



Note immobilière

Commerce

ÉDITION 2019

essonne
DEVELOPPEMENT
ACCÉLÉRATEUR D'AVENIRS

Chiffres clés - 2018

- ▶ Les polarités structurantes en Essonne représentent près de **650.000 m² de surface de vente¹ totale.**
- ▶ Près de **291.000 m² de surface de vente supplémentaire depuis 2015**, dont 67% d'extension.
- ▶ Au sein des polarités structurantes, **20% des unités commerciales sont vacantes.**

- ▶ Près de **3,3 milliards d'euros** sont générés par les polarités structurantes, dont 878 millions d'euros par l'alimentaire.
- ▶ Près de **336.000 m² d'offre alimentaire** (supérieur à 800 m² SV¹), Carrefour représente 36% des surfaces alimentaires exploitées.

L'analyse porte sur l'ensemble du département de l'Essonne. **Treize pôles commerciaux structurants** ont été identifiés à partir de leur surface de vente disponible. L'offre de ces pôles atteint une masse critique suffisante pour générer une attractivité commerciale conséquente à l'échelle départementale. Les pôles structurants couvrent une surface de vente supérieure à 20 000 m². Les pôles secondaires offrent une surface de vente comprise entre 5 000 m² et 20 000 m².

Principales polarités commerciales essonniennes - Source : CBRE

ETAT DES LIEUX DE L'OFFRE COMMERCIALE

Un appareil commercial de grande proximité, dense et polarisé au Nord

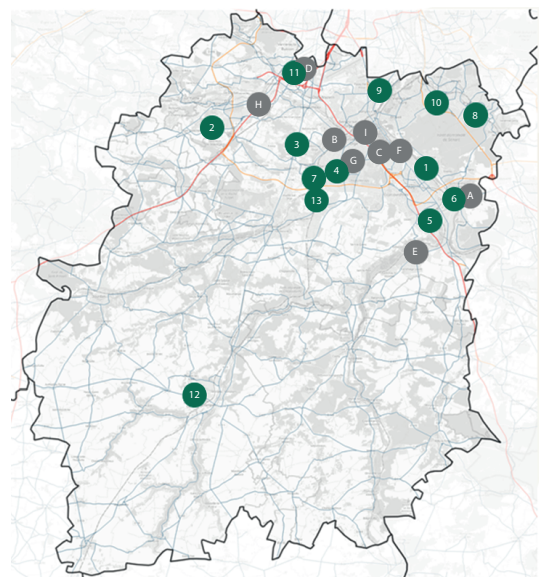
Les pôles commerciaux structurants sont principalement concentrés au Nord et Nord-Est du département. À l'exception de 4 pôles majeurs au rayonnement régional (Evry 2, La Croix Blanche, Marques Avenue, et Villabé), les pôles essonniens ont un rayonnement local et intra-départemental. **Leur vocation est dite de grande proximité.**

Les pôles commerciaux les plus performants réalisent principalement leur chiffre d'affaires sur le département, et plus précisément sur leur propre zone de chalandise. **Leur rayonnement restreint ne leur permet pas de capter des parts de marché sur la concurrence (hors département).**

L'offre proposée est relativement homogène tant en matière d'enseignes que d'activités, de gammes et de formats. Dans cet environnement commercial du sud francilien, **Marques Avenue de Corbeil-Essonnes se démarque grâce à son format outlet² unique sur le territoire.**

Des pôles aux qualités hétérogènes

Le niveau de vacance des pôles structurants varie fortement d'un pôle à l'autre. Certaines polarités sont marquées par des forts taux de vacance ; d'autres ont **un taux de vacance plus maîtrisé grâce à un positionnement commercial fort et/ou une modernisation récente de leur offre**, à l'image du pôle de Brétigny-sur-Orge. A l'inverse, le pôle X% à Massy a un taux de vacance qui atteint 78%.



Pôles commerciaux entre 5.000 et 20.000 m²

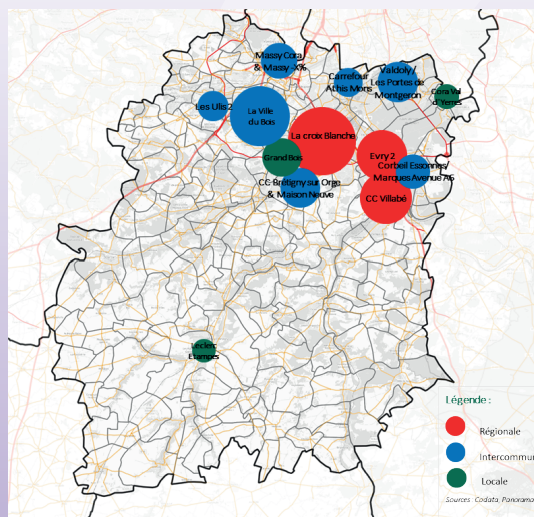
- | | |
|------------------------------|-------------------|
| A. CORBEIL ESSONNES | Intermarché |
| B. EPINAY SUR ORGE | Market |
| C. GRIGNY | Grigny 2 |
| D. MASSY | Franciades |
| E. MENNECY | Intermarché |
| F. RIS ORANGY | Moulin à Vent |
| G. SAINTE GENEVIEVE DES BOIS | Carrefour |
| H. VILLEBON SUR YVETTE | Villebon 2 |
| I. VIRY-CHATILLON | Centre E. Leclerc |

Légende :

- Pôles « structurants » : > 20.000 m² SV
- Pôles commerciaux entre 5.000 et 20.000 m² SV

Sources : Cofdata, Panorama, IAU

Polarités commerciales structurantes en Essonne - Source : CBRE



Légende :

- Régionale
- Intercommunale
- Locale

Sources : Cofdata, Panorama, Nielsen, estimations CBRE

Surface de vente

- 200.000 m²
- 100.000 m²
- 50.000 m²
- 25.000 m²
- 10.000 m²
- 5.000 m²

¹ Surface de Vente (SV) : Espace couvert ou non couvert affecté à la circulation de la clientèle pour effectuer ses achats, espace affecté à l'exposition des marchandises proposées à la vente et à leur paiement, espace affecté à la circulation du personnel pour présenter les marchandises à la vente (hors réserves, laboratoires et surfaces de vente de carburants). Source INSEE

² Outlet : centre commercial qui regroupe généralement plusieurs magasins d'usine dédiés principalement à l'équipement de la personne.

Des pôles principalement portés par leur locomotive alimentaire

Tous les pôles commerciaux structurants du département, hormis La Croix Blanche, bénéficient de la présence d'une locomotive alimentaire. Les plus grands formats alimentaires (→ 10.000 m² SV¹) sont également situés sur ces pôles.

Ces locomotives alimentaires sont plutôt performantes. **4 d'entre elles sont classées dans le top 100 des hypermarchés français** (source Linéaires 2017) : Les Ulis 2, Athis Mons, La Ville du Bois, Brétigny sur Orge.

En parallèle, une **offre alimentaire au format intermédiaire** (en moyenne 3.000 m² SV¹) s'est développée **en dehors de ces pôles structurants**, le long des axes autoroutiers structurants du département (N20, A6, A10).

L'alimentaire est l'activité commerciale qui génère la plus grande part de CA² réalisé sur l'ensemble du département. Les autres activités conséquentes en termes de CA sont : 'meubles/décoration', 'équipement de la personne' et 'bricolage'.

ÉVOLUTION DE L'OFFRE COMMERCIALE ESSONNIENNE DEPUIS 2015

Un appareil commercial qui s'est renforcé ces dernières années

L'offre commerciale en Essonne a été renouvelée et s'est renforcée ces dernières années, pérennisant ainsi les pôles commerciaux structurants.

De nombreux projets ont été autorisés depuis 2015 et ont logiquement augmenté les surfaces commerciales existantes ; une majorité sont des projets d'extension/rénovation. **Le territoire profite ainsi d'un renforcement de son offre avec une modernisation des équipements existants.**

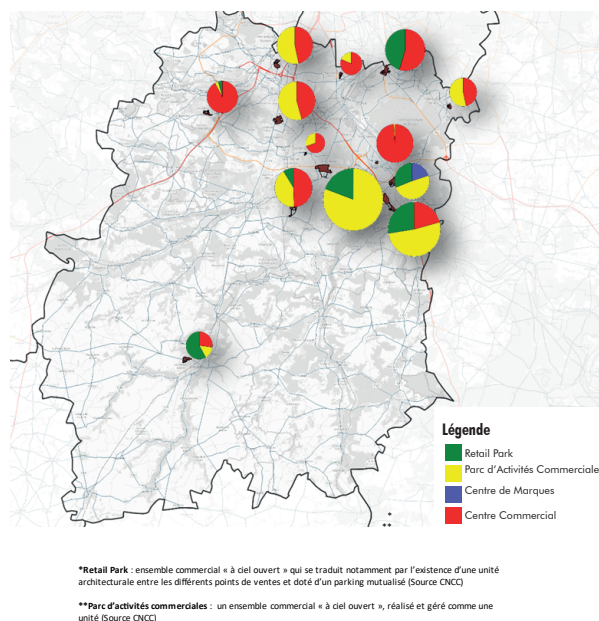
Plus de la moitié des polarités structurantes en Essonne se sont modernisées récemment, avec **près de 77.000 m² de surface de vente supplémentaire depuis 2015**. Cette requalification d'une partie de l'offre contribue à mettre à niveau un appareil commercial essonnien plutôt vieillissant.

Une dynamique de modernisation globale

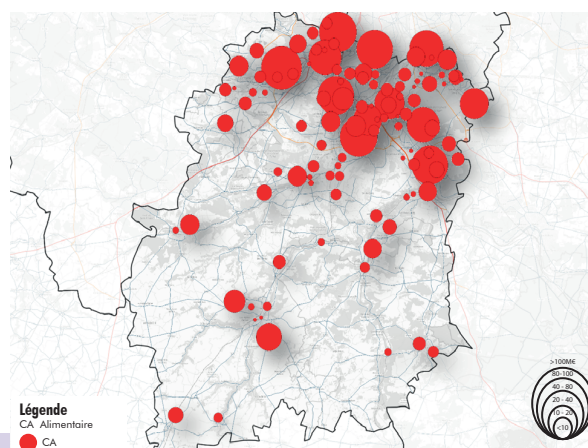
La dynamique de modernisation s'observe tant sur les pôles structurants que non structurants. En effet, **les développements en dehors des pôles structurants représentent près de 60% des projets autorisés en CDAC³ depuis 2015**. Cela équivaut à près de 291.000 m² de surface de vente supplémentaire dont 67% d'extension et 21% de création. (Voir page 4 graphiques)

En Essonne, la **surface moyenne des projets autorisés entre 2015 et 2017 s'est élevée à 2.629 m², soit près de 600m² de plus que la moyenne nationale** qui s'élève à 2.055 m² (source Rapport d'activité de la CNAC⁴ 2017).

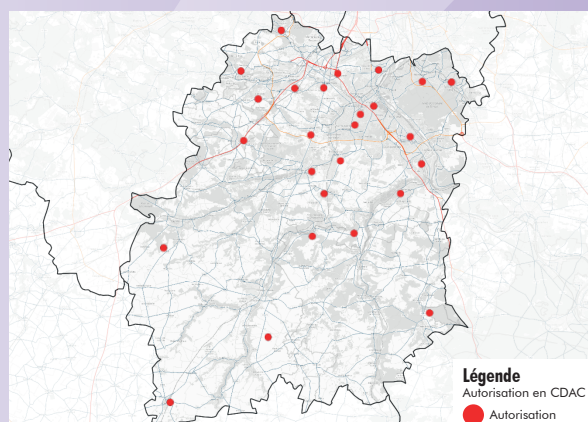
Répartition des formats de vente en m² - Source : CBRE



Offre alimentaire essonniennne par chiffre d'affaires - Source : CBRE



Localisation des communes ayant connu un ou plusieurs projets entre 2015 et aujourd'hui - Source : CBRE



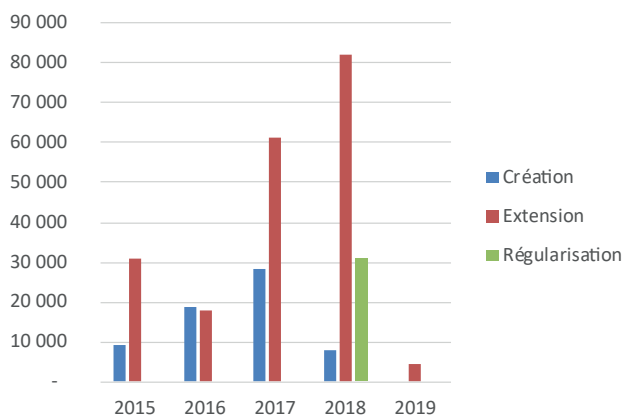
¹ SV : Surface de vente

² CA : Chiffre d'affaires

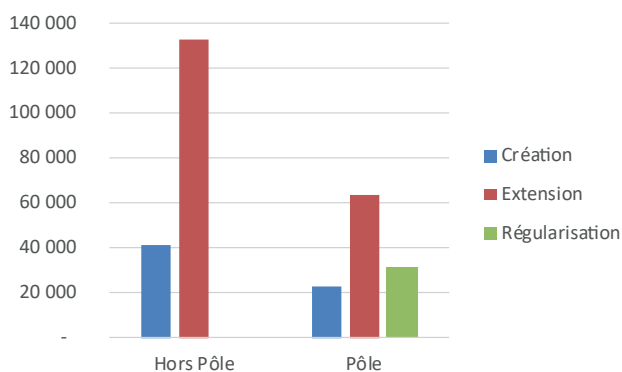
³ CDAC : Commission Départementale d'Aménagement Commercial

⁴ CNAC : Commission Nationale d'Aménagement Commercial

Répartition des m² par nature de la décision/année
- Source : CBRE



Répartition des m² par nature de la décision sur chaque secteur
- Source : CBRE



ZOOM SUR L'OFFRE DE LOISIRS

Le dynamisme du paysage commercial essonnien a permis la **diversification de l'offre**, et notamment par le développement d'une **dimension loisirs sur les pôles structurants**.

Une offre de loisirs peu diversifiée, concentrée sur les pôles les plus performants

Les pôles structurants tendent vers une offre plus diversifiée, et développent notamment des locomotives loisirs. Cette dynamique se traduit par l'essor de cinémas multiplexes tels que le Pathé Massy, le CGR à Evry 2, ou Kinopolis à Brétigny-sur-Orge. Globalement, la fréquentation des cinémas a progressé entre 2015 et 2016 pour atteindre près de 2 millions d'entrées, (+2%). À l'échelle nationale, la fréquentation a augmenté de 4%.

Des équipements en lien avec l'environnement essonnien

En dehors de l'offre de loisirs au sein des pôles commerciaux, l'Essonne accueille plusieurs équipements (bases de loisirs, parcs d'attraction), orientés vers les activités Famille/Nature/Sport.



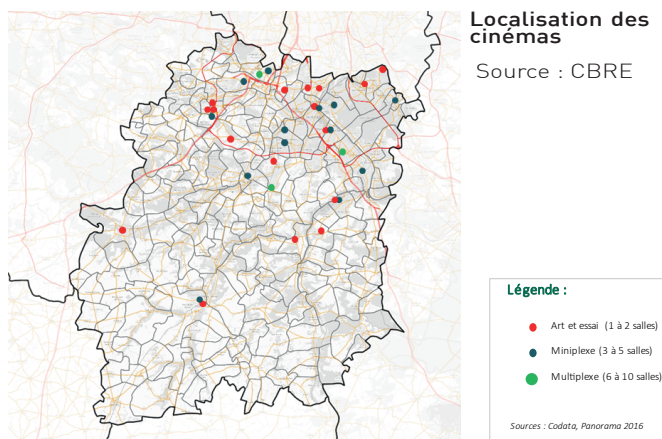
L'agence de développement territorial du 91

Tél. : +33(0)1 69 91 05 29

Mail : isabelle.richard@essonne-developpement.com - mathilde.lenart@essonne-developpement.com

www.essonne-developpement.com

On observe ainsi un développement global de l'offre de loisirs et des services proposés sur le territoire. Cette diversification vise à présenter à terme une offre la plus complète possible en matière de « Shopping & Loisirs ».



ENJEUX ET PERSPECTIVES

Le dynamisme du territoire essonnien est hétérogène et n'a pas profité de la même manière à tous les pôles commerciaux. On peut identifier 3 catégories de pôles :

1° **Les pôles performants qui proposent une offre dense et vieillissante**. A l'image du pôle de Brétigny-sur-Orge, ces pôles ont toutefois connu une **modernisation partielle de leur offre ces dernières années**.

2° **Des pôles pour partie vieillissants, qui souffrent d'un déficit d'attractivité**. Ils sont marqués par un taux de vacance élevé malgré des locomotives alimentaires performantes.

Pour autant, **des projets sont programmés afin de pérenniser l'offre à travers une modernisation, une reconfiguration pour un ancrage urbain renforcé...** On peut citer le pôle d'Évry 2 à titre d'exemple pour cette catégorie.

3° **Des pôles vieillissants qui connaissent des défauts structurels de fonctionnement** impactant leur performance et leur attractivité. Ces pôles **n'ont pas connu de projets récents** qui auraient permis de les rénover et les mettre à niveau. À ce jour, aucun projet n'a été annoncé. Le pôle Valdoly en est un exemple.

En vue de la pérennisation de l'offre commerciale essonnienne, une attention particulière pourra être portée à chacun de ces pôles en fonction de leur catégorie et des différents projets de territoire dans lesquels ils peuvent s'inscrire.