

Paris, le lundi 5 mars 2018

## **Commerce : une politique d'investissement nuancée dans un contexte de reprise mondiale**

**Quelques GRAI (Global Retail Attractiveness Index), le nouvel indice d'Union Investment, analyse l'attractivité des 17 marchés les plus importants au monde<sup>1</sup>.**

En ce début d'année 2018, le marché de l'immobilier commercial mondial se révèle en pleine forme, grâce notamment au regain d'optimisme des clients et des entreprises sur la quasi-totalité des marchés d'investissement. En Europe, la hausse des prix à la consommation, ainsi que la croissance des ventes inférieure à la moyenne, nuancent cette tendance.

L'Amérique du Nord (États-Unis et Canada) arrive en tête du classement mondial des régions de commerce les plus attractives grâce à une forte augmentation des ventes sur son territoire. Ainsi, elle totalise 115 points sur l'échelle d'attractivité GRAI (Global Retail Attractiveness Index) créée par Union Investment, un chiffre en augmentation de 10 points par rapport à l'année 2017. L'indice UE-12, qui couvre douze marchés de l'immobilier commercial en Europe, a quant à lui chuté de trois points pour s'établir à 112 points, le plaçant juste derrière l'indice nord-américain. L'indice de l'Asie-Pacifique se trouve à un niveau similaire, avec un total de 110 points, un niveau atteint grâce à l'optimisme nettement plus marqué des clients et des commerçants de Corée du Sud et du Japon, qui lui ont ainsi permis de gagner sept points par rapport à 2017.

Le ressenti des consommateurs et des commerçants est bien meilleur dans toutes les régions sondées : on constate une forte tendance mondiale à la hausse, qui se traduit désormais par des valeurs supérieures à la moyenne. *« Quoique confrontés à des difficultés liées au surplus d'espaces commerciaux disponibles, les deux marchés nord-américains continuent de bien se porter. Parallèlement, les marchés européens de l'immobilier commercial connaissent des développements extrêmement divergents et nuancés »*, explique **HENRIKE WALDBURG, Head of Investment Management Retail chez Union Investment.**

### **Europe : la Pologne triomphe, le Royaume-Uni se replie.**

À la tête du classement européen, l'Allemagne et la Pologne, totalisant 120 points chacune, contribuent particulièrement à la forte performance de l'indice UE-12. De tous les pays

européens sondés, l'immobilier de commerce polonais se démarque par son exceptionnel dynamisme, et peut se targuer d'une nette hausse avec huit points supplémentaires au cours de l'année 2017, grâce là encore, à une croissance bien supérieure à la moyenne des ventes. Arrivant à la troisième place, le Portugal a ainsi pu démontrer sa capacité à surmonter la crise financière et économique majeure qui l'a récemment touché. « *Si le Portugal a encore des ajustements structurels à régler, il suscitera à nouveau, tôt ou tard, l'intérêt des investisseurs* », précise **HENRIKE WALDBURG**.

La deuxième plus forte performance de l'année 2017 concerne l'Irlande, dont l'indice d'attractivité a gagné trois points au cours des douze derniers mois. L'Irlande s'inscrit donc dans la tendance positive générale de hausse des ventes, au même titre que la Pologne et la République Tchèque. En quatrième position avec ses 117 points, l'Irlande rejoint le top 5, des marchés de l'UE-12 les plus attractifs, composé de l'Allemagne (120), la Pologne (120), le Portugal (118) et la République tchèque (116).

Toutefois, les bons résultats de l'indice UE-12 sont largement nuancés par la chute brutale de l'indice britannique. « *La discussion autour des conséquences du Brexit, et le manque de clarté, ont créé une incertitude palpable sur le marché britannique de l'immobilier commercial, et plus particulièrement sur les marchés régionaux. À Londres, nous constatons tout de même que la propension à consommer reste forte* », indique **HENRIKE WALDBURG**. Le choc du Brexit a entraîné la chute des indicateurs d'opinion et de marché étudiés au cours de l'année 2017 : l'indice britannique a ainsi perdu 21 points pour atteindre tout juste 97 points, ce qui place actuellement le Royaume-Uni à la fin du classement européen.

« *Les fondations de l'immobilier de commerce en Europe, en Amérique du Nord et en Asie-Pacifique ne cessent de s'améliorer et de s'affirmer, et ce malgré les importants défis auxquels se trouve confronté le marché de l'immobilier commercial britannique* », affirme **HENRIKE WALDBURG**. « *La tendance mondiale à la hausse est une aubaine : elle va permettre à l'immobilier de commerce de poursuivre sa transformation, tout en favorisant l'émergence de concepts commerciaux innovants, générateurs de nouveaux projets de magasins installés à des emplacements stratégiques. La tendance que nous observons est une occasion unique pour les investisseurs de diversifier leur portefeuille à l'échelle internationale, et de réaligner leur parc immobilier avec les nouveaux besoins d'achat des consommateurs.* »

## À propos d'Union Investment Real Estate France

Présent en France depuis 17 ans, Union Investment dispose d'un portefeuille de 18 immeubles de bureaux, centres commerciaux et hôtels sur l'ensemble du territoire, totalisant plus de 300 000 m<sup>2</sup>. L'objectif est de développer de manière significative ce portefeuille, estimé actuellement à près de 2,6 milliards d'euros. Le taux d'occupation des actifs s'élève à plus de 97 %.

## Service de Presse Union Investment Real Estate France

Treize Cent Treize : 01 53 17 97 13

Contacts : Alain N'DONG : [alain.ndong@treizecenttreize.fr](mailto:alain.ndong@treizecenttreize.fr)  
Aurélié CARON : [a.caron@treizecenttreize.fr](mailto:a.caron@treizecenttreize.fr)

---

### 1 Notre méthodologie

L'indice international GRAI (Global Retail Attractiveness Index) d'Union Investment mesure l'attractivité des marchés de commerce de détail à travers 17 pays situés en Europe, en Amérique du Nord et en Asie-Pacifique. Une valeur d'indice de 100 points représente une performance moyenne. L'indice de l'UE-12 comprend les indices des pays européens suivants (pondérés en fonction de la taille de leur population respective) : Allemagne, France, Italie, Espagne, Royaume-Uni, Autriche, Pays-Bas, Belgique, Irlande, Portugal, Pologne et République tchèque. L'indice nord-américain inclut les États-Unis et le Canada. L'indice de l'Asie-Pacifique couvre le Japon, la Corée du Sud et l'Australie.

Réalisé tous les six mois par l'entreprise GfK, spécialiste de l'étude de marché, l'indice international d'attractivité du commerce de détail se compose de deux indicateurs d'opinion et de deux indicateurs basés sur des données. Ces quatre indicateurs, pondérés à parts égales, représentent chacun 25 % de l'indice qui inclut la confiance des consommateurs ainsi que celles des entreprises de commerce de détail. Les deux facteurs d'entrée quantitatifs intégrés au GRAI sont les variations de l'indice des prix à la consommation (inflation), ainsi que les performances des ventes dans le secteur du commerce de détail. Après standardisation et transformation de ces facteurs d'entrée, chacun possède une valeur moyenne de 100 points et une fourchette de valeurs possibles allant de 0 à 200 points. L'indice s'appuie sur les données les plus récentes de GfK, de la Commission européenne, de l'OCDE, de Nielsen, Trading Economics, Eurostat et des bureaux de statistiques nationaux.