité du patrimoine

DES TENDANCES FAVORABLES

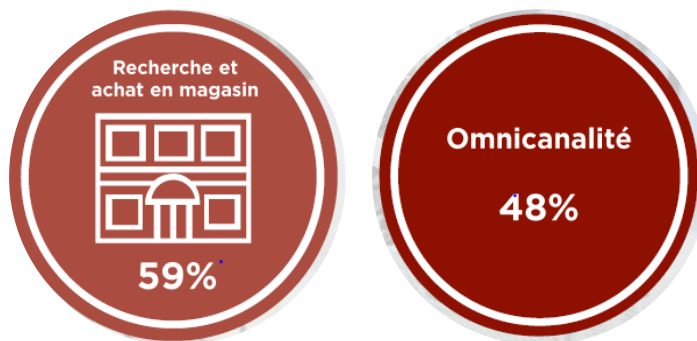
UN ATTACHEMENT CULTUREL TYPIQUEMENT FRANÇAIS

- **Un rôle déterminant** dans le tissu social des quartiers, par leur implantation au cœur des villes, le contact humain créé, l'immédiateté, et la relation client, mais aussi dans l'économie locale, selon la grande majorité des Français
- **Une fidélité à toute épreuve**

97% déclarent fréquenter régulièrement des commerces de proximité*



Les préférences des Français en matière d'achat***



Les nouvelles générations au rendez-vous !

30%
ont tendance à
privilégier les points de
vente physiques pour
leur shopping**

40%
affirment
acheter autant
en ligne qu'en
magasin**

Sources :
* : Infopro Digital, Statista pour American Express
** : Opinion Way, Infopro Digital

*** : Les parcours d'achat omnicanaux en France 2024 – IFOP pour COMARCH

DES COMMERCES DE PROXIMITÉ EN PHASE AVEC LEUR ÉPOQUE

- **Généralisation de l'automatisation**

Paielement sans contact et caisses automatiques sont devenus incontournables dans les magasins

- **Multiplication des concept stores** pour des expériences d'achat différenciantes qui servent de bancs d'essai pour les marques, leurs produits et de nouvelles expériences clients

- **Percée des flagships**, notamment à Paris

Renforcement de la visibilité, de la notoriété et de l'adaptabilité des marques

- **Avènement du phygital**

Déjà expérimenté avec succès dans de nombreux points de vente, le phygital démontre l'existence bien réelle d'une **complémentarité réciproque entre commerce physique et e-commerce**



« PHYGITAL » : LES COMMERCE PHYSIQUES ET LE E-COMMERCE

- **Stabilisation de la part de marché d'Internet, variable selon les pays et les cultures**

- Certains services restent difficilement dématérialisables (soins du corps, santé, sport, être ensemble, tourisme, restauration...)

- **Le nécessaire omnicanal**

- Toutes les enseignes de prêt-à-porter qui ont disparu n'avaient pas ou pas assez développé le canal digital
- Le physique supporte le digital et vice versa
- Webrooming, showrooming
- Les plus gros sites de vente sur Internet* sont des enseignes physiques historiques (Leclerc 3ème, Fnac 4ème, Carrefour 7ème, Décathlon 15ème...)

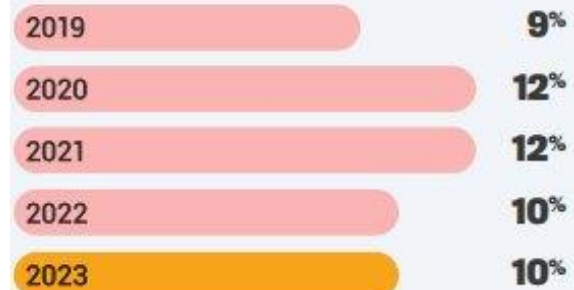
Source :
* : FEVAD 2024

PART DU E-COMMERCE DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL

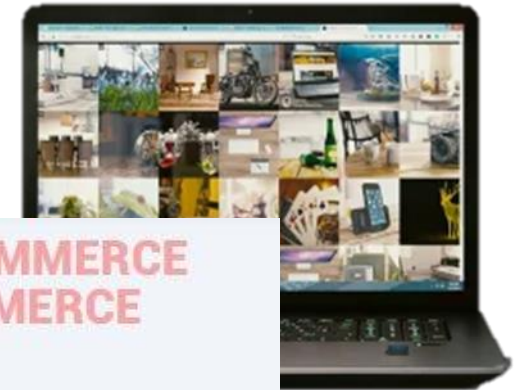
10%

du commerce de détail*

*Hors carburants, pharmacies, articles médicaux et orthopédiques.



Source : Fevad avec INSEE.



DES FACTEURS DE SOUTIEN AUX ACHATS PHYSIQUES

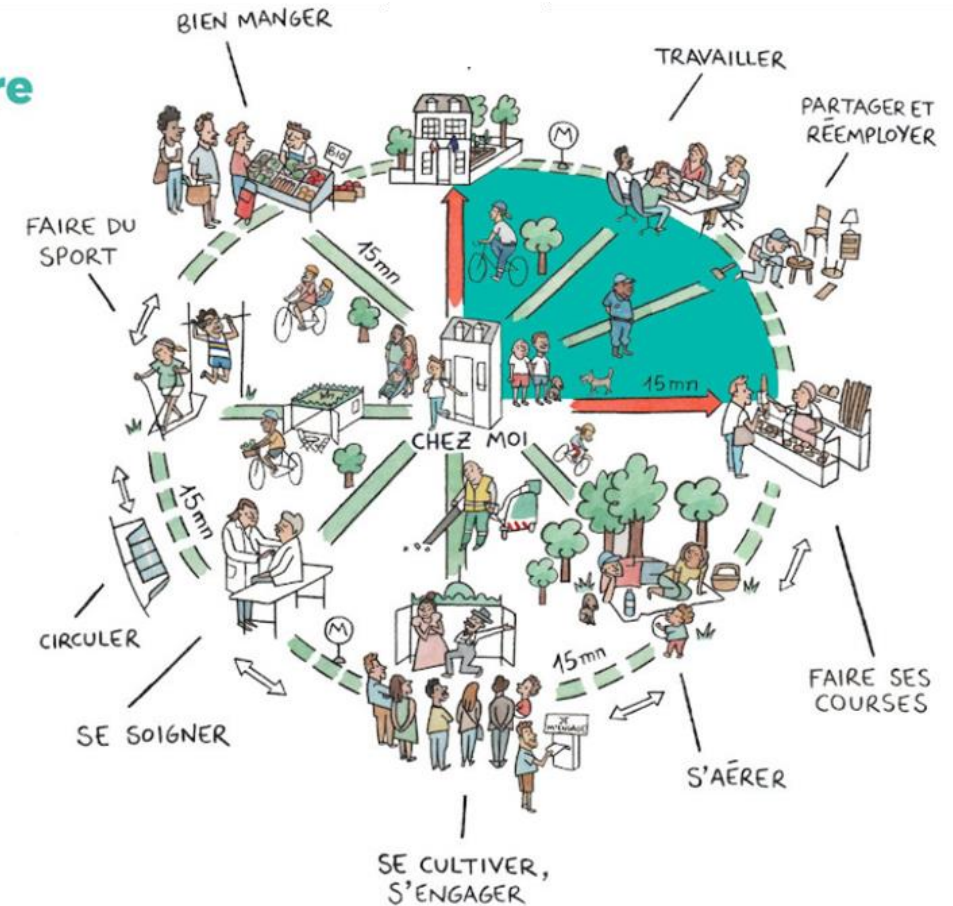
- **La Ville du Quart d'heure**

Adoubé par la Mairie de Paris, et déployé dans de nombreuses villes de part et d'autre de l'Atlantique, le concept de Ville du Quart d'heure contribue à préserver l'attractivité des petits commerces, maintenus à proximité des habitations et des lieux tiers

- **Les mobilités douces**

Les consommateurs sont de plus en plus incités à recourir aux mobilités douces (marche à pied, transports en commun, vélos, véhicules électriques...), ce qui facilite les déplacements vers les commerces de proximité installés dans les centres-villes.

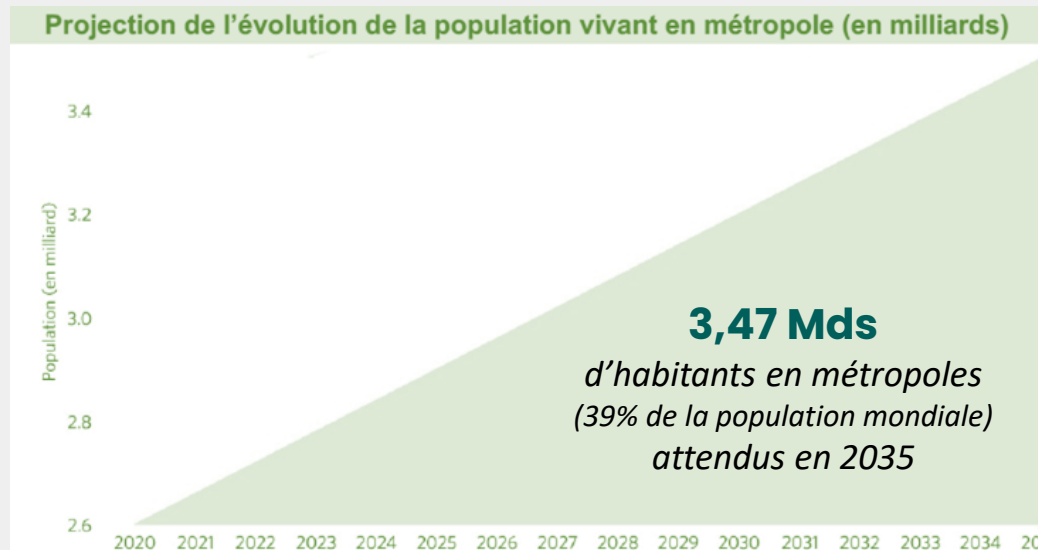
La ville du quart d'heure



DES PHÉNOMÈNES DE MÉTROPOLISATION TOUJOURS À L'OEUVRE

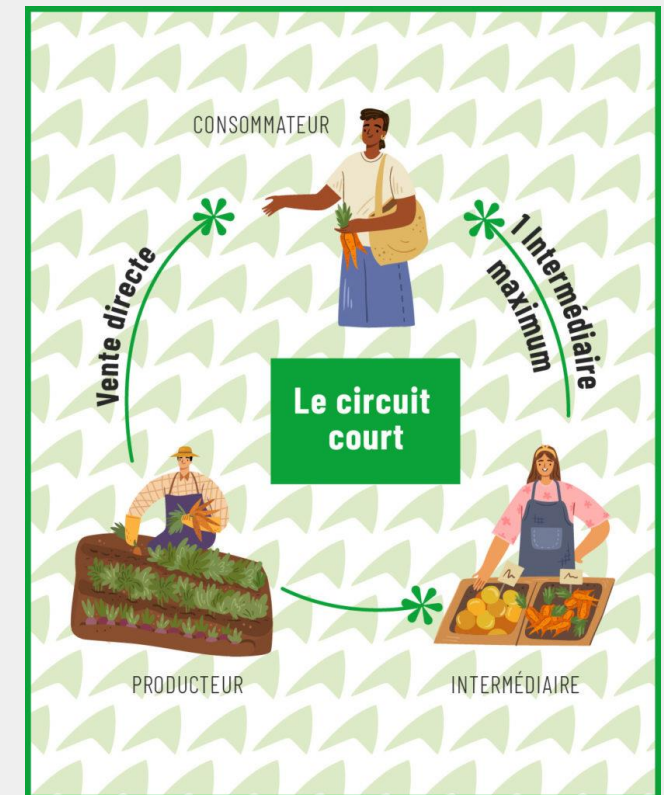
- **La métropolisation**

Ce phénomène de concentration des activités économiques, politiques, administratives, culturelles, universitaires/scolaires, touristiques et sociales dans les grandes villes porte le déploiement de commerces physiques



- **Le plein essor des circuits courts**

qui séduisent les citoyens soucieux de la réduction de leur empreinte carbone et de la qualité des produits qu'ils consomment dans un contexte de prise de conscience environnementale collective



L'ÉTAT ATTENTIF AUX COMMERCES DE PROXIMITÉ DANS LE DÉVELOPPEMENT DES TERRITOIRES

- **Action Cœur de Ville**

Lancé en 2018, ce programme vise à améliorer la vie quotidienne des habitants dans les villes moyennes et dynamiser le territoire. En 2024, **244** communes, dont une dizaine en outre-mer, sont lauréates du programme Action Cœur de Ville.

- **Le Conseil National du Commerce (CNC)**

Créé en 2023, le CNC a pour objet d'associer les acteurs du commerce aux politiques publiques concernant le commerce et se réunit chaque trimestre sur des thématiques dédiées.

- **Une législation protectrice**

En 2023, les darkstores ont été catégorisés en entrepôts pour ne pas concurrencer les commerces de proximité. Départs de Getir et Flink du territoire français.



**Relever les défis
du commerce
de demain**

UN PAYSAGE QUI SE RECOMPOSE (1/2)

De nombreux projets d'ouvertures

- > 3 000 magasins ont fermé dans le secteur de la mode depuis 2020, **mais**
- 190 plans de développement annoncés par des retailers en 2024 = ~ **3 000** ouvertures potentielles

La prolifération de nouveaux concepts

- Drives, magasins de 2nde main, discounters, coffee shops, chocolateries haut de gamme, retailtainment...

Sources :

* : Newmark, Etude Retail Lab, Apur

4,4%
de vacance
dans les 24 rues
les plus recherchées
de Paris

PRINCIPALES IMPLANTATIONS DES COMMERCE PARISIENS

2017 – 2020



2020 – 2023



Source : Apur, BDCCom 2023

UN PAYSAGE QUI SE RECOMPOSE (2/2)

Le boum des enseignes étrangères :

- 2024 : ouverture de 1^{er} point de vente en France pour **91** enseignes étrangères (70 à Paris)
- S1 2025 : déjà **75** nouveaux retailers*

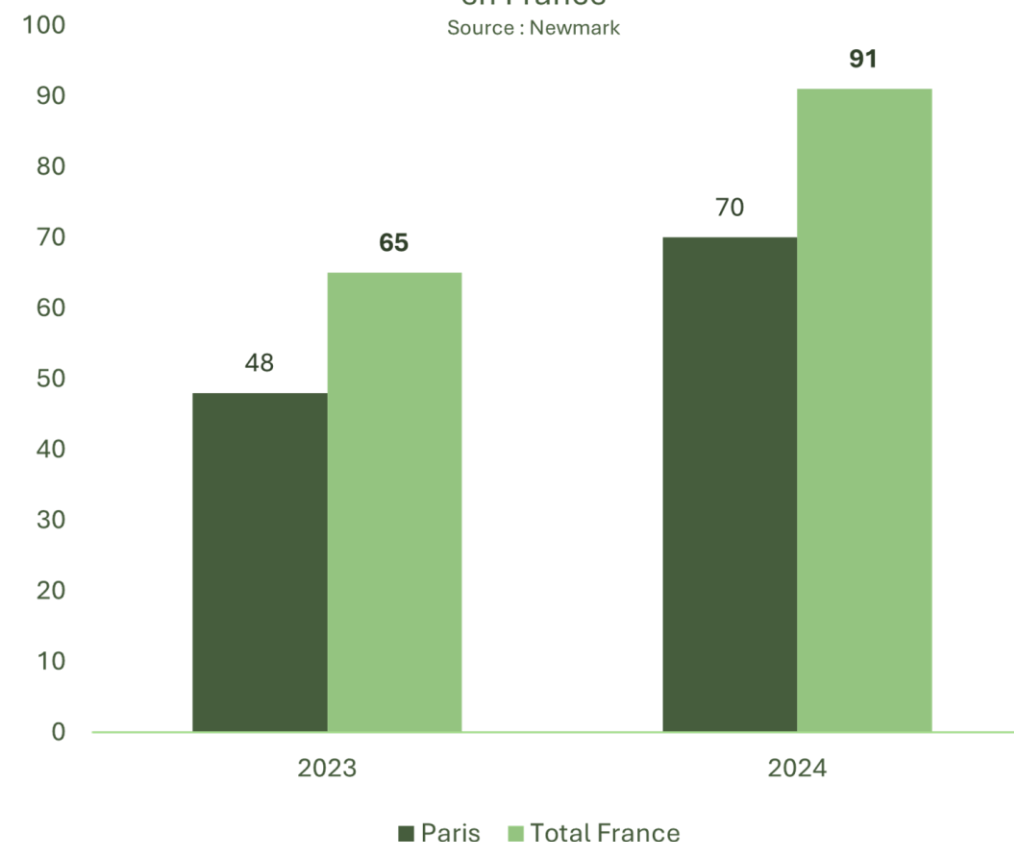
Exemples de nouvelles enseignes étrangères implantées en France depuis 2024 :



Sources :
* : Newmark, Etude Retail Lab

Evolution du nombre de nouvelles marques étrangères
en France

Source : Newmark



PARIS – LA ZTL, UN FACTEUR DE SOUTIEN ?

- **Le cercle vertueux des mobilités douces :**

- de pollution atmosphérique - de bruit - d'embouteillages =
+ de confort de vie + de consommateurs avec du temps devant eux
pour dépenser

= Une économie locale revitalisée !

- **Des études rassurantes**

Selon l'APUR * (Atelier parisien d'urbanisme), les consommateurs désireux de faire du shopping dans le centre de Paris ont majoritairement recours aux transports en commun (54%), devant la marche à pied (34%), le vélo (7%) et la voiture (2% seulement). Selon l'ADEME, les déplacements pour un motif d'achat augmentent.

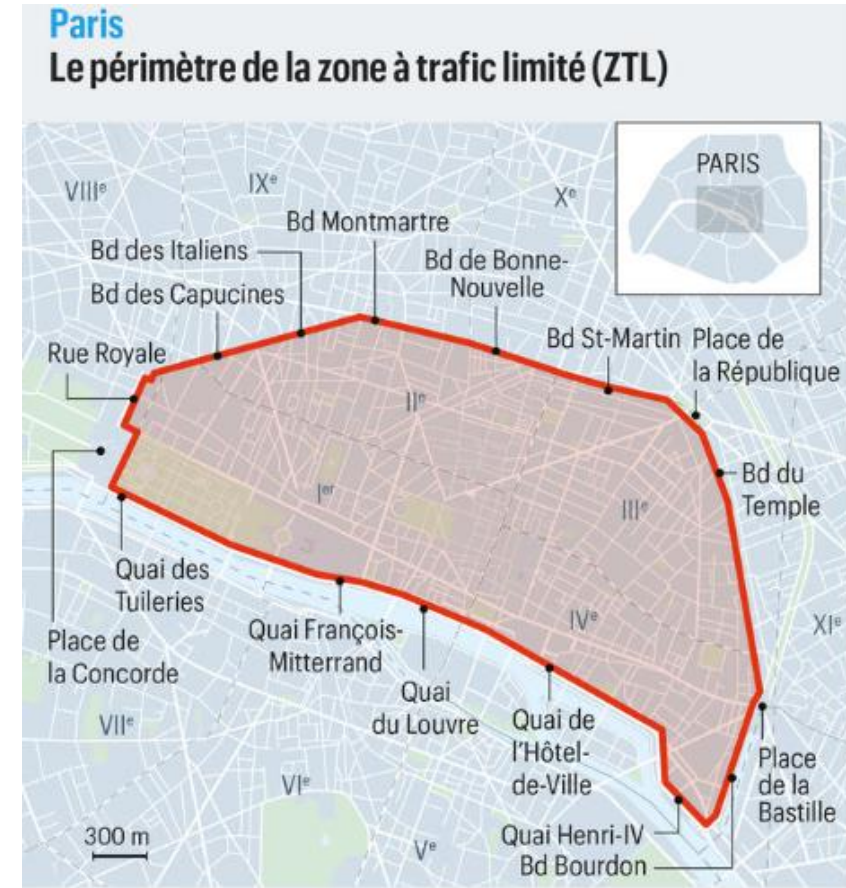
- **L'exemple de Madrid**

Déployée en 2018, la zone « Madrid Central » a eu un effet bénéfique sur les magasins, avec des achats pendant les fêtes de fin d'année en plus forte hausse que dans le reste de la ville.

Sources :

* : APUR, Ademe

** : BBVA



FOCUS RUE DE RIVOLI – LE RENOUVEAU D'UNE ARTÈRE EMBLÉMATIQUE

- **Un profil atypique et un potentiel considérable**

- Jadis autoroute urbaine, aujourd’hui dédiée aux mobilités douces
- Recouvrant 3 grands secteurs (Arcades, Halles, Saint-Antoine)
- Remarquable desserte en transports

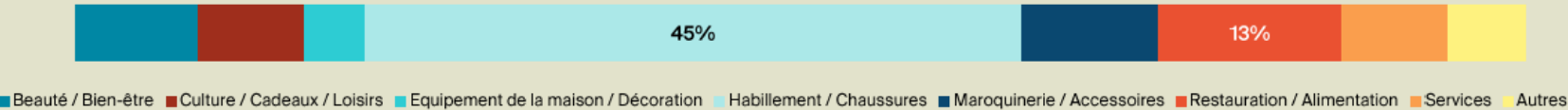
- **Des projets à haut potentiel**

- Emménagement de la Fondation Cartier d’ici fin 2025
- Nouvelle entrée du musée du Louvre (à horizon 2031)
- Rénovation attendue du Jardin des Tuileries

- **Rivoli 2030**

Collectif regroupant des acteurs locaux variés qui propose une mue équilibrée, entre valorisation du patrimoine historique, redéfinition des flux et rééquilibrage des mobilités, et adaptation aux enjeux climatiques

Répartition par secteur d'activité
(En % du nombre total de magasins)



8,62 M visiteurs
Fréquentation mensuelle moyenne

+11% **+29%**
sur un an 2020-2023

48%
Enseignes étrangères

Positionnement :
Middle-market
et mass-market

3,3%
Taux de vacance (réel)

2 500– 3 500€
Valeurs locatives
En €/m²/an, zone A
(en hausse sur un an)

UN MARCHÉ DE L'IMMOBILIER COMMERCIAL RÉSILIENT

PANORAMA MACROÉCONOMIQUE



PIB français

+1,2%

en 2024



Inflation

2,0%

en 2024



Pouvoir d'achat

+2,1% *

en 2024



Consommation

+1,0%

en 2024

Source : Insee

LA FIN DU RETAIL BASHING

DES INDICATEURS RASSURANTS

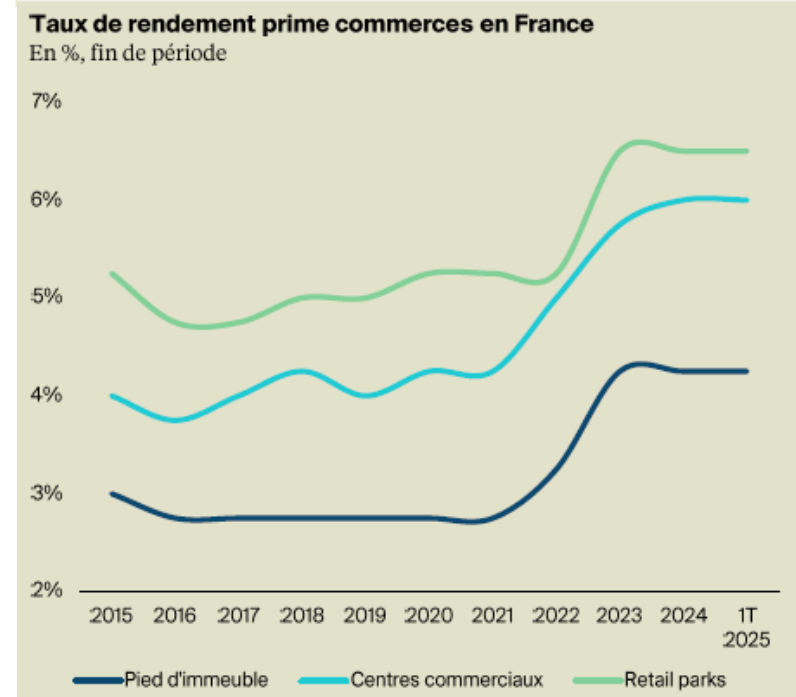
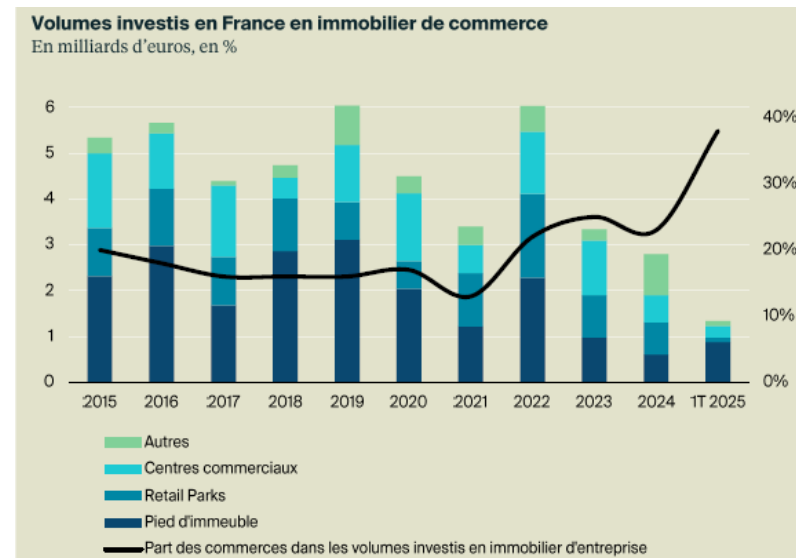
1,3 Md€ *
volumes investis
en commerce
en France
au T1 2025
vs 0,5 Md€ au T1 2024

+1,4% **
Hausse des ventes
dans les magasins physiques
entre janvier et avril 2025
vs même période en 2024

+3% ***
Progression attendue
des ventes réalisées
dans les commerces physiques
d'ici fin 2025

→ **Les taux prime** se stabilisent / commencent à se comprimer

(cf. grandes opérations en 2024 et 2025, notamment enseignes de luxe
i.e. rachat George V par LVMH, Milan par Gucci, Montaigne par LVMH)



Sources :
* Knight Frank
** : Procos
*** : AEW

FOCUS PARIS – LA CAPITALE, MOTEUR DE L'ACTIVITÉ EN COMMERCE

- **Hausse de la fréquentation et dynamisme des grandes artères commerçantes**, avec un retour marqué du trafic aérien vers l'Île-de-France.
- **Trajectoire positive du tourisme** : Paris demeure une destination privilégiée et bénéficiera d'opportunités après les Jeux olympiques de Paris 2024.
- **Mutation du commerce parisien** : hybridation des formats de distribution (phygital) et développement des concept stores

*Source : Knight Frank

DYNAMIQUE D'INVESTISSEMENT

- » **81%** des volumes investis dans l'immobilier commercial en France au T1 2025 à Paris et en Île-de-France *
- » Taux de vacance entre **2** et **8%** sur les principales artères parisiennes à fin 2024 *
- » Taux de rendement prime entre **4,3** et **4,5%** au T1 2025
- » **70** des 91 nouvelles enseignes étrangères en 2024 implantées à Paris

SELECTIRENTE

Près des 2/3 du patrimoine situé dans Paris intra-muros
Taux d'occupation financier proche de 96% à Paris

DES PERSPECTIVES POSITIVES (2/2)

- **De nombreuses opérations à prévoir**

Une quarantaine de transactions attendues à horizon fin décembre*.

- **Une vacance contenue**

Les commerces de pied d'immeuble devraient tirer leur épingle du jeu, attirant les enseignes et leurs consommateurs*.

- **Des secteurs d'activité bien orientés**

Comme en 2024, la restauration, les loisirs, le sportswear, la cosmétique et le healthcare devraient poursuivre leur dynamique porteuse. Le recentrage sur la famille et le bien-être personnel est une tendance lourde.

- **De nouvelles opportunités**

Les marques cherchent à développer de nouveaux concepts et à explorer de nouveaux marchés.

1,8 Md€ *

**Montant global des
nouvelles opérations
commerciales qui
pourraient être réalisées
d'ici fin 2025 en France**

Sources :

* : Knight Frank



SELECTIRENTE EN BREF

ADN DE LA SIIC

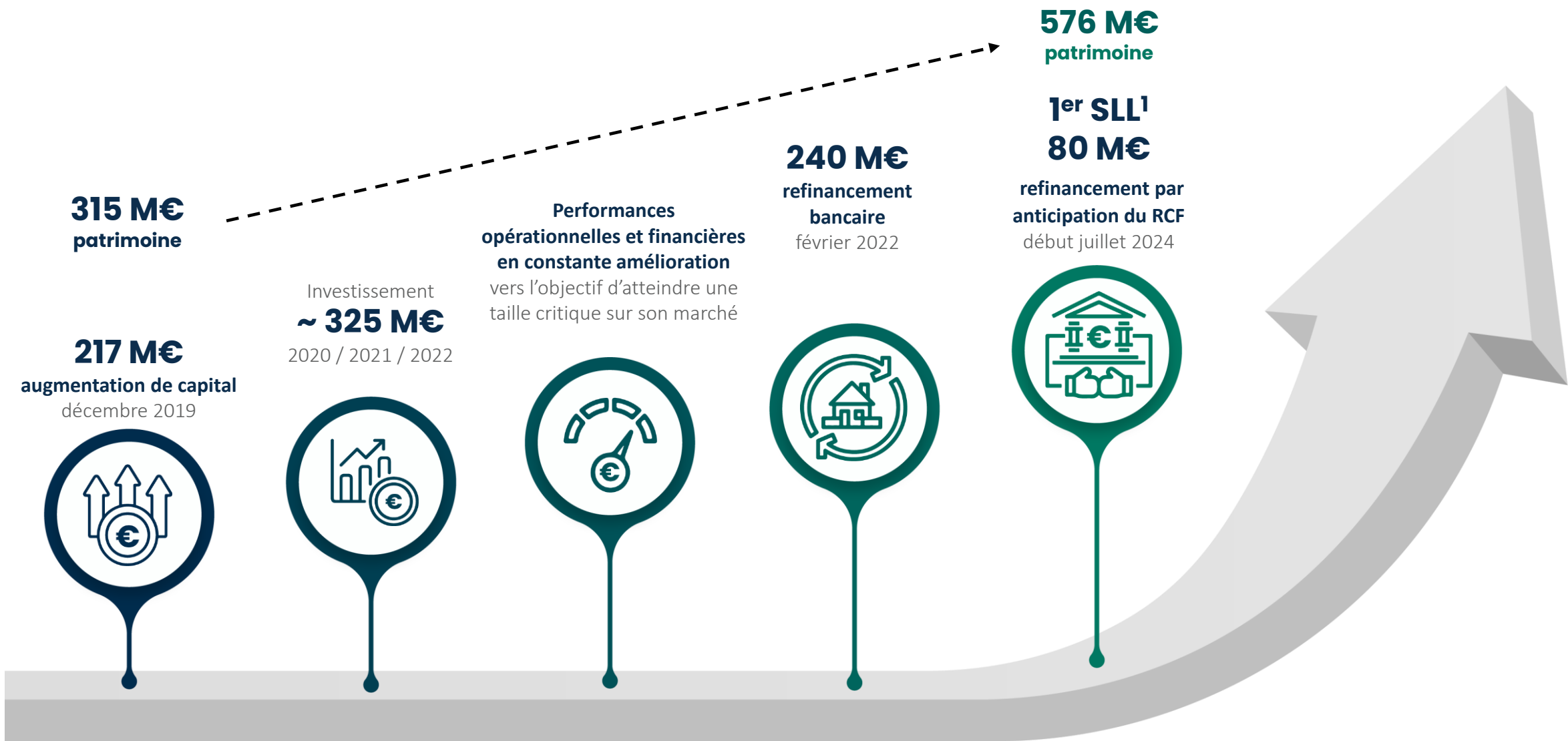
- Gérée par SELECTIRENTE GESTION : filiale à 100% de **SOFIDY**, un des principaux acteurs de la gestion de fonds immobiliers, appartenant au Groupe coté **TIKEHAU CAPITAL** (AUM : 45,6 Mds € au 30/06/2024)
- Une des seules foncières cotées européennes **pure player en commerces de proximité** en centre-ville
- Forte croissance et développement significatif du patrimoine depuis 2019
- **Direction managériale experte dédiée**
- Culture entrepreneuriale, vision à **long terme** et singulière du marché de l'immobilier commercial
- **Qualité des actifs** et **résilience** du secteur du commerce traditionnel de centre-ville des grandes métropoles
- **Structure financière robuste**
- Politique de distribution **pérenne** et **volontariste**
- Membre de l'**EPRA**, de l'**IEIF**, de la **FACT**, de l'**OID** et de la **FEI**



SELECTIRENTE



ÉVOLUTION DE LA SOCIÉTÉ



1 - Sustainability-Linked Loan

UNE STRATÉGIE DE CROISSANCE DUALE

Capacité à identifier des projets créateurs de valeur

Le commerce de proximité principalement...

Enseignes et commerçants en centre-ville, essentiellement à Paris et en Île-de-France, avec une attention particulière portée à la qualité de l'emplacement, à la renommée des locataires et à la diversification sectorielle



...et un développement opportuniste et créateur de valeur

centré sur le phénomène de métropolisation (mixité sectorielle et commerciale, immeubles entiers, opérations de promotion/développement de nouveaux quartiers, développement de la petite logistique urbaine...)

...grâce au strict respect de critères d'acquisition prudents et au track record en investissement

FONDAMENTAUX D'INVESTISSEMENT

Qualité de l'emplacement

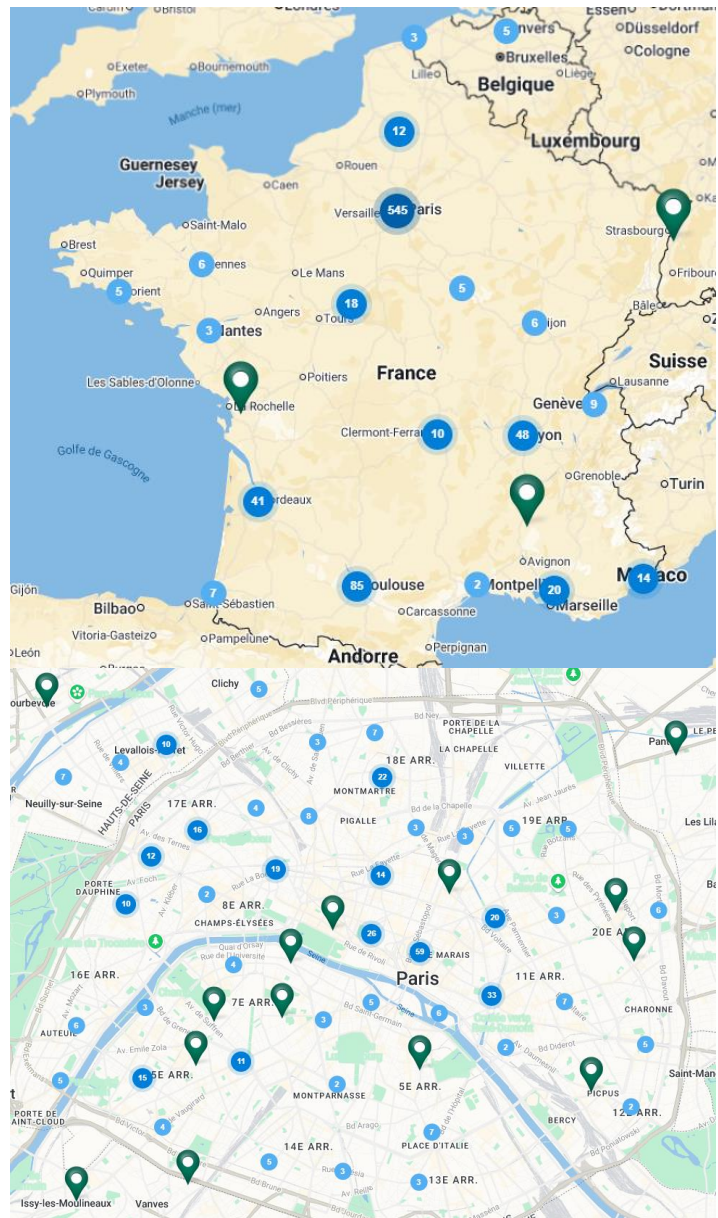
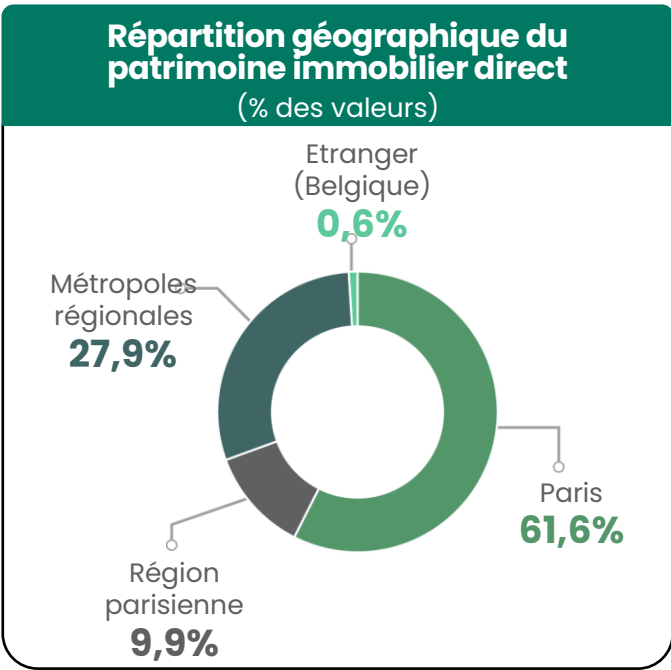
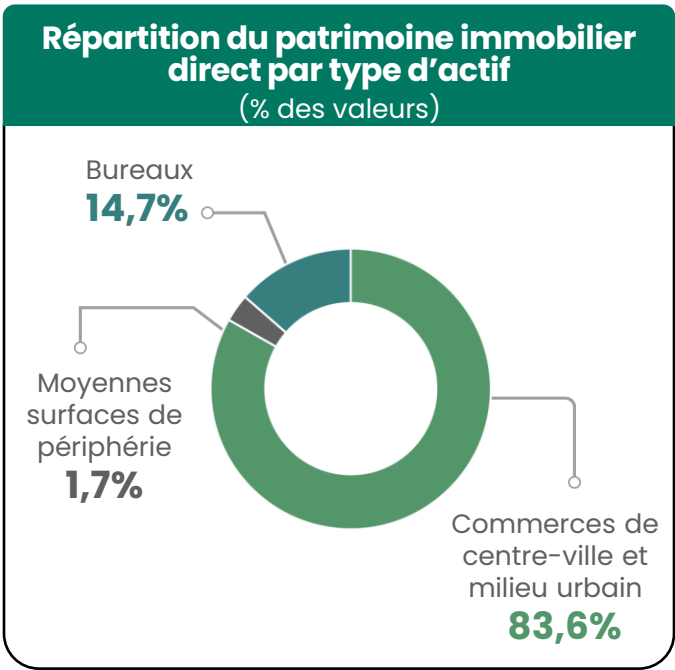
Forte granularité du patrimoine

Loyers raisonnables au regard des valeurs de marché

Mutualisation et diversité des locataires

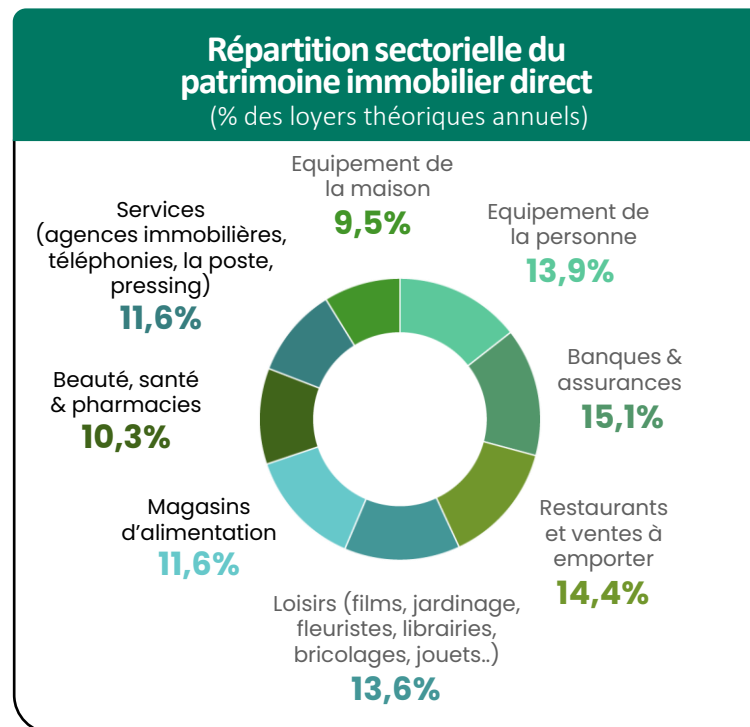
LA DIVERSIFICATION DU PORTEFEUILLE AU 31 DÉCEMBRE 2024

Un portefeuille granulaire et diversifié, de grande qualité, détenu en direct, constitué à 84% de commerces de centre-ville et situé à plus de 60% dans Paris intra-muros



UN PORTEFEUILLE D'ENSEIGNES VARIÉ

La **granularité** et la **diversification des locataires** font partie de l'ADN et de la stratégie d'investissement de la Société





Suivez-nous sur LinkedIn

<https://www.linkedin.com/company/selectirente/>



Guillaume Duhamel
+33(0)6 13 81 00 92
Guillaume.duhamel@shan.fr

Aliénor Kuentz
+33(0)6 28 81 30 83
alienor.kuentz@shan.fr



www.selectirente.com

MERCI