

Immobilier

CONSUMMATION

Nouvelles pratiques, nouveaux lieux

Quatre pistes à explorer pour répondre aux nouvelles demandes d'une clientèle de plus en plus diversifiée.

Malgré la taille croissante des centres commerciaux, le temps de présence dans l'hypermarché ou les boutiques diminue. Il est passé de 90 minutes en 1980 à 45 minutes en 2005, pour tomber à 35 minutes aujourd'hui. Ce chiffre interroge sur les alternatives possibles à ces complexes coûteux à construire et à gérer. « *Les grands professionnels comme Unibail-Rodamco ou Klépierre s'intéressent à d'autres concepts, plus mixtes, plus centraux ou restructurent leurs centres mais se montrent très prudents quant au lancement de nouveaux projets* », explique Sophie Simonet, spécialiste de ce secteur et présidente de la société de promotion Foncom. Le développement pourrait suivre d'autres voies et mobiliser d'autres acteurs..

1 Les pôles de dépannage

Ces petits ensembles d'une vingtaine de boutiques ayant pignon sur rue, implantés en centre-ville, ressemblent à s'y méprendre au commerce traditionnel. A une différence près : ils sont développés par un seul investisseur. « *Les commerces de bouche paient des loyers moins élevés, les enseignes d'équipement de la personne ou de la maison peuvent se permettre un peu plus*, explique Sophie Simonet. *Grace à ces péréquations, tous les commerces nécessaires sont là : boulanger, boucher, épicerie, marchands de journaux, pharmacie, opticien, coiffeur... Sans régulation, les agences bancaires finissent par tout racheter au prix fort.* » Ces minicentres installés en rez-de-chaussée d'immeubles de logement ou de bureaux intéressent des investisseurs comme Foncom, la Sodes, Banimmo, mais pas encore les grands groupes, qui développent plutôt leurs propres enseignes, Daily Monop' et autres Carrefour Market.