



ONICO

Observatoire Nantais de l'Immobilier Commercial

Résultats 2016

Édito

“

Fruit d'un travail partenarial entre le CINA et la CCI Nantes St-Nazaire, ce premier Observatoire Nantais de l'Immobilier Commercial (ONICO) synthétise près de 500 valeurs locatives sur l'agglomération nantaise. Au terme d'un travail d'analyse réalisé par une équipe composée de gestionnaires, d'experts immobiliers, de commercialisateurs et de chargés d'étude, cette publication fournit, en les mettant en perspective, des données de cadrage sur le niveau des loyers selon les différents secteurs du territoire. L'ONICO vise ainsi à renforcer la compréhension des dynamiques commerciales de l'agglomération nantaise, pour permettre aux professionnels de l'immobilier et du commerce, ainsi qu'aux acteurs publics, de se projeter au mieux dans leurs actions, et d'œuvrer ainsi en faveur du développement économique et de l'emploi. Que ce premier ONICO puisse vous être utile, et merci à ses membres pour leur engagement.

”

Pascal CHESSE

Président de la Commission Commerce - CINA

Hugues FRIOUX

Vice-Président CCI Nantes St-Nazaire en charge du commerce



LES LOCAUX COMMERCIAUX DE L'AGGLOMÉRATION NANTAISE

CHIFFRES CLÉS



7000

locaux commerciaux
(dont 1800 dans l'hypercentre)

61%

des locaux sont occupés par du commerce (22% par des restaurants et 17% par des activités de services)

8,5%

des locaux changent d'occupant chaque année

Source : Observatoire des Locaux Commerciaux ; CCI Nantes St-Nazaire. Données au 31/12/2015

Nantes, une ville en pleine mutation

FAITS MARQUANTS

Après quelques mois de retard dus à des travaux complexes, le **passage Cœur de Nantes** a ouvert ses portes au printemps 2016. Bien que 3 de ses 10 magasins soient encore inoccupés, ses **3 500 m²** sur **2 niveaux** assurent une liaison réussie entre le célèbre **passage Pommeraye** et la **rue Santeuil** désormais piétonne ; liaison qui pourrait booster l'activité commerciale dans cette partie de l'hyper-centre et étendre légèrement la **zone n°1**.

Le **Carré Feydeau** reste encore en 2017 un signal faible pour le développement du centre ville de Nantes. Malgré des **espaces publics rénovés**, un **parking public (ouvert en 2013)** très réussi et l'ouverture du Carrefour Market (ouvert en 2015), force est de constater que ce pôle commercial ne décolle pas puisque seul Mac Donald's a ouvert en 2016. La problématique de l'investisseur propriétaire est sûrement ce niveau -1 dont on ne voit pas aujourd'hui comment des commerces pourraient s'y positionner. Et si on essayait d'autres activités que le commerce ?

La **place Aristide Briand** change de visage pour devenir le nouveau **pôle immobilier** de Nantes. L'installation en 2016 de plusieurs enseignes immobilières nationales, d'un promoteur et d'une banque privée, confère une vraie dynamique et redonne du standing à la place. Après l'ouverture du Radisson Blue installé dans l'ancien palais de justice, le **projet d'aménagement** du site de l'ancienne prison (160 logements, une crèche, un parking souterrain et un théâtre de 250 places) sera livré fin 2019. Il mettra la touche finale haut de gamme à la réhabilitation de l'ancienne place judiciaire nantaise.



Loyers commerciaux

Loyers annuels HT, HC en €/m²

	Zone 1	Zone 1bis	Zone 2
Minimum	221 €	158 €	65 €
Médiane	461 €	333 €	228 €
Moyenne	590 €	346 €	244 €
Maximum	1 563 €	649 €	667 €

	Pôles de commercialité (Nantes)	Centres commerciaux de l'agglomération	Communes de l'agglomération hors Nantes
Minimum	81 €	91 €	54 €
Médiane	198 €	203 €	198 €
Moyenne	213 €	380 €	219 €
Maximum	600 €	1 741 €	667 €

Source : ONICO

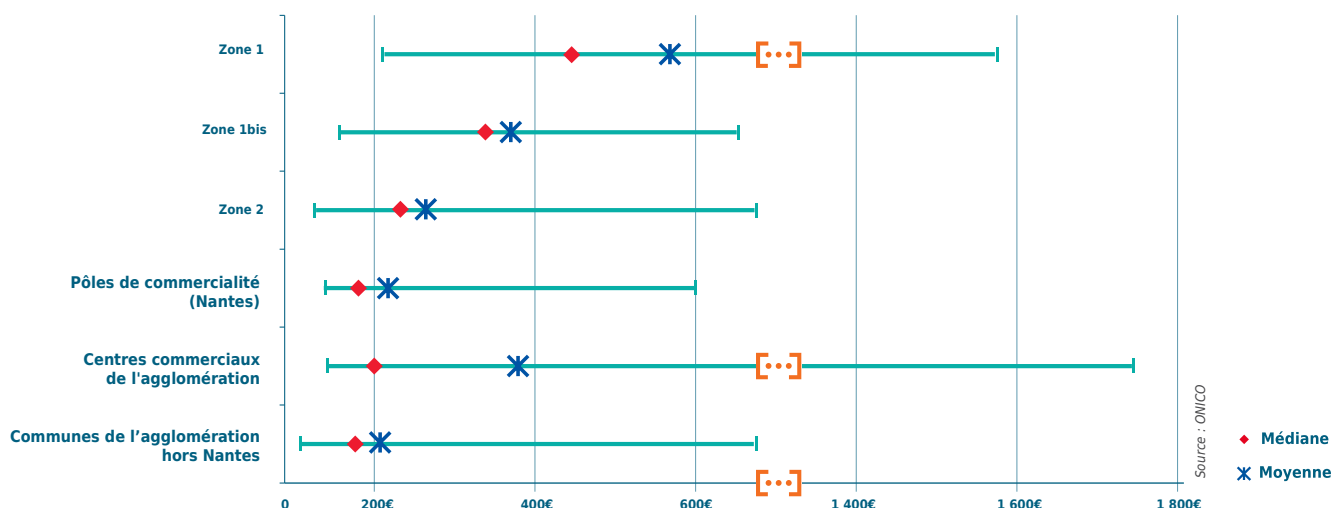
Voir glossaire page suivante

Parole d'experts

Les écarts considérables constatés dans les loyers observés montrent que jamais le marché des locaux commerciaux n'a été si contrasté. C'est particulièrement vrai pour les emplacements n°1. Selon le format des locaux, leur état et leur localisation, l'amplitude des loyers est forte. Ce phénomène est porté par de grandes enseignes qui acceptent de payer le prix fort pour s'implanter à Nantes et renforcer leur notoriété nationale voire internationale.

Parallèlement, les commerçants indépendants peinent à suivre cette logique haussière, avec le risque de créer un déséquilibre dans l'offre commerciale.

En revanche, les valeurs médianes traduisent bien la hiérarchie entre les différentes zones commerciales de Nantes Métropole. Comme tout observatoire et... comme tout bon vin, ONICO se bonifiera en vieillissant car les prochaines éditions permettront de mesurer comment évoluent les loyers dans ces différentes zones et de comparer leur attractivité respective.



Concept Store



ZOOM SUR

Les concept-stores : Au cœur de Nantes, les deux dernières années commerciales auront été marquées par l'ouverture de nombreux concept-stores. Même si la recette est ancienne, ce style de boutique indépendante surfe sur la tendance marketing actuelle. **Les concept-stores** regroupent des marques de créateurs principalement français en PAP, accessoires, décoration et design, pour créer un univers dédié. Aux fauteuils cosy, ambiance déco exclusive et tasses de thé s'ajoute un usage quotidien des réseaux sociaux pour créer l'évènement, y compris des opérations de vente éphémère. Les emplacements N°1 bis et n°2 sont privilégiés, budget oblige, dans les rues piétonnes et semi-piétonnes. Les concept-stores répondent à une clientèle urbaine venue flâner et consommer différemment, à quelques pas des grandes enseignes.

Quelques ouvertures remarquées : House of California, Les Trésors Partagés, Autrement Dit, Ô Bocal, Mira EcoDesign, Ernest est céleste, Le Petit Souk, l'Atelier des Petits Pinpins, Violette & Moi.....



Nantes aujourd'hui, demain...

Dans la continuité des récents (ré)-aménagements urbains de plusieurs secteurs emblématiques (Graslin, Crébillon, Royale, Feydeau, Pommeraye, Château...), la ville de Nantes révisé son outil de développement urbain, le PSMV (Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur), pour accompagner la croissance et l'évolution de son centre-ville. Ainsi, sont visés, comme éventuelles pistes de développements urbains, la pointe Ouest de l'Île Feydeau, les abords de l'Hôtel de Ville, le Cours Olivier de Clisson, Notre-Dame de Bon Conseil, le Square Fleuriot de l'Angle ou encore la Médiathèque Jacques Demy. Nous citerons également le réaménagement des Places de la Petite Hollande et du Commerce ainsi que les abords de la future nouvelle gare de Nantes devant finaliser le projet de « promenade nantaise » de la Gare à la Loire. L'ensemble de ces projets va redynamiser le centre-ville et incontestablement doper l'attractivité commerciale et touristique de la Cité des Ducs.

LES CONTRIBUTEURS

CCI Nantes St-Nazaire, Crédit Foncier Expertise, Gaalon Guerlesquin, Lefeuvre Immobilier, Thierry Immobilier.



CINA-Club Immobilier Nantes Atlantique

Centre des Salorges - 16 quai Ernest Renaud
BP 90517 - 44105 Nantes cedex 4
Tél : 07 77 75 82 30
Mail : contact@cina.fr
www.cina.fr



**CCI NANTES
ST-NAZAIRE**

CCI Nantes St-Nazaire

Centre des Salorges - 16 quai Ernest Renaud
CS 90517 - 44105 Nantes Cedex 4
Tél : 02 40 44 6000
Mail : info.clients@nantesstnazaire.cci.fr
www.NantesStNazaire.cci.fr



LOYERS COMMERCIAUX : Contreparties financières annuelles de l'usage de biens immobiliers commerciaux dans le cadre de contrats de bail. Ils ne tiennent pas compte de tout versement en capital, parallèlement ou en sus du loyer (droit au bail, indemnité de déspecialisation, pas de porte ou droit d'entrée), exprimés hors taxes, hors charges. Ils s'appliquent sur des surfaces utiles pondérées qui tiennent compte de l'utilité économique et de l'usage des superficies louées.

ZONE N°1 : Localisation en ville, au cœur des axes marchands et bénéficiant de la fréquence avérée et de l'intensité de passage, de la proximité de commodités (parkings, station de tramway), mais aussi de l'attractivité commerciale de la rue soit par la présence à proximité d'une locomotive commerciale, soit par la diversité des enseignes présentes.

ZONE N°1BIS : Zone disposant des mêmes conditions que le n°1 mais avec moins de visibilité et de passage car elle se trouve à l'extrémité ou en périphérie d'un axe passant ou n°1.

ZONE N°2 : Zone où la fréquentation et l'activité sont moindres, légèrement éloigné du centre névralgique commercial constitué par les rues principales d'un centre-ville., bénéficiant d'une moindre fréquentation et donc de moins de visibilité.

PÔLES DE COMMERCIALITÉ : Secteurs définis par la concentration en quartier ou périphérie de plusieurs commerces dits de proximité et constituant ainsi une entité ou continuité commerciale.

CENTRES COMMERCIAUX : Ensemble de boutiques regroupées autour d'une ou plusieurs locomotives ou en retail (grandes surfaces alimentaires et spécialisées) assurant un flux de clientèle ou de prospects.

MOYENNE : Valeur calculée en additionnant toutes les valeurs puis en divisant par le nombre de valeurs.

MÉDIANE : Valeur qui permet de partager une série numérique ordonnée en deux parties de même nombre d'éléments.

GLOSSAIRE

