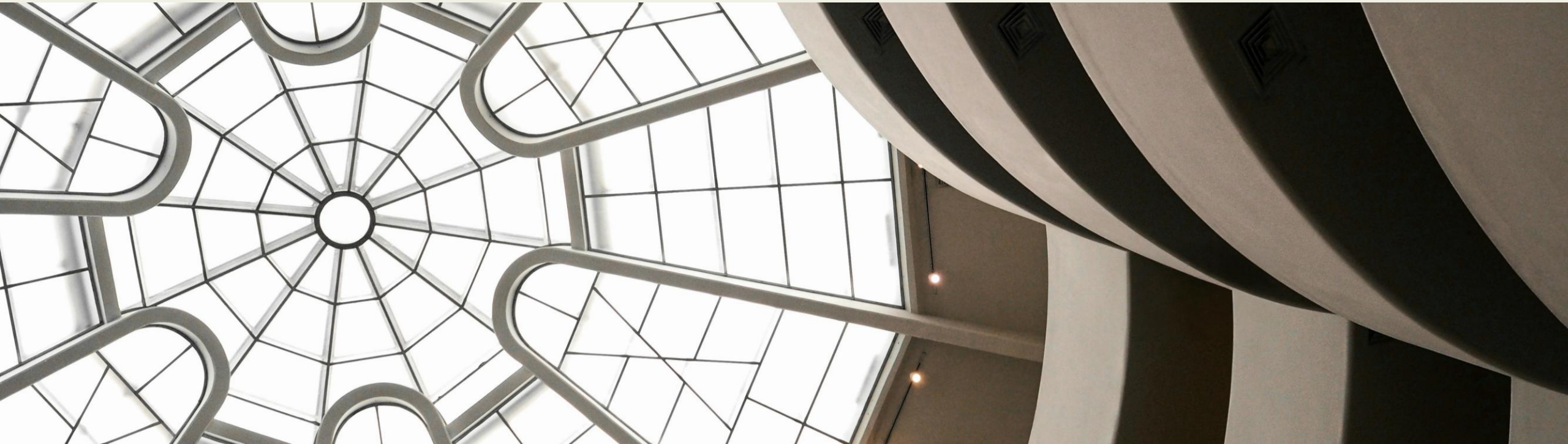
Le marché immobilier des commerces en France

MAPIC - Novembre 2026 | Economie, Enseignes et marchés immobiliers | knightframk.fr/etudes/



Edito

Le commerce n'a jamais été aussi difficile à lire. Et c'est peut-être précisément ce qui le rend à nouveau intéressant pour les investisseurs. À première vue, l'environnement reste exigeant. La croissance française ralentit, la consommation est, pour l'heure, en dessous de son potentiel et les enseignes poursuivent leurs arbitrages. Dans ce contexte, la prudence domine encore. Mais derrière cette photographie d'ensemble se dessine une réalité beaucoup plus nuancée : le marché ne se contracte pas uniformément, il se recompose.

Notre étude met notamment en évidence des évolutions très différentes selon les secteurs et les enseignes, entre restructurations, reprises, expansions et nouveaux concepts. Cette recomposition change profondément la lecture immobilière. Toutes les localisations, tous les formats et tous les actifs ne se valent plus. Artères commerçantes, centres commerciaux, retail parks ou enseignes alimentaires répondent désormais à des dynamiques propres que nous avons souhaité analyser séparément dans cette nouvelle édition de notre étude consacrée au marché français des commerces.

Pour les investisseurs, c'est probablement là que se situe aujourd'hui l'enjeu. Au-delà des volumes investis, il faut comprendre où se concentrent la résilience locative, la profondeur de la demande et, demain, la création de valeur. Le retour sur le marché des commerces ne pourra donc être indiscriminé : il sera sélectif, fondé sur la qualité des emplacements, la solidité des enseignes et la capacité des actifs à s'adapter aux nouveaux usages.

Cette édition 2026 du MAPIC vous propose ainsi une lecture croisée des enseignes, du marché locatif et de l'investissement, complétée par une analyse des principaux formats commerciaux. Dans un marché en recomposition, le retour sur le commerce pose la question des formats et de leurs valorisations.

Très bonne lecture et bon MAPIC.



Magali Marton
Directrice Research & Data
Knight Frank France

SOMMAIRE

01. Situation macroéconomique p.03
02. Performances du secteur des commerces p.05
03. Actualité des enseignes p.08
04. Marché de l'investissement immobilier de commerces p.10
05. Focus sur les formats de commerces :
05.1 Artères commerçantes & Pied d'immeubles p.14
05.2 Retail parks p.16
05.3 Centres commerciaux p.18
05.4 Focus sur le secteur alimentaire p.20

01.

Contexte général & Actu. Enseignes



Une croissance ralentie et une inflation au plus haut en 2026 Des perspectives plus positives à partir de 2027

- L'année 2026 marque un point bas de croissance, avec un PIB attendu à seulement +0,4 %, après +0,9 % en 2025.
- L'inflation constitue de nouveau une contrainte, à 2,3 % en moyenne attendue en 2026, et 3,1 % en septembre.
- Le scénario devient néanmoins plus favorable à partir de 2027, avec une croissance projetée à +0,9 %, puis une accélération à +1,2 % en 2028, portée par le retour en force de la consommation.

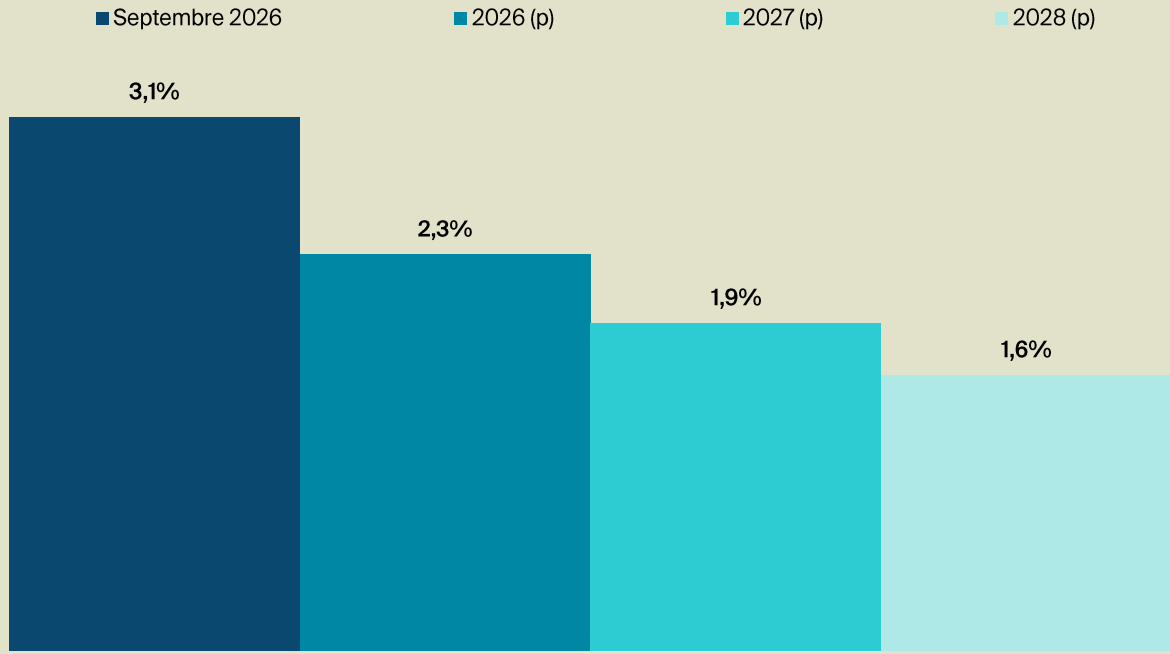
Pour le commerce, l'enjeu est donc de traverser 2026 dans un environnement de demande peu dynamique, avant un possible desserrement des contraintes macroéconomiques.

PIB
En %, glissement annuel



P = projections, Source : Banque de France

Inflation en France
En %, glissement annuel



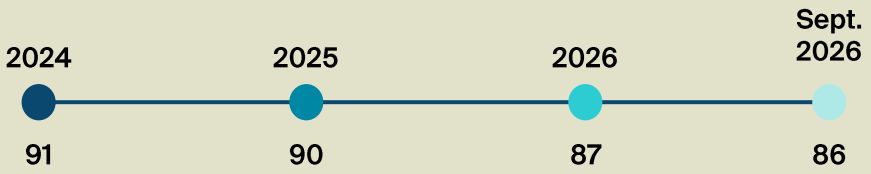
Sources : INSE-E, Banque de France

Des ménages très prudents
Une consommation bridée par une épargne de précaution

- La confiance des ménages continue de se dégrader, passant de 91 en 2024 à 80 en octobre 2026 (-7 point par rapport à la moyenne 2026).
- Le pouvoir d'achat reste sous pression et recule au 2ème trimestre 2026, tandis que la consommation ne progresse que modestement (+0,3%).
- Le taux d'épargne reste élevé, à plus de 17 %, révélant des arbitrages toujours prudents de la part des consommateurs.

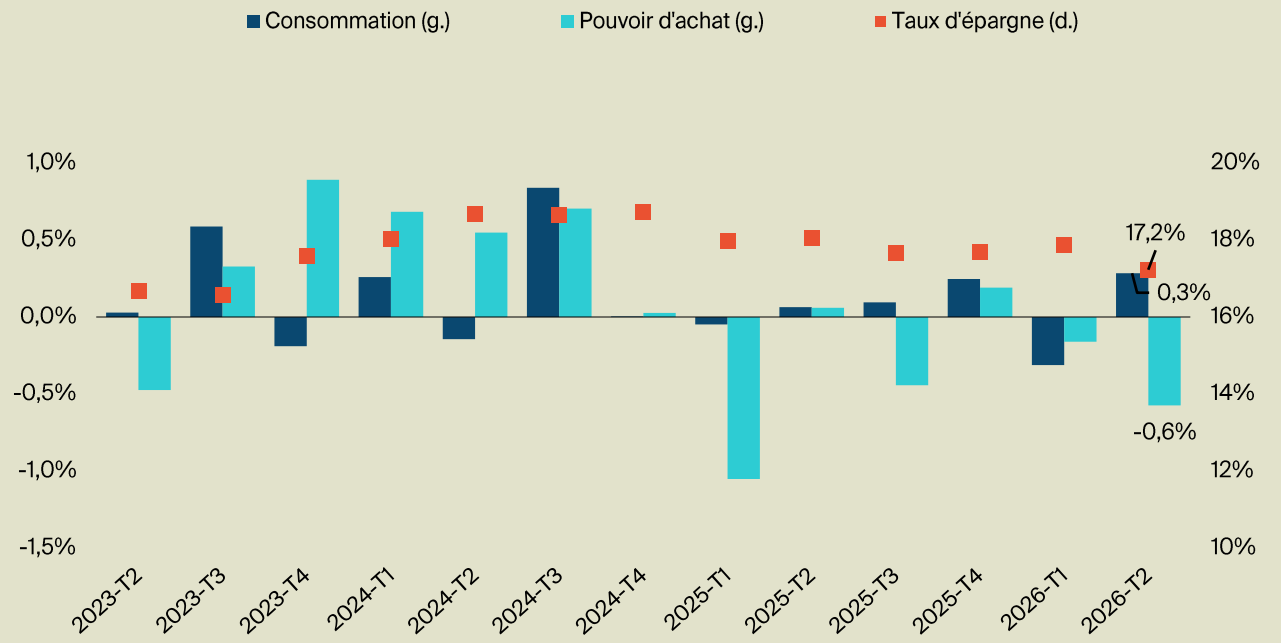
Pour les enseignes, la bataille 8porte donc moins sur la croissance du marché que sur la capacité à capter une dépense très arbitrée.

Confiance des ménages
Base 100 – Moyenne 12 mois



Source : INSEE

Consommation, pouvoir d'achat et taux d'épargne
Evolution annuelle



Source : INSEE

Des performances de ventes très contrastées selon les secteurs

- Le commerce reste globalement en croissance, avec des volumes de ventes en hausse de +2,6 % sur janvier-août 2026.
- La parfumerie-beauté (+5,3 %) se distingue nettement, devant l'informatique-télécoms (+3,2 %) et l'alimentaire (+2,4 %).
- L'habillement est quasiment stable, tandis que chaussures et maroquinerie (-6,5 %) et horlogerie-bijouterie (-1,1 %) reculent.

La moyenne masque donc une polarisation croissante entre catégories, avec des implications directes sur les stratégies d'expansion et la demande de surfaces.

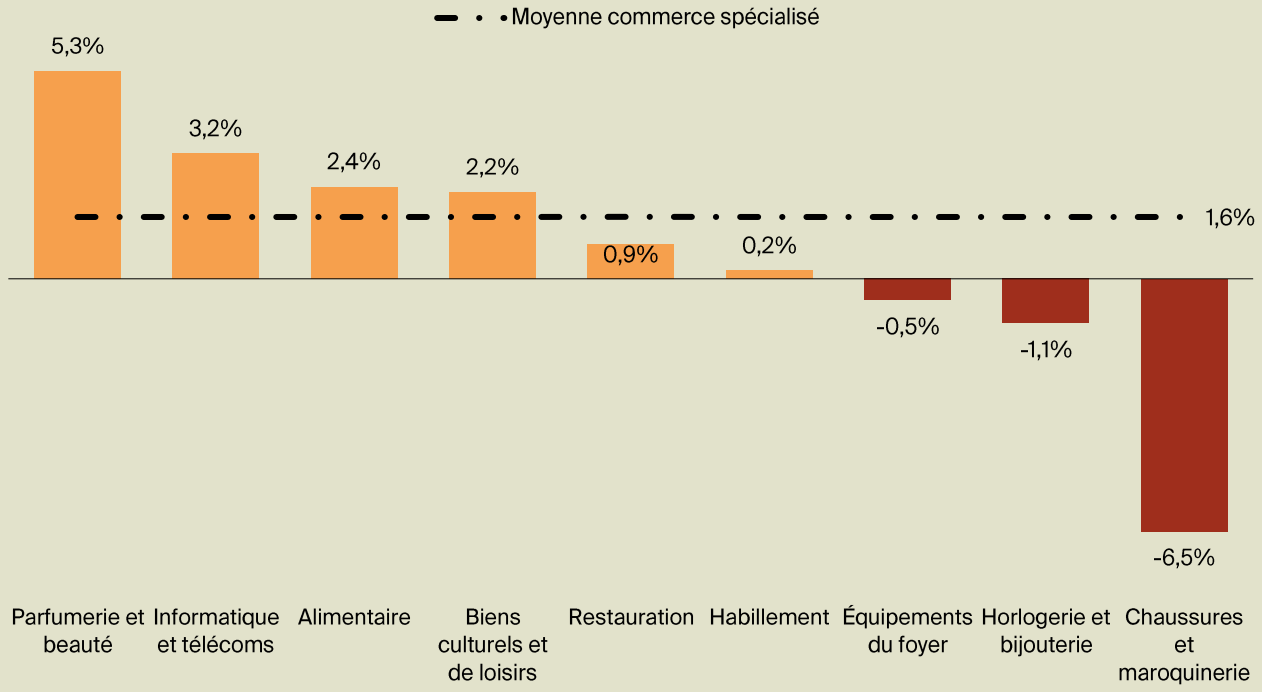
Volume de ventes
En %, janvier-août 2026 vs 2025
2025 vs 2024

COMMERCES ENSEMBLE
+2,6%
+3,0%

NON SPÉCIALISÉ
+3,3%
+1,8%

SPÉCIALISÉ
+1,6%
+3,6%

Volume de ventes dans les magasins spécialisés et restauration
En %, comparaison janvier-août 2026 avec même période en 2025



Source : INSEE

Un climat des affaires impacté par la conjoncture
Des défaillances aux trajectoires diverses

- Le climat des affaires se dégrade nettement dans le commerce, avec un indicateur ramené à 92 en octobre 2026, contre 102 en 2024, reflet d'un environnement de consommation toujours peu porteur.
- Les défaillances ne progressent toutefois que modérément pour l'ensemble du commerce (+2,6 %) et sont quasiment stables pour les commerces en magasin sur les neuf premiers mois de 2026. Les situations sont surtout très contrastées selon les secteurs : les défaillances reculent dans le bricolage-équipement du foyer et l'habillement mais progressent dans le soin-optique, l'alimentaire et surtout les magasins de grande distribution.

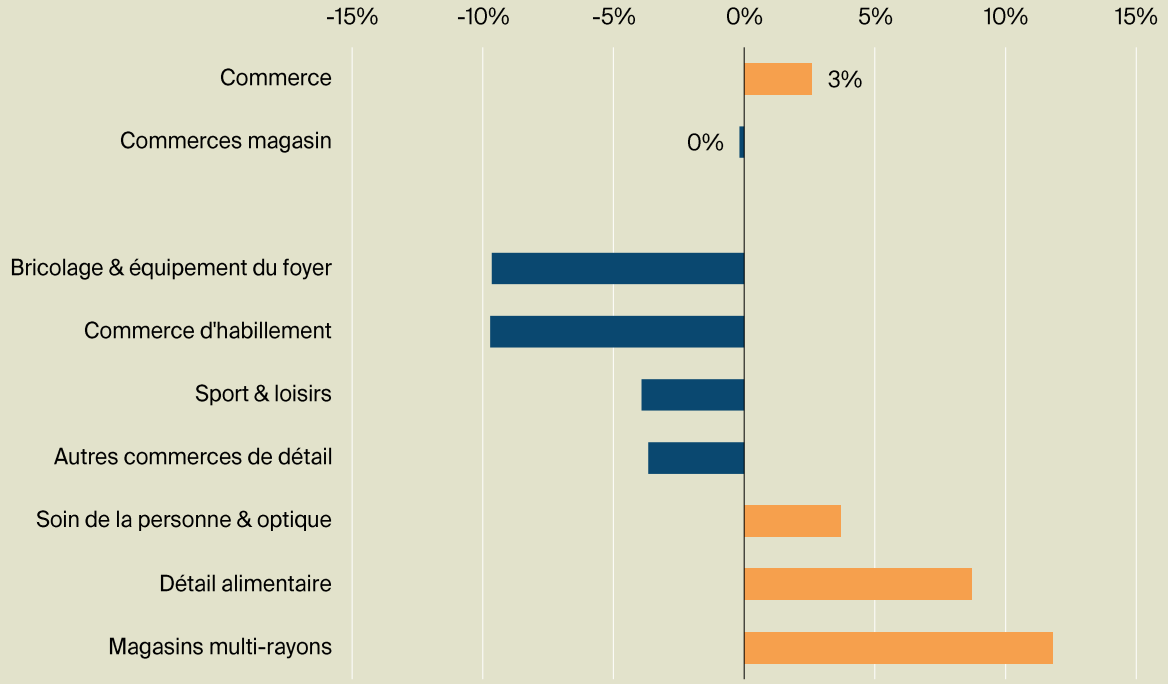
Le sujet est donc moins celui d'une crise généralisée du commerce que d'une recomposition accélérée des modèles et des réseaux, certains segments continuant à se développer tandis que d'autres rationalisent leur parc. Dans ce contexte plus exigeant, les arbitrages s'accélèrent : restructurations, reprises, nouveaux concepts et stratégies d'expansion redessinent progressivement le paysage des enseignes.

Climat des affaires - Commerces
Base 100 – Moyenne 12 mois glissants



Source : INSEE

Défaillances d'entreprises en France – Commerces
Evolution T1-T3 2026 vs même période en 2025



Source : Altares

2026 : des commerces à l'heure des recompositions

LES ÉVÉNEMENTS MAJEURS
QUI DESSINENT UN NOUVEAU PAYSAGE DES ENSEIGNES

FEVRIER → JUILLET

FÉV.
- **OKAÏDI** — Restructuration

MARS
- **SHEIN** — Ouverture au BHV
- **PRIMARK** — 3 ouvertures dans villes moy.

JUIN
- **SHEIN** — Fermeture au BHV

1ER SEM.
- **FNAC / DARTY** — Plan Beyond everyday

JUIN
- **JENNYFER** — Reprise par le groupe Beaumanoir

ÉTÉ → OCTOBRE

SEPT.
- **INDITEX** — +8% de CA (S1 2026)

OCT.
- **AUCHAN** — Plan de transfo.

15/10
- **ACTION** — Expansion

GIFI
- Redressement judiciaire

28/10
- **BHV** — Mis en redressement judiciaire

Source : publications des enseignes, traitement Knight Frank

Luxe : stratégies différenciées dans un environnement en recomposition

SUR PERFORMANCE

- Richemont
- Bruno Cucinelli

RÉSILIENCE

- Hermès
- Moncler
- Prada

LUXE

REDRESSEMENT

- Burberry
- Tapestry

TRANSFORMATION

- LVMH
- Kering

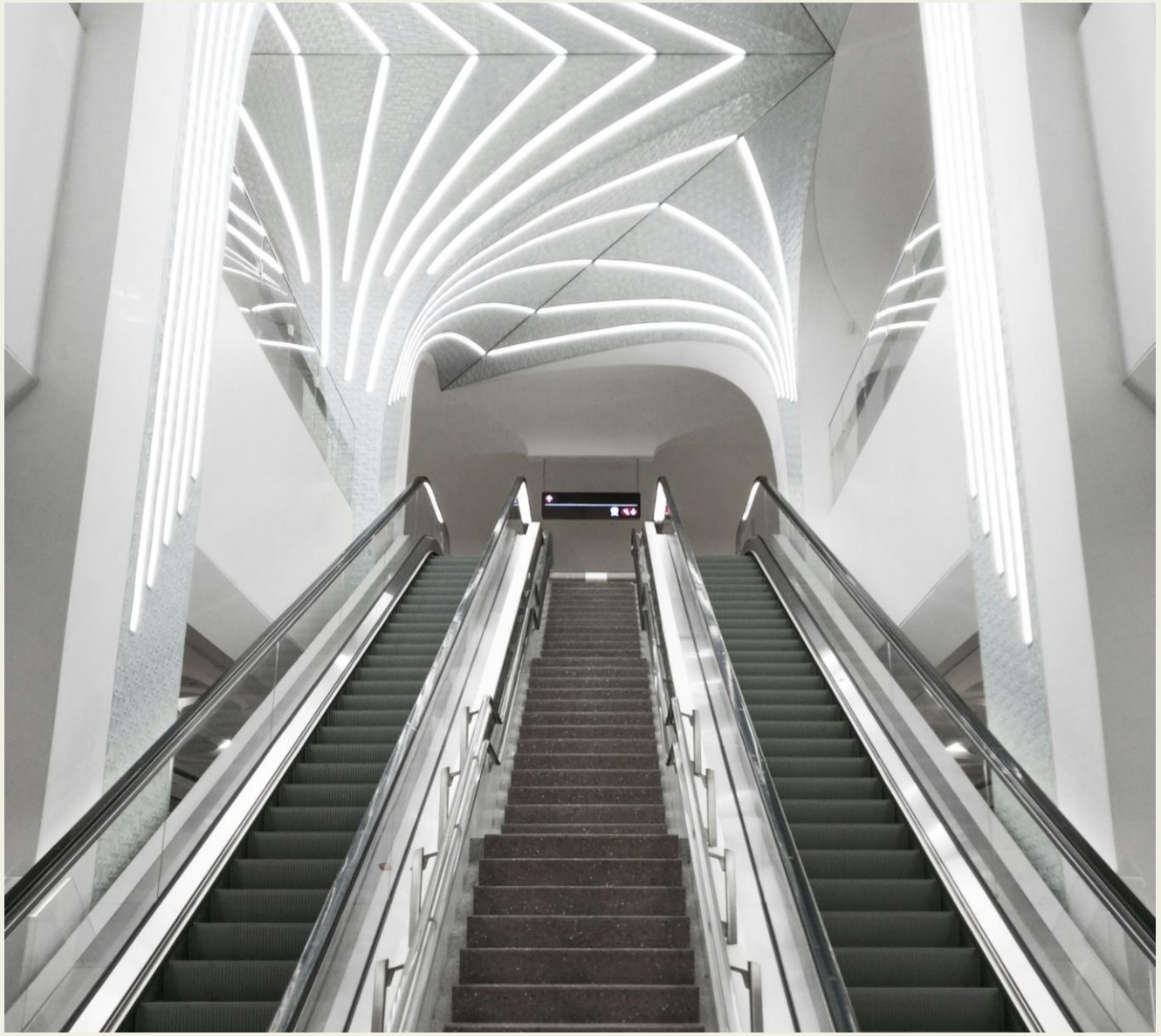
La récente correction en bourse de certains groupes de luxe peut paraitre sévère ; elle traduit une valorisation nouvelle du secteur, désormais percu comme fragmenté et non un seul bloc monolithique. Les investisseurs distinguent la rareté, la joaillerie et le pricing power des modèles dépendants de la mode, des ventes en Asie dont la consommation ralentit et d'un réseau parfois trop dense.

Face à un marché du luxe traversé par une stagnation des dépenses, une recomposition géographique qui tire vers la Chine et des préférences de consommateur changeantes, chaque groupe développe une stratégie propre : raréfaction assumée de la production pour certains, recentrage sur une marque phare.

Le réseau des boutiques reste un élément majeur dans ces stratégies, entre présence sélective et captation de nouveaux clients qui entendent désormais lier consommation et expérience. Le développement de nouvelles boutiques va donc être encre plus millimétré pour être présent uniquement là où l'activité commerciale est la plus porteuse.

02.

Marché de l’investissement



Un volume d'investissement résilient en commerce, grâce à la diversification des formats

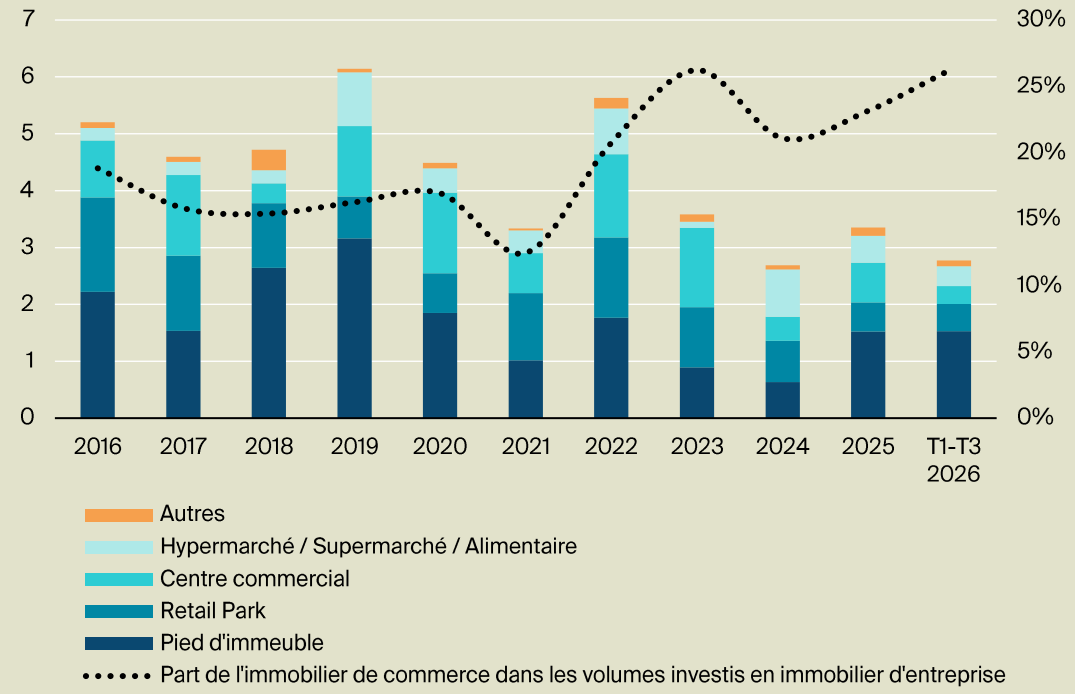
- Près de 2,8 Md€ ont été investis en commerces en France sur les neuf premiers mois de 2026, soit une progression de 15 % sur un an.
- Le commerce représente désormais plus d'un quart des volumes investis en immobilier d'entreprise, contre environ 21 % en 2024.
- Les pieds d'immeuble concentrent plus de 1,5 Md€, très loin devant les autres formats, porté par quelques grandes transactions unitaires dans les artères prime de Paris. Retail parks, centres commerciaux et alimentaire complètent toutefois le marché et témoignent d'une diversification des stratégies d'investissement.
- En plus du critère de la centralité, les investisseurs ciblent des actifs présentant un potentiel de création de valeur. Le profil value-add a ainsi pesé pour 66 % des volumes investis en commerce en 2026 contre 16 % en moyenne décennale.

Le commerce confirme ainsi son retour dans les allocations, mais avec une forte sélectivité sur l'emplacement, le format et la solidité locative

Volumes investis en France en immobilier de commerce
T1-T3 2026(Evol. N/N-1)

EUROPE	DONT FRANCE
20,5	**2,8**
milliards d'euros (-13%)	**milliards d'euros (+15%)**

Volumes investis en France en immobilier de commerce
En milliards d'euros, en %



Source : Knight Frank

Un record pour les fonds d'investissement
Des capitaux étrangers conséquents

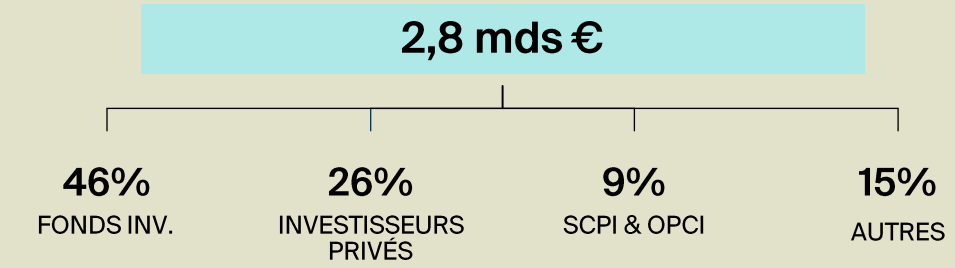
- La structure des acquéreurs témoigne d'un marché largement dominé par les fonds d'investissement, qui représentent 46 % des volumes présentés, suivis des capitaux privés (26 %). Si les SCPI et OPCI ont vu leur part des volumes baisser à 9 %, contre 24 % en moyenne de long terme, c'est parce qu'ils ciblent, dans le contexte actuel, des montants unitaires plus faibles. En effet, leur part en termes de nombre de tranactions se maintient à 30 % à fin septembre (contre 38 % en moyenne), reflétant un intérêt toujours marqué de ces véhicules grand public pour la classe d'actifs commerce.
- Les investisseurs internationaux pèsent 42 % des acquisitions, confirmant l'attractivité retrouvée du commerce français auprès des capitaux étrangers.

Ce retour de liquidité élargit le spectre des acquéreurs et soutient progressivement la profondeur du marché, qui reste bridée par une sélectivité très élevée et par un nombre limité d'opportunités, en particularité sur le segment des retail parks, par ailleurs très demandé sur le marché. Le segment des centres commerciaux, en revanche, est moins prisé en raison d'un modèle économique moins favorable et de valeurs métriques pas assez attractives.

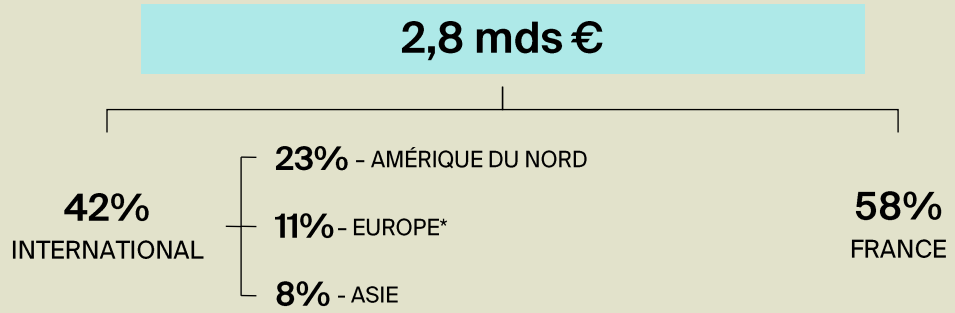
Pour les enseignes comme pour les investisseurs, cette évolution remet la qualité immobilière et locative au centre de la création de valeur.

Volumes investis en France en immobilier de commerce en 2026 (T1-T3)
En milliards d'euros, en % du total

Typologie d'acquéreurs



Nationalité d'acquéreurs



03.

Focus Formats

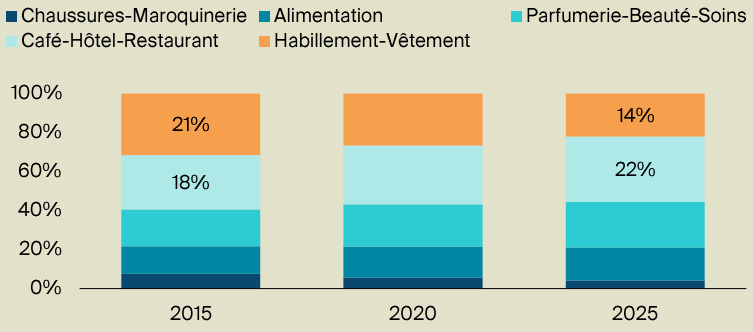


Pieds d'immeubles : recomposition des activités, maitrise de la vacance et polarisation des valeurs locatives

- La structure des pieds d'immeubles poursuit sa recomposition : la restauration, la beauté et l'alimentaire gagnent du terrain, tandis que l'habillement et la chaussure se contractent.
- La vacance reste très différenciée selon les localisations : contenue sur les artères majeures de la rive droite, à 12,5 % à l'échelle de Paris et 11,7 % en France.
- Les valeurs locatives prime demeurent très polarisées, de 13 000 à 18 000 €/m²/an sur les axes du luxe (25 000 €/m²/an place Vendôme), contre des niveaux nettement plus accessibles sur les artères secondaires.

Répartition des enseignes – pieds d'immeubles en France

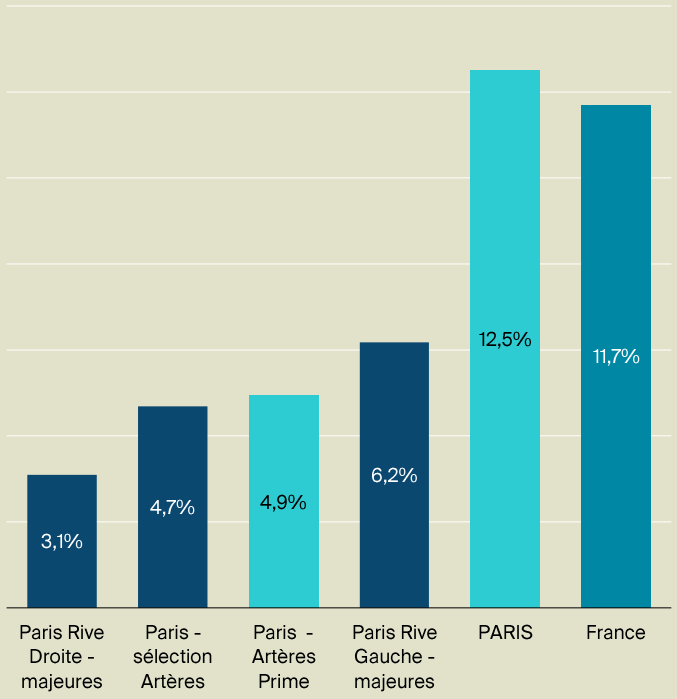
En %



Sources: Codata Digest 2026

Taux de vacance – Pieds d'immeubles

En % - Données 2025 (France), mi 2026 pour Paris



Sources : Codata, Apur, Knight Frank

Valeurs locatives prime à Paris – Pieds d'immeubles

Mi 2026 - €/m²/an – Zone A

RUE / QUARTIER	ARR.	VALEUR LOCATIVE PRIME (€/m²/an) 2026
AVENUE DES CHAMPS-ELYSEES	Paris 8ème	13 000 – 16 000
AVENUE MONTAIGNE	Paris 8ème	13 000 – 18 000
RUE SAINT-HONORE / FAUBOURG SAINT-HONORE	Paris 1er / 8ème	13 000 – 16 000
PAIX / VENDOME	Paris 1er	8 500 – 25 000
QUARTIER MARAIS	Paris 3ème / 4ème	1 500 – 6 000 (Temple – Fcs Bourg.)
BOULEVARD HAUSSMANN	Paris 8ème / 9ème	3 000 – 5 000
RUE DE SEVRES	Paris 6ème / 7ème	3 000 – 4 000
RUE DE RIVOLI	Paris 1er / 4ème	2 500 – 3 500
QUARTIER OPERA	Paris 1er / 2ème / 8ème / 9ème	2 500 – 3 500
RUE DE RENNES	Paris 6ème	1 500 – 3 000

Source : Knight Frank

Pied d'immeubles, locomotive du marché, boostée par les capitaux privés

Marché de l'investissement en commerces
Pieds d'immeubles

Les pieds d'immeubles constituent le principal moteur du marché, avec 1,5 M. d€ investis à fin septembre 2026, soit plus de la moitié des volumes engagés sur l'ensemble des formats de commerce.

L'activité actuelle du marché repose sur quelques transactions d'exception à Paris : 29-33 Champs-Élysées, 91 Champs-Élysées et BHV Marais concentrent une part importante des montants engagés depuis le début de l'année 2026. Le marché a été peu actif en province, compte tenu d'interrogations sur l'évolution de certains centre villes (tourisme, voiture, pouvoir d'achat en baisse. La liquidité demeure donc très sélective. Les investisseurs privilégient les meilleures artères, les signatures solides et les actifs offrant un potentiel de croissance locative.

Investisseurs domestiques et étrangers représentent un volume d'engagement quasi similaire, les seconds ayant privilégié des montants unitaires parmi les plus importants.

Fonds d'investissement et privés (family office et individuels) couvrent 90% de l'activité du marché

Le taux prime* atteint 5,00 %, en hausse de 75 points de base sur un an

**hors artères de luxe*

1,5 MDS € INVESTIS EN 2026
60 OPÉRATIONS

50% FRANÇAIS / 50% ETRANGERS

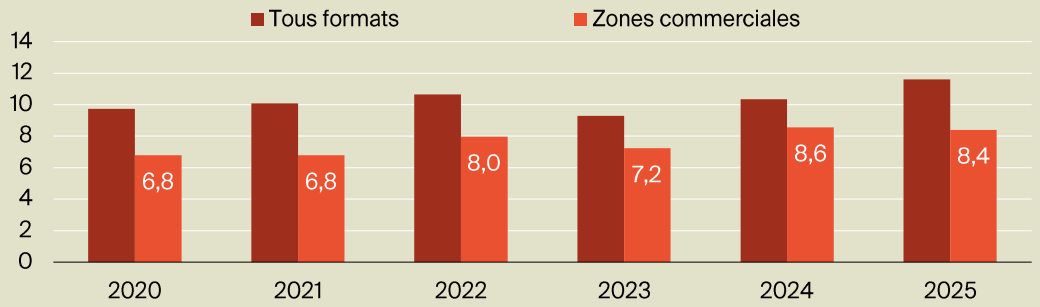
TAUX PRIME* DE 5,00%
+75 BPS EN UN AN (+225 BPS EN 10 ANS)

Source : Knight Frank

Retail parks : un format toujours plébiscité mais en mouvement

- La vacance des zones commerciales reste inférieure à celle observée tous formats confondus : 8,4 % en France en 2025 malgré des écarts territoriaux marqués.
- Les ouvertures restent dynamiques dans les loisirs, la beauté-soins, les services et la restauration, confirmant ainsi la diversification progressive du mix d'enseignes.
- À l'inverse, l'équipement de la maison et l'habillement enregistrent une nette contraction, signe d'arbitrages de réseaux plus sélectifs et d'une rationalisation des surfaces.

Vacance commerciale par format
En %



Source: Codata

Vacance dans les zones commerciales – France
2025

FRANCE
8,4%

ILE-DE-FRANCE
10,4%

PROVINCE
De 7,0% à 10,1%

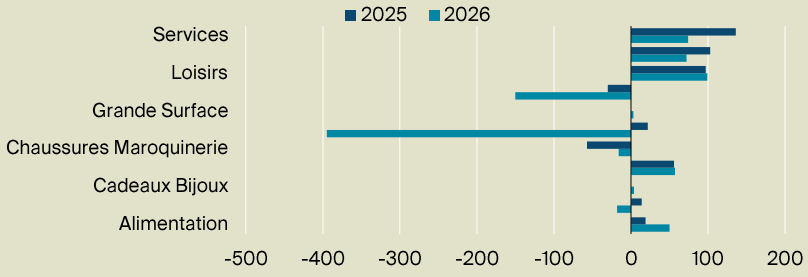
Source : Codata

Enseignes
Top 3 des ouvertures en zones commerciales



Source : Codata

Solde ouvertures- fermetures enseignes – Zones commerciales



Source : Codata

Retail parks : un format résilient et lisible qui attire les acquéreurs

Marché de l'investissement en commerces
Retail parks

Les retail parks totalisent 482 millions d'€ investis à fin septembre 2026, un volume inférieur de 20 % à la moyenne décennale mais limité par le manque d'offres davantage que par l'absence de demande.

Le marché reste recherché pour ses rendements et ses fondamentaux locatifs (taux de vacance le plus faible des formats structurés de commerces, mix d 'enseignes de plus en plus varié, lisibilité des actifs), notamment par les fonds d'investissement, qui représentent 65 % des acquisitions.

Le retail park Chasse Sud à Chasse-sur-Rhône, acquis par Hines pour 100 millions d'€, constitue la principale transaction de l'année sur ce format.

Le taux prime s'établit à 6,00 %, en compression de 25 points de base sur un an.

482 MILLIONS € INVESTIS EN 2026
30 OPÉRATIONS

65% FONDS D'INVESTISSEMENT

TAUX PRIME DE 6,00%
-25 BPS EN UN AN (+125 BPS EN 10 ANS)

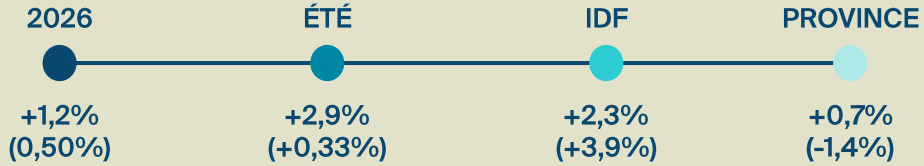
Source : Knight Frank

Centres commerciaux : fréquentation en hausse, activité divergente selon les secteurs

- La fréquentation des centres commerciaux progresse de 1,2 % sur les huit premiers mois de 2026, malgré un profil mensuel encore irrégulier.
- L'été a été plus porteur, avec une hausse de 2,9 %, tandis que l'Île-de-France surperforme la province sur la période.
- Les performances restent très polarisées selon les secteurs : bricolage-jardinage, divertissement et beauté-santé progressent, alors que l'équipement de la personne et la maroquinerie reculent, assez sensiblement.

Fréquentation des centres commerciaux en 2026

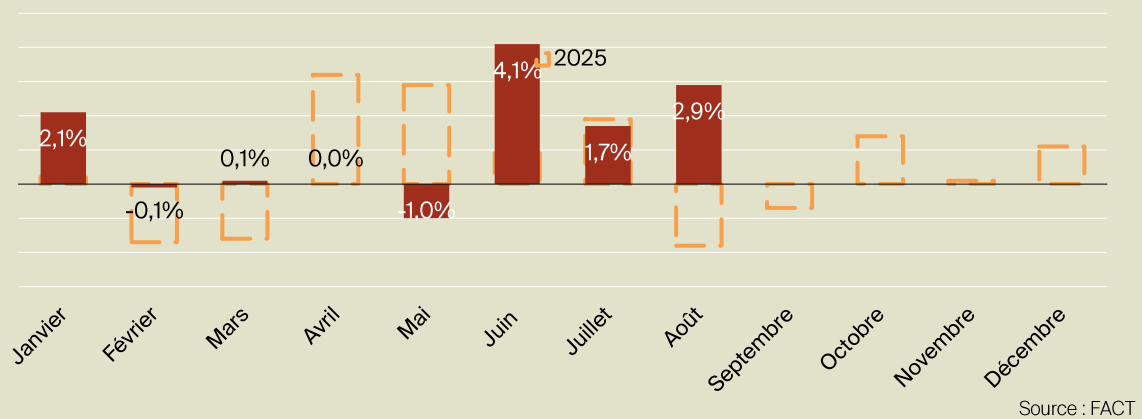
Evolution annuelle de janvier à août - (*Données même période en 2025*)



Source : FACT

Fréquentation des centres commerciaux

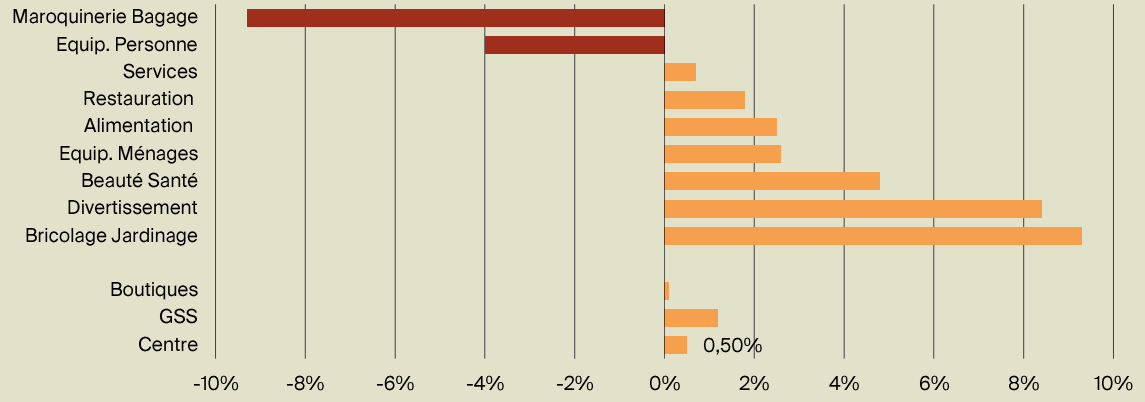
Evolution annuelle en 2025 et 2026 (janvier - août)



Source : FACT

Indices d'activité des centres commerciaux

Août 2026 - 12 mois glissants



Source: FACT

Centres commerciaux : volume limité par le manque de produit, diversité des profils d'acquéreurs

Marché de l'investissement en commerces
Centres commerciaux

Avec 311 millions d'€ investis à fin septembre 2026, les centres commerciaux restent deux fois en deçà de leur moyenne décennale, essentiellement faute d'une rotation suffisante des actifs

Le marché demeure étroit et essentiellement domestique, avec seulement 13 opérations et des transactions de taille limitée, telles que la galerie Grand Quetigny près de Dijon acquise par Carmila pour 45 millions d'euros ou encore Aushopping Dury (Amiens) ou Vineuil (Blois)

Les acquéreurs aujourd'hui actifs sont essentiellement des privés ou des SCPI-OPCI. La technicité de gestion, les besoins de repositionnement et l'évolution rapide des usages limitent encore le nombre d'acquéreurs actifs.

Le taux prime atteint 6,25 %, en décompression de 25 points de base sur un an

Arrivée des néo-SCPI sur les centres commerciaux

311 MIL. € INVESTIS EN 2026
13 OPÉRATIONS

49% INV. PRIVÉS / 32% SCPI

TAUX PRIME DE 6,25%
+25 BPS EN UN AN (+250 BPS EN 10 ANS)

Source : Knight Frank

Le département **Études & Recherche** de Knight Frank

propose des services d'analyse de marché et de conseil stratégique en immobilier pour de nombreux clients français et internationaux, qu'ils soient privés, institutionnels ou utilisateurs.

Les données utilisées pour la production de cette étude proviennent de sources reconnues pour leur fiabilité ainsi que des outils Knight Frank de suivi des marchés immobiliers.

Toutes les études sont disponibles sur **KnightFrank.fr**



Panorama des artères commerçantes | Juillet 2026



Le luxe en France | Une industrie stratégique, un impact immobilier |
Juillet 2026



Le marché de l'investissement en France | 3ème Trimestre 2026 | Novembre 2026



Vincent Bollaert
Président

+33 (0)1 43 16 88 90
+33 (0)6 86 48 44 62
vincent.bollaert@fr.knightfrank.com



Elsa de Briganti
Co-Head Retail Leasing

+33 (0)1 43 16 56 03
+33 (0)6 09 50 33 37
elsa.debriganti@fr.knightfrank.com



Benjamin Sebban
Head of Capital Markets – Retail & Hospitality

+33 (0)1 43 87 08 04
+33 (0)7 87 14 98 92
benjamin.sebban@fr.knightfrank.com



Magali Marton
Directrice Research & Data

+33 6 12 17 18 94
+33 1 43 87 00 98
magali.marton@fr.knightfrank.com



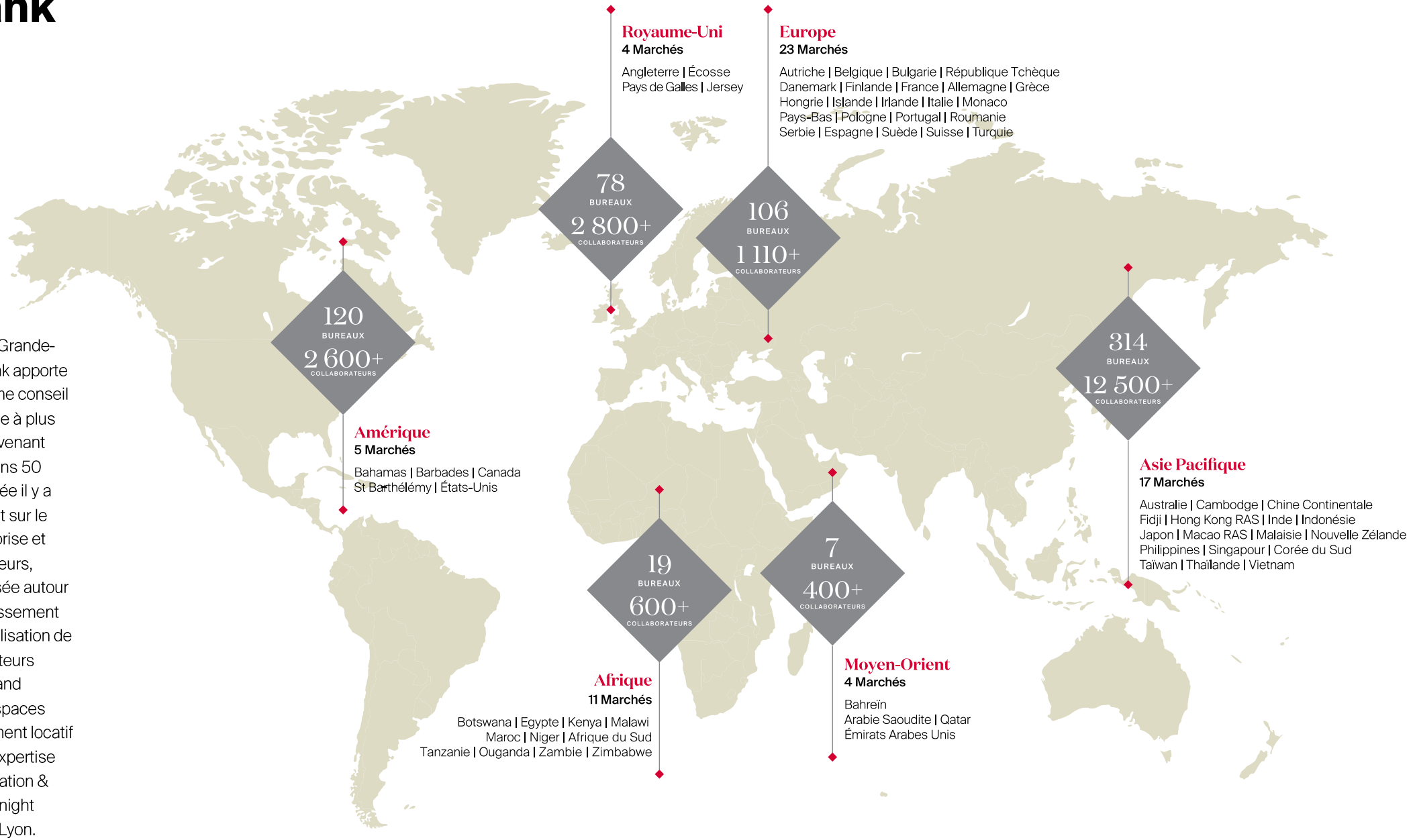
Jeremy Steu
Co-Head Retail Leasing

+33 (0)1 43 16 55 88
+33 (0)7 44 84 05 92
jeremy.steu@fr.knightfrank.com

© Knight Frank SNC 2026 | Malgré la grande attention prêtée à la préparation de cette publication, Knight Frank ne peut en aucun cas être tenu pour responsable d'éventuelles erreurs. En outre, en tant qu'étude de marché générale, ce document ne saurait refléter l'avis de Knight Frank sur des projets ou des immeubles spécifiques. La reproduction de tout ou partie de la présente publication est tolérée, sous réserve expresse d'en indiquer la source. | Crédits images : ©AdobeStock / ©Unsplash

Knight Frank
en bref

Fondé il y a plus de 125 ans en Grande-Bretagne, le groupe Knight Frank apporte aujourd'hui son expertise comme conseil international en immobilier grâce à plus de 20 000 collaborateurs intervenant depuis plus de 600 bureaux dans 50 pays. Sa branche française, créée il y a plus de 50 ans à Paris intervient sur le marché de l'immobilier d'entreprise et résidentiel. Avec 120 collaborateurs, Knight Frank France est organisée autour de 7 lignes de service : l'investissement (Capital Markets), la commercialisation de bureaux et le conseil aux utilisateurs (Occupier & Landlord Strategy and Solutions), l'aménagement d'espaces (Design & Delivery), le département locatif commerces (Retail Leasing), l'expertise avec sa filiale Knight Frank Valuation & Advisory, le résidentiel prime. Knight Frank est également présent à Lyon.




Knight
Frank