



Les centres-
villes convoités
par la grande
distribution

Les distributeurs se ruent en centre-ville

Intermarché, Système U et Auchan veulent s'implanter dans les grandes villes. Le créneau des petites surfaces urbaines est largement occupé par Casino et Carrefour.

LE CHIFFRE

40

Intermarché Express
C'est le nombre de magasins sous le nouveau format urbain que le distributeur indépendant espère atteindre fin 2011.

COMMERCE À deux pas de la Grand-Place de Lille, Intermarché ouvrira demain son troisième Intermarché Express. Sous cette nouvelle enseigne alimentaire, un petit format de moins de 1 000 m², le distributeur indépendant espère se faire sa place au cœur des villes. L'enjeu : prendre le train de la proximité urbaine, un créneau qui répond aux attentes des consommateurs et permet aux distributeurs de compléter leur maillage du territoire.

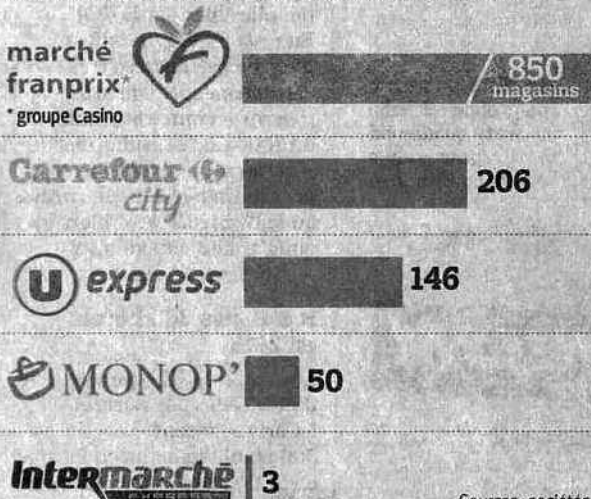
Les Mousquetaires ont pris leur temps. Mais après des tests concluants à Nice et à Toulouse, il s'agit à présent de mettre les bouchées doubles. Courant 2011, 24 Intermarché existants dans des villes de plus de 50 000 habitants passeront sous la nouvelle enseigne et une dizaine d'autres seront créés. Soit, à

la fin de l'année, 40 Express ouverts. Une goutte d'eau dans un parc de 1 800 magasins (hypers et supermarchés) mais qui, eux, sont tous situés en périphérie des villes ou en zone rurale.

Intermarché n'est pas le seul à lorgner les centres-villes. Système U a les mêmes visées. Cet autre groupement d'indépendants a déjà pris le virage en convertissant une centaine de Marché U à son format urbain, lui aussi baptisé Express. « C'est un gros défi, avoue Serge Papin, le patron de l'enseigne. Nous sommes issus du monde rural. Conquérir les centres-villes suppose d'adapter notre logistique mais aussi notre offre, en développant des gammes de produits prêts à consommer et de plus petits conditionnements. » Dans les trois ans, Système U ambitionne d'atteindre 500 U Express, contre 146 actuellement.

Casino et Carrefour dominent en centre ville

ENSEIGNES DE PROXIMITÉ URBAINE, EN NOMBRE DE MAGASINS



Sources : sociétés

Course contre la montre

Le temps presse. Le marché des superettes est déjà largement préempté. Casino (Franprix, Monop') et Carrefour (Carrefour City) quadrillent les centres-villes. À Paris notamment, les deux groupes détiennent 80 % des surfaces commerciales alimentaires, selon une étude récente. « D'ici à dix-huit mois, le créneau sera saturé, prédit Yves Marin, associé chez Kurt Salmon. Les retardataires doivent aller le plus vite possible pour encercler les clients. »

Le phénomène s'est accéléré avec la loi de modernisation de l'économie (LME) de 2008, qui a fait passer de 300 à 1 000 m² le seuil d'obligation d'autorisation pour l'ouverture de nouvelles surfaces. « Les enseignes ont aussi conscience



En ouvrant des Intermarché Express, comme ici à Toulouse, les Mousquetaires prennent le train de la proximité urbaine, un créneau qui répond aux attentes des consommateurs. INTERMARCHÉ

qu'elles doivent multiplier les points de contact avec des consommateurs qui ne sont plus prêts comme avant à prendre leur voiture pour aller en lointaine périphérie », ajoute Yves Marin.

Incarnés par Franprix ou Carrefour City, les partis pris des superettes de nouvelle génération sont toujours les mêmes : couvrir les besoins des citadins pour leurs provisions hebdomadaires, au-delà des seuls produits de dépannage. « Les distributeurs affûtent leur offre en réduisant l'épicerie et en se

focalisant sur les produits frais », relève Gaëlle Leclève, du cabinet Dia-Mart. Auchan s'attaquera au marché urbain début avril en ouvrant son premier Auchan City à Tourcoing, près de Lille. À la différence d'Intermarché ou de Système U, le groupe reste fidèle à son credo pour l'hypermarché : son nouveau concept, 4 000 m² à 90 % alimentaire, ambitionne d'être « le plus grand marché de frais au cœur des villes ». Là encore, le potentiel se niche dans les grandes agglomérations. ■

A. D.

Les enseignes ne chassent pas les meilleurs emplacements

JEAN-YVES GUÉRIN

LE PHÉNOMÈNE est apparu il y a deux ou trois ans. Les enseignes de la grande distribution se sont mises à faire la chasse aux petites surfaces en centre-ville pour y installer des magasins. De quoi faire flamber les loyers ? Pas vraiment, car les attentes des Carrefour, Monoprix et autres Intermarché sont très spécifiques.

« Les commerces alimentaires n'ont pas besoin d'être sur des artères numérotées comme les Champs-Élysées ou le boulevard Haussmann à Paris. Un emplacement 1 bis ou 2 est suffisant, puisque les consommateurs sont prêts à chercher un peu pour faire leurs courses », explique Édouard Chabert, directeur du commerce chez le conseil en immobilier d'entreprise Knight Frank.

Du coup, ces nouveaux venus dans les centres-ville ne font pas concurrence aux grandes chaînes spécialistes du vêtement (H&M, Zara, Gap...) qui se battent pour

une place aux meilleures adresses. Il est toutefois à noter que ces adresses prestigieuses n'ont pas fait l'objet de surenchères démesurées. Selon Cushman & Wakefield, le loyer boulevard Haussmann à Paris est resté inchangé l'année dernière à 4 600 euros le mètre carré par an. Même stabilité pour la rue de la République, la meilleure localisation commerciale à Lyon, où le loyer est toujours de 2 000 euros.

Les enseignes de la grande distribution, elles, se positionnent sur des adresses un peu moins prestigieuses. « Ainsi, dans le XVI^e arrondissement, on ne les trouvera pas rue de Passy, mais plutôt rue de l'Annonciation, juste à côté », illustre Christian Dubois, directeur général en charge du commerce chez Cushman & Wakefield. Sur ces emplacements de second rang, l'arrivée de magasins alimentaires n'entraîne pas encore de hausse significative. À Paris, leur loyer oscille souvent entre 700 et 800 euros pour des moyennes surfaces de 400

à 500 m². Mais, évidemment, les prix sont revus à la hausse quand deux enseignes se battent pour le même emplacement. « À ce petit jeu-là, sur la rive gauche, à Paris, un loyer est monté à 1 000 euros le mètre carré, soit 200 à 300 euros de plus que la norme, et la cession du droit au bail s'est négociée à 3 millions d'euros, contre 1 à 1,5 million habituellement », affirme Chris Igwe, directeur du département commerce chez CBRE.

Quelques anciens garages

Autant que les prix, c'est la rareté des biens correspondant aux besoins de la grande distribution qui pose problème. Ces magasins viennent souvent à la place d'enseignes de meubles ou de concessions moto. Quand ce ne sont pas d'anciens garages. Mais les copropriétaires sont difficiles à convaincre. « Ils craignent d'être importunés par les nuisances liées aux livraisons très tôt le matin des supérettes ou par les travaux indispensables pour aménager le magasin

avant son ouverture », soulignent en chœur Nathalie Razafine, responsable du département commerce chez Jones Lang Lasalle, et Jean-Philippe Carmarans, directeur général expertise immobilière chez DTZ. ■

La vente de commerces et de bureaux repart lentement

PAS de quoi sombrer dans un optimisme excessif. Selon Cushman & Wakefield qui a présenté son étude hier, l'immobilier d'entreprise en France reste convalescent. Un chiffre l'atteste : l'année dernière, les achats et les ventes en immobilier d'entreprise ont atteint 11 milliards d'euros. C'est plus qu'en 2009 (7,8 milliards). Mais cela reste en dessous de la moyenne au cours de la décennie écoulée qui est de 14,5 milliards. Même constat pour la location de bureaux. En 2010, 2,1 millions de m² ont été pris par des entreprises utilisatrices en Ile-de-France. Là aussi, on est loin du pic de 2006 où 2,8 millions de m² avaient été loués. Mais cette reprise molle n'empêche pas le loyer des meilleurs bureaux dans le quartier central des affaires de Paris d'être passé de 700 euros le m² par an en 2009 à 760 euros en 2010. **J.-Y.G.**

EN BREF

Prada vise la Bourse de Hongkong cet été

Le groupe de luxe italien Prada envisage son introduction à la Bourse de Hongkong en juin ou juillet. Il s'approprierait à mandater pour cela les banques Goldman Sachs, Crédit agricole, Intesa Sanpaolo et UniCredit, selon la presse italienne.

Spéculation sur Beiersdorf

L'action de Beiersdorf, le groupe allemand qui fabrique notamment les crèmes Nivea, a flambé hier en séance, sur des spéculations évoquant la possibilité d'une vente des parts de la famille Herz, actionnaire majoritaire, à Procter & Gamble. Mais un porte-parole de la famille a répété l'attachement de celle-ci à l'entreprise « pour le long terme ».

Fiat : référendum des salariés à Turin

Les 5 500 salariés de l'usine de Fiat de Mirafiori, Turin, se prononceront les 13 et 14 janvier sur les propositions de leur direction. Cette dernière souhaite assouplir leur contrat de travail. L'usine pourrait alors tourner jusqu'à 24 heures sur 24 et six jours par semaine. En cas de refus, le groupe renoncerait à investir 1 milliard d'euros dans l'usine, a prévenu le directeur général.

Un tel accord a déjà été obtenu dans le sud de l'Italie.