

I - Expertise de l'équipement commercial saumurois



P. Madry – avril 2019



BASSIN DE CONSOMMATION

Saumur commande un bassin de consommation d'environ 120.000 habitants, délimité :

- au nord-ouest par l'influence d'Angers,
- au nord-est par l'influence de Tours,
- au nord et au sud par des zones « tampons », très peu peuplées.

Ce marché, de taille moyenne en volume, croît faiblement. La zone d'influence de Saumur a progressé de seulement 0,3 % sur la période 2006/2014, à un rythme en deçà de la moyenne des zones comparables (+3,6 %).

La zone « primaire » de Saumur, son « cœur de marché », avec environ 30.000 habitants, représente un quart de la population de ce grand marché. La faiblesse de cette part s'explique par la présence de plusieurs centres-villes relais au sein de la zone d'influence de Saumur (Thouars, Doué-la-Fontaine, Longué-Jumelles...) et, plus classiquement, par la vigueur du phénomène d'étalement urbain.

OFFRE COMMERCIALE

La périphérie

La périphérie de Saumur se structure à travers trois pôles :

- le pôle de « Leclerc Centre », situé à l'entrée nord-ouest de la ville de Saumur, en bordure de la RD 347 (le principal axe de desserte de l'agglomération), à moins de 800 m du cœur de ville. Il s'agit du pôle leader de l'agglomération en poids de chiffre d'affaires. Il comprend un centre commercial équipé d'un grand hypermarché Leclerc de 7.375 m² réalisant un bon chiffre d'affaires de 78 M€ (2018), complété d'une grande galerie marchande de 38 boutiques (dont H&M, Séphora, Espace Culturel Leclerc, Courir...), et quelques moyennes surfaces en extérieur (dont Décathlon).

- le pôle ZI Ecopark, situé à l'entrée nord de l'agglomération, lui aussi en bordure de la RD 347. Ce pôle comprend un centre commercial équipé d'un petit hypermarché Intermarché de 4.650 m² complété d'une petite galerie marchande de 15 boutiques (dont Kiabi et une petite Fnac), et une soixantaine de moyennes surfaces extérieures (dont BricoMarché, BricoDépôt, Intersport, Géo, Chaussée, Gifi, Action...). L'attraction de ce pôle repose principalement sur son offre de moyennes surfaces.

- la Zac Champ Blanchard, située au sud de l'agglomération, en bordure de la RD 950. Ce pôle comprend un petit hypermarché Carrefour de 3.500 m² et une cinquantaine de moyennes surfaces (dont Darty,



Conforama, But, Bricoman...). Là encore, l'attraction de ce pôle repose principalement sur son offre de moyennes surfaces.

Carte de localisation des pôles commerciaux de l'agglomération de Saumur



Source : Codata Services SA, fond de plan Openstreetmap, DGFip

- ⇒ Saumur dispose d'une offre commerciale de périphérie puissante, organisée à travers trois pôles relativement complémentaires
- ⇒ Le pôle leader de l'agglomération, par sa localisation et la taille de sa galerie marchande, exerce une concurrence directe sur l'offre du centre-ville.

Le centre-ville

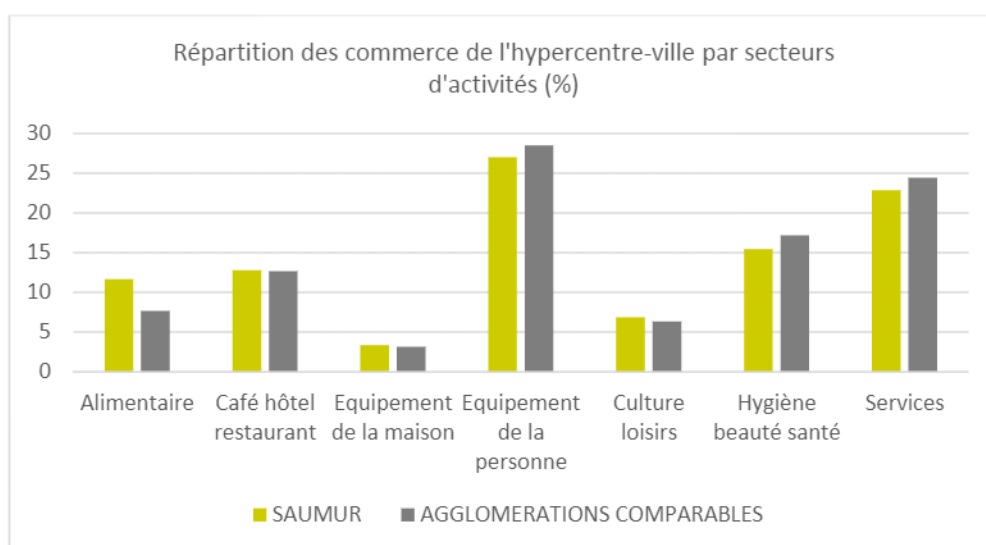
- L'offre

Le centre-ville de Saumur compte 239 points de vente, soit un volume dans la moyenne des agglomérations urbaines de taille comparable (Vesoul, Marmande, Saintes...).



La part des enseignes nationales, considérée ici comme un indicateur de modernité de l'offre, se situe également dans la moyenne (34,8 %).

Le profil marchand de ce centre-ville s'inscrit également dans les standards de sa catégorie.



Le centre-ville de Saumur se distingue en revanche par un taux de vacance commerciale plus faible que la moyenne (8,4 % contre 12 %).

Il se distingue également, sur un plan plus qualitatif, par la présence de plusieurs magasins indépendants qualitatifs positionnés sur un segment de moyen-haut de gamme ou très spécialisés (tapissiers décorateurs...). Cette offre témoigne de la présence d'une clientèle à fort pouvoir d'achat, originaire notamment des communes très aisées de Distré, Rou-Marson et Verrie, et du tourisme.

De manière significative, le magasin Monoprix est l'un des rares points de vente de province à avoir fait l'objet d'une rénovation, a fortiori compte tenu de sa taille réduite (800 m²).

- La commercialité

L'accessibilité au centre-ville est aisée depuis la RD 347.

L'offre de stationnement s'organise à travers cinq parcs : Bilange et Centr'Halles, au cœur du circuit marchand ; Chanzy, Chardonnet et Raspail, excentrés.

Le circuit marchand du centre-ville se structure principalement à travers deux axes : la rue Franklin Roosevelt (l'axe historique permettant le franchissement de la Loire), des quais jusqu'à la rue du petit Thouars et sa perpendiculaire, la rue Saint Jean, de l'église Saint-Pierre à la rue de la Fidélité.

La rue Franklin Roosevelt concentre le commerce d'enseigne de moyenne gamme (Armand Thiery, Promod, Yves Rocher, Devred) alors que la rue Saint-Jean accueille un commerce en majorité indépendant, pour partie de moyen-haut de gamme.

- ⇒ Une offre commerciale qui répond aux standards des agglomérations de taille comparable
- ⇒ Une offre qui se singularise par un faible taux de vacance (en termes relatifs) et un positionnement, pour une partie des commerces, de moyen-haut de gamme.



CONCLUSION

Un centre-ville qui se maintient, malgré une forte concurrence de l'offre périphérie, notamment grâce à l'attraction d'une partie de ses commerces sur une clientèle aisée.

S'agissant des ex-Nouvelles Galeries : un bâtiment situé au cœur du circuit marchand, à la charnière entre la zone « enseignes de moyenne gamme » et la zone des indépendants moyen-haut de gamme.

II – Le réemploi des friches de grands magasins



P. Madry – avril 2019



CONTEXTE

Apparus au milieu du XIX^e siècle, les grands magasins constituent la première forme de commerce moderne ayant systématisé les principes de la vente en discount (vente en volume à faible marge).

La formule essaime tout au long de la seconde moitié du XIX^e siècle jusqu'à la veille de la seconde guerre mondiale. Il en aurait existé plus de 200 à Paris, selon Paul Jarry¹.

Le parc commence à se réduire à partir des années 1960, avec le développement de nouvelles formes de commerce de vente en discount plus agressives (hypermarchés, grandes et moyennes surfaces spécialisées). Au tournant des années 1970, les grands magasins essaient de rejoindre la dynamique des centres commerciaux (Le Bon Marché ouvrira quelques mois une succursale dans le centre commercial des Flanades à Sarcelles), mais sans succès. Ils sont rapidement remplacés par des hypermarchés.

A partir des années 1980, les grands magasins engagent une nouvelle stratégie, plus défensive, de montée en gamme. Le parc continue de se rétracter, passant de 331 implantations en 1981 à 100 en 2018 (Panorama TradeDimension). Seules les implantations les plus stratégiques situées généralement dans les grandes villes et les métropoles sont conservées.

OPERATIONS RECENTES

La plupart des opérations récentes de restructuration de bâtiments d'anciens grands magasins reposent sur un redécoupage du rez-de-chaussée, parfois accompagné d'un réaménagement des plateaux en étage, pour une destination exclusivement commerciale :

- soit pour des moyennes surfaces (Armand Thiery aux ex-Nouvelles Galeries de Châteauroux ; Séphora aux ex-Nouvelles Galeries de Saint-Nazaire, H&M aux ex-Nouvelles Galeries de Boulogne-sur-Mer ...) ;
- soit pour des boutiques (comme pour les ex-Nouvelles Galeries de Saumur, d'Arras ou d'Avignon).

Si le R+1 de ces immeubles sert fréquemment de réserves aux commerces, les étages supérieurs restent généralement inutilisés.

Ce réemploi que partiel de friches de magasin résulte moins des défaillances du marché immobilier local que d'une logique particulière d'acteurs. Les principaux opérateurs impliqués dans les opérations récentes de restructuration d'anciens grands magasins (Builinvest, Foncière Immobilière Bordelaise, Cytinove, filiale du groupe Galeries Lafayette, Virgil...) sont des foncières spécialisées en immobilier de commerce, peu expérimentées en opérations d'immobilier mixte (logement, bureau...). Par nature, celles-ci cherchent à valoriser leur patrimoine par le commerce, étant par ailleurs encouragées dans cette pratique par les rendements locatifs du secteur et la pratique des baux tout immeuble (voir encart).

¹ JARRY P., 1948, Les magasins de nouveautés, Paris, Barry et Fils.



Encart

La pratique des baux « tout immeuble » ou « indivisible » consiste pour un propriétaire à louer dans le cadre d'un bail commercial, un local commercial auquel est associée une surface d'habitation ou de réserve, cette surface d'habitation ou de réserve pouvant recouvrir plusieurs logements ou locaux de stockage répartis sur plusieurs étages de l'immeuble.

La pratique est ancienne. En centre-ville, il était d'usage que le commerçant occupe tout un immeuble : le rez-de-chaussée était réservé au commerce, le 1^{er} et le 2^e à l'habitation et le 3^e étage et le grenier étaient plutôt consacrés aux réserves. Avec les évolutions des modes de vie, les commerçants ont peu à peu dissocié leur exploitation de leur habitation. Une part de la vacance commerciale en centre-ville est ainsi liée au fait que les commerçants ont « abandonné » les étages.

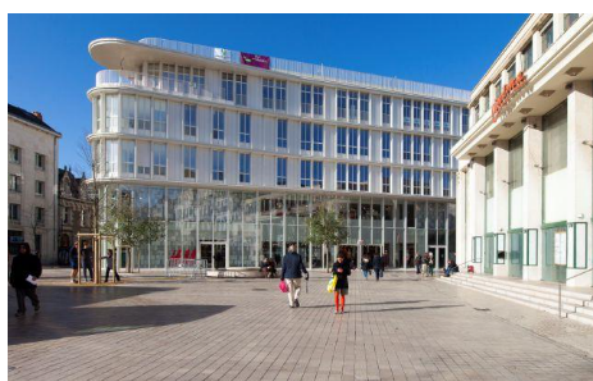
Cette pratique a changé de nature depuis les années 1990, en raison de l'élévation rapide des loyers commerciaux dans les cœurs de ville.

Certains commerçants ont ainsi cherché à optimiser leur surface de vente en rez-de-chaussée en transformant les parties communes d'immeuble en surface de vente, condamnant de ce fait l'accès aux étages.

Certains propriétaires ont par ailleurs promu le bail tout immeuble afin d'optimiser leurs revenus locatifs. Les valeurs locatives en hyper centre-ville de villes moyennes oscillent entre 450 et 800 €/m² pour un commerce en rez-de-chaussée. Incidemment, les étages, avec les pondérations appliquées, peuvent être loués autour de 200 €/m², soit à une valeur bien supérieure à celle des loyers d'habitation.

Les opérations de restructuration récentes intégrant une programmation mixte sont plus rares et limitées aux grandes villes, comme Poitiers (ex-Printemps, accueillant désormais 2 moyennes surfaces en rdc et du logement de standing en étage – promoteur : Virgil) ou Marseille (projet de restructuration des anciennes Galeries Lafayette rue Saint Ferréol prévoyant « 4 500 m² de commerces et une résidence hybride de la marque "The Babel Community" comprenant coliving, coworking, espaces de détente et restaurant sur le toit » - promoteur : Virgil).

La restructuration de l'ex-Printemps de Poitiers et des ex-Galeries Lafayette rue Saint-Ferréol à Marseille, par le promoteur Virgil



© Virgil

Les opérations de restructuration conduisant à un changement complet d'usage ont pu être fréquentes par le passé (ex-Aux Phares de la Bastille, sur la place éponyme à Paris, devenu une banque ; ex-Old England, à Bruxelles, devenu un musée des instruments de musique ; ex-Nouvelle Galerie de la Ménagère, sur le

boulevard Bonne-Nouvelle à Paris, devenu une poste ; ex-Les magasins réunis, sur la place de la République à Paris, devenu un hôtel haut de gamme). En revanche, il n'existe pas de réalisation comparable récente.

CONCLUSION

Des opérations de restructuration privées, qui s'inscrivent pour la plupart dans le modèle d'affaires des foncières commerce (réaffectation exclusive à du commerce, a minima en rdc)

Une difficulté à sortir des opérations mixtes, avec réemploi des étages supérieurs

Saumur : un cas unique de projet d'opération de restructuration globale, portée par une initiative publique-privée

