

# L'IMMOBILIER COMMERCIAL EUROPEEN

## Sommaire

> Eurelia European federation of international retailers.....	2
> Note méthodologique de l'étude.....	3
> Les projets par pays : évolution 2008/2002 .....	4
> Focus sur les pays majeurs .....	6
> ZOOM : Les projets de Pac.....	10
> Contacts presse.....	15

## > **Eurelia** **European federation of international retailers**

Créée il y a 18 ans par Michel Pazoumian, Délégué Général de Procos, Eurelia permet aux enseignes du commerce spécialisé d'aborder de nouveaux pays d'implantation en leur proposant une approche globale des marchés européens, les études de grandes villes européennes, une base de données des projets commerciaux.

La fédération Eurelia se divise en deux clubs Eurelia Espagne/Portugal et Eurelia Europe, qui fonctionnent à l'identique : 12 réunions par an (6 à Barcelone et 6 à Paris selon la division) qui permettent aux enseignes adhérentes d'échanger sur leurs chiffres d'affaires, loyers, marchés cibles, conjoncture par pays.

En 2008, Eurélia réalise près de 25 études de villes européennes, suit plus de 1.500 projets immobiliers commerciaux, tout en ouvrant de très nombreux nouveaux marchés pour ses adhérents : Scandinavie, Croatie, Serbie, Algérie, Inde, Japon, Corée...

### **Chiffres clefs :**

**> 90 enseignes du commerce spécialisé se développant à l'international**

**> Plus de 27.000 points de vente à travers l'Europe**

## > Note méthodologique de l'étude

Toutes les données publiées dans ce document sont extraites des bases de données des Fédérations EURELIA (données sur l'international) et PROCOS (données sur la France).

Dans ces bases de données sont recensés et suivis : tous les projets commerciaux en développement (galeries d'hypermarché, P.a.c, extensions d'opérations existantes, magasins d'usine, galeries de gares et d'aéroports...) répondant aux critères suivants :

- > une surface commerciale GLA > 4.000 m<sup>2</sup>
- > une programmation incluant un minimum de 4 unités commerciales, ce qui signifie que les moyennes surfaces en solo, les hypermarchés sans galerie... ne sont pas inclus dans ces bases
- > une validation de réalisation effective du projet

Quand il est mentionné dans nos tableaux « projets de la base 2007 », cela signifie : tous les projets commerciaux que nous avons recensés en 2007, sans aucune relation avec la date d'ouverture de ces projets qui peut intervenir en 2007, 2008, 2009, 2011...

Ne sont pas compris dans nos statistiques internationales : La Grande Bretagne, l'Irlande, les Pays-Bas, la zone Scandinavie et les Pays-Baltes.

## > Les projets par pays : évolution 2008/2002

4 nouveaux pays étudiés dans la base, par rapport à l'an passé : Bulgarie, Ukraine, Russie, Chypre.

	2008		2007	2006	2005	2004	2002
	Nbre projets	M <sup>2</sup> Gla					
France	<b>625</b>	<b>8.221.640</b>	543	410	400	288	223
Espagne	<b>181</b>	<b>6.090.192</b>	186	164	170	228	138
Pologne	<b>230</b>	<b>5.052.287</b>	175	134	99	113	136
Italie	<b>209</b>	<b>3.762.801</b>	179	185	161	131	85
Roumanie	<b>95</b>	<b>3.180.399</b>	53	30	27	18	10
Allemagne	<b>122</b>	<b>2.685.600</b>	76	73	68	74	119
Hongrie	<b>65</b>	<b>1.577.700</b>	58	39	40	27	46
Portugal	<b>49</b>	<b>1.539.273</b>	42	39	34	33	38
Belgique	<b>65</b>	<b>1.243.850</b>	58	58	51	31	30
Tchéquie	<b>75</b>	<b>1.132.384</b>	65	48	44	48	42
Slovaquie	<b>42</b>	<b>772.055</b>	34	12	14	13	13
Grèce	<b>23</b>	<b>640.299</b>	18	13	11	14	12
Autriche	<b>29</b>	<b>625.600</b>	26	31	9	9	12
Suisse	<b>33</b>	<b>528.725</b>	27	26	23	26	27
<b>Total</b>	<b>1.843</b>	<b>37.052.805</b>	1.540				
Russie	<b>285</b>	<b>10.310.345</b>	Nc	Nc	Nc	Nc	Nc
Ukraine	<b>59</b>	<b>2.021.309</b>	Nc	Nc	Nc	Nc	Nc
Bulgarie	<b>44</b>	<b>1.286.665</b>	Nc	Nc	Nc	Nc	Nc
Chypre	<b>1</b>	<b>28.000</b>	Nc	Nc	Nc	Nc	Nc

Source : Eurelia/ Eurelia Espagne & Portugal (en partenariat avec Retail&Trade)/ Procos

1.843 projets commerciaux ont été recensés cette année, soit une hausse de 20 % par rapport à 2007, presque identique à celle constatée entre 2007 et 2006.

La hausse est essentiellement due à 3 marchés :

- > La France (+82 projets par rapport à l'an passé)
- > L'Allemagne (+ 46 projets soit + 60 % de projets entre 2007 et 2008)
- > Les marchés d'Europe centrale, en forte expansion, et plus particulièrement la Pologne (+ 55 projets par rapport à 2007) et la Roumanie (+ 42 projets par rapport à 2007 soit 79 % d'augmentation). La Bulgarie entre avec « fracas » dans le classement, avec une très forte augmentation de projets entre 2007 et 2008, et déjà 44 projets recensés dans la base 2008.

Enfin, la Russie explose (plus de 10 millions de m<sup>2</sup> Gla en projet) ; l'Ukraine emboîte le pas avec, comme pour la Bulgarie, une forte hausse des projets entre 2007 et 2008.

La « vieille » Europe (Italie, Espagne, Portugal, Belgique...) semble se stabiliser, mais toujours avec de nombreux projets pour l'Espagne et l'Italie.

**> Dernières données France (octobre 2008) :  
premiers signaux de freinage ?**

Au 10 octobre 2008, 742 projets commerciaux sont recensés, soit 8,8 millions de m<sup>2</sup>... le marché paraît donc continuer sur sa lancée puisque ces derniers chiffres représentent une augmentation de 20 % du nombre de projets et de 7 % du volume global de m<sup>2</sup> par rapport à janvier 2008.

Un tiers de ces projets sont autorisés : c'est une proportion identique à celles enregistrées les années précédentes.

Les projets de parcs d'activités commerciales sont toujours aussi nombreux : 327 projets enregistrés au 10 octobre 2008, soit 61 nouveaux projets.

Les premiers signes de doute apparaissent toutefois : le volume de projets abandonnés passe de 170.000 m<sup>2</sup> à 630.000 m<sup>2</sup>.

D'autre part, parmi les projets majeurs répertoriés (par leur taille ou par leur capacité à structurer leur environnement), de fortes « suspensions de » pèsent sur près de 40 % d'entre eux.

Le marché de l'immobilier commercial français pourrait donc avoir amorcé une certaine décélération. Toutefois, au vu de sa vitesse et du volume de projets, le temps de freinage pourrait être assez long...

## > Focus sur les pays majeurs

### - France

Avec 8,2 millions de m<sup>2</sup> en projet, la France s'impose une nouvelle fois comme le marché le plus actif en matière d'immobilier commercial.

L'hyper inflation constatée en 2007 sur la périphérie se confirme : pas moins de 477 projets, représentant plus de 7 millions de m<sup>2</sup>.

Dans un marché aussi mature que la France, ce volume de projets résulte plus d'une logique financière que d'une réalité, d'un besoin économique. Pour les enseignes, la prise de risque est en tout cas considérable : dans un contexte de contraction sensible de la consommation, cette multiplication de l'offre ne sécurise pas leur investissement.

La libéralisation des m<sup>2</sup>, voulue par le gouvernement, renforce cette fragilité. Mais la crise des marchés financiers viendra peut-être assagir ce (trop) grand dynamisme...

*Les grandes ouvertures 2008 : RUBAN BLEU, à Saint-Nazaire (Apsys), PORTE SUD à Poitiers (Immochan/CFA), ILOT AUBETTE à Strasbourg (Altéréa), GARE DE L'EST (Altéréa)*

*Projets majeurs à ouvrir : L'HEURE TRANQUILLE à Tours (Apsys), RIVEETOILE à Strasbourg (Unibail), CITÉ DU MEUBLE ET DE LA MAISON à Melun (Immochan/Ségécé), PORTE JEUNE à Mulhouse (Altéréa)*

### - Italie

Un volume en augmentation en nombre (+ 16 %) mais une stabilisation des m<sup>2</sup> Gla.

Les projets, moins importants en taille, changent de profil : ils « quittent » les grandes agglomérations pour aller vers les villes moyennes et petites, l'Italie du Sud et la Sicile. Cette tendance renvoie les enseignes vers une question stratégique : quelle politique adopter face aux villes italiennes moyennes et petites ? Quelle rentabilité en attendre, en rapport avec la valeur des loyers, déjà importante, proposée dans les projets à ouvrir en 2009-2010 ?

*Les grandes ouvertures 2008 : EUROMA2 sur Rome (SCCI), FRECCIA ROSSA à Brescia (COIMPREDIL/SONAE), GRAN SHOPPING à Bari (FORUM INVEST/SVILUPPO COMMERCIALE), AUCHAN MONZA à Milan ; en fin d'année, l'extension de CAROSELLO CARUGATE (LARRY SMITH/EUROCOMMERCIAL).*

*Projets majeurs à ouvrir en 2009 : FORUM PALERMO à Palerme (FORUM DEVELOPMENT ; 2009), le Pac SETTIMO CIELO à Turin (MALL SYSTEM/FREY IMMOBILIERE ; annoncé pour 2009).*

### - Espagne

Malgré d'inquiétants signaux économiques, le volume de projets commerciaux ne faiblit pas : 181 projets recensés, soit plus de 6 millions de m<sup>2</sup> ce qui représenterait une augmentation de quasiment 50 % du parc existant.

Toutefois, au vu des résultats du commerce (en régression) et des dernières ouvertures (mauvaises, voire dramatiques), les projets non engagés sont repoussés dans le temps et les enseignes négocient âprement des baisses de loyers afin de pouvoir résister à la chute de la consommation.

*Les grandes ouvertures 2008 : LA GAVIA sur Madrid (SEGECE), PLAZA IMPERIAL sur Saragosse (DuProcom), DOLCE VITA sur La Corogne (Area Chamartin)*

*Projets majeurs à ouvrir : PUERTO VENECIA sur Saragosse (Eurofund Investments), PARQUE NEVADA sur Grenade (G. Galerias Comerciales), PLAZA NUEVA FESTIVAL sur Madrid (Realia)*

## - Pologne

Bien que désormais saturée sur les grandes agglomérations, la Pologne est toujours la cible de développements (+ 31 % de projets entre la base 2008 et la base 2007), tant sur les grandes villes, que sur les villes moyennes et petites.

Comme pour l'Espagne il y a deux ans, chaque nouvelle ouverture sur une grande agglomération génère la cannibalisation d'un centre existant. Wrocław en est l'illustration la plus récente : l'ouverture de MAGNOLIA PARK fin 2007 a définitivement réduit KORONA à un centre de quartier, et impacté sur le centre ville et ses galeries dont GALERIA DOMINIKANSKA, l'un des leaders du pays.

Comme pour l'Italie, les enseignes étudient la politique à adopter face aux villes moyennes et petites, avec des loyers ici aussi déjà élevés dans les nouvelles opérations (env. 35 euros du m<sup>2</sup>/mois).

*Les grandes ouvertures 2008 : les FOCUS PARK à Bydgoszcz et Zielona Gora (PARKRIDGE/LAMBERT SMITH HAMPTON), KAROLINKA SHOPPING ARCADE (MAYLAND/MGS RETAIL) à Opole. D'ici fin 2008 : ALFA à Bialystok (ALFA/JWK/CUSHMAN&WAKEFIELD), AUCHAN à Bialystok (HETMAN/AUCHAN), FORUM Koszalin (MULTIDEVELOPMENT/MEINL/JONES LANG LASALLE)...*

*Projets majeurs à ouvrir en 2009 : GEMINI PARK à Bielsko-Biala (GEMINI/LAMBERT SMITH HAMPTON ; 2009), l'extension de SFERA à Bielsko-Biala (JONES LANG LASALLE ; 2009), GALERIA JURAJSKA à Czestochowa (GTC/JONES LANG LASALLE ; 2009), FELICITY LUBLIN (GRAY INTERNATIONAL/MEINL, 2009), BONARKA à Cracovie (TRIGRANIT, 2009), ...*

## - Allemagne

Un « boom » surtout centré sur la rénovation des centres-villes des villes moyennes, avec un opérateur leader : ECE. Des extensions également - le parc se rénove -. Enfin, de grandes opérations emblématiques sont relancées : SKYLINE PLAZA (ex EUROPAPIERTEL) à Francfort, THIER-AREAL à Dortmund...

*Les grandes ouvertures 2008 : FORUM Duisburg (MULTIDEVELOPMENT), LUISENFORUM à Wiesbaden (MFI), STADTGALERIE Passau (ECE), Essen LIMBECKER PLATZ (ECE), Düsseldorf ARCADEN (MFI), et d'ici fin 2008 ERNST-AUGUST GALERIE à Hanovre (ECE).*

*Projets majeurs à ouvrir 2009 : ZEIL HOCH VIER à Francfort (BOUWFOUND/PRIME CONSULTING ; 2009), LOOP5 à Darmstadt (SONAE ; 2009), RHEINGALERIE Ludwigshafen (ECE ; 2009)...*

## - Belgique

Une certaine « vivacité », avec de nouveaux projets enregistrés en 2008 : les 2 projets MULTIDEVELOPMENT à Stepernich et Boom, le projet MESTDAGH à Verviers, la reprise du projet UPLACE MACHELEN au Nord de Bruxelles...

Et une forte avancée des Pacs.

Mais les opérations restent peu nombreuses à sortir, du fait d'autorisations très longues à obtenir.

*Ouverture majeure d'ici fin 2008 : B-PARK BLAUWE TOREN à Bruges (CODIC/CUSHMAN & WAKEFIELD)*

*Projet majeur à ouvrir 2009 : MEDIACITE à Liège (WILHEM & CO/CBRE/CUSHMAN & WAKEFIELD)*

## - Roumanie

C'est l'explosion, avec un nombre de m<sup>2</sup> Gla en projet (3.180.399 m<sup>2</sup>) supérieur à l'Allemagne.

Les projets ne concernent pas que les grandes agglomérations : ils sont répartis sur 23 villes : Bucarest, Timisoara, Arad, Brasov, Cluj, Iasi, Pitesti, Ploesti ... mais aussi Braila, Botosani, Deva, Galati, Oradea, etc.

Les grands opérateurs d'hypermarchés (dont CORA, AUCHAN et CARREFOUR) se livrent une bataille acharnée –et ce déjà en province- et génèrent par la même des opportunités nombreuses pour des enseignes via l'ouverture de galeries attenantes, importantes en taille.

*Ouvertures majeures 2008 : MALL OF CONSTANTA « CITY PARK » (NEO CITY/COLLIERS) à Constanta, BANEASA SHOPPING sur Bucarest (TRINATION/BANEASA). D'ici fin 2008: COTROCENI PARK sur Bucarest (AFRICA ISRAEL/JONES LANG LASALLE/CUSHMAN & WAKEFIELD).*

*Projets majeurs à ouvrir : WESTGATE sur Arad (MEINL/KRAMMER & WAGNER), SEASIDE à Constanta (MEINL/KRAMMER & WAGNER), SEMA PARK à Bucarest (ECE), SUN PLAZA à Bucarest (EMCT/CORA), ESPLANADA (TRIGRANIT) à Bucarest...*

## - Hongrie & Tchéquie

Un volume de projets qui apparaît comme relativement important - surtout en Hongrie -, en rapport avec la dynamique des ventes en province, encore en démarrage.

### Hongrie

*Ouvertures majeures d'ici fin 2008 : AUCHAN à Miskolc, FORUM à Debrecen (ECE)*

*Projets majeurs à ouvrir 2009 : BUDA SKALA à Budapest (ING/ CUSHMAN & WAKEFIELD/ JONES LANG LASALLE), CORVIN PROMENADE à Budapest (SEGECE/COLLIERS ; plusieurs phases entre 2009 à 2012)*



## **Tchéquie**

Ouvertures majeures d'ici fin 2008 : ARKADY PANKRAC à Prague (ECE/UNIBAIL-RODAMCO), PLAZA LIBEREC (PLAZA CENTERS).

Autres ouvertures en 2008 : le magasin d'usine GALLERIA MODA à Prague (B.CONSULTING/CBRE), PALAC MALL Pardubice (AFRICA ISRAEL/JONES LANG LASALLE), le Pac CAMPUS SQUARE Brno (AIG LINCOLN/CUSHMAN & WAKEFIELD)...

Projets majeurs à ouvrir en 2009 : FORUM Liberec Phase I (MULTIDEVELOPMENT) et FORUM KOSTELNI à Usti-Nad-Labem (MULTIDEVELOPMENT).

## **- Russie**

Moscou (73 projets) et Saint-Pétersbourg (38 projets) se détachent clairement.

Parallèlement, les projets se multiplient énormément « en région » (174 projets) : Nijni Novgorod, Novossibirsk, Rostov-sur-Don... L'expansion des chaînes n'est néanmoins pas sans risque en région : même si les loyers sont inférieurs à Moscou/Saint-Pétersbourg, ils restent élevés par rapport au chiffre d'affaires réalisé, nettement en dessous de ceux de la capitale.

## > ZOOM : Les projets de Pac

Près de 500 projets de parcs d'activités commerciales sont recensés dans 15 pays européens, totalisant plus de 9 millions de m<sup>2</sup>.

Si ce type de projets se développe depuis quelques années dans plusieurs pays, il semble bien qu'il y ait une « exception française » puisque cette dernière concentre à elle seule plus de la moitié des projets... la France a contribué à la moitié de l'augmentation de ces projets depuis 2005.

**Rappel : Ne sont pas compris dans l'analyse qui suit : La Grande Bretagne, l'Irlande, les Pays-Bas, la zone Scandinavie et les Pays-Baltes.**

	Base 2008				Base		
	Total Pacs	Dont Créations	Dont Extensions	M <sup>2</sup> GLA (créations + extensions)	2007	2006	2005
France	<b>266</b>	<b>136</b>	<b>130</b>	<b>4.141.863</b>	238	161	130
Espagne	<b>56</b>		<b>Nc</b>	<b>1.472.596</b>	38	22	16
Belgique	<b>31</b>	<b>27</b>	<b>4</b>	<b>675.000</b>	24	22	9
Pologne	<b>28</b>	<b>24</b>	<b>4</b>	<b>612.407</b>	19	15	10
Italie	<b>31</b>	<b>30</b>	<b>1</b>	<b>577.680</b>	21	19	10
Portugal	<b>20</b>		<b>Nc</b>	<b>487.000</b>	10	10	8
Hongrie	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>316.300</b>	15	8	7
Allemagne	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>262.600</b>	9	4	0
Roumanie	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>220.500</b>	Nc	Nc	Nc
Tchéquie	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>118.600</b>	8	3	6
Grèce	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>93.600</b>	2	2	2
Slovaquie	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>71.700</b>	7	Nc	Nc
Autriche	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>63.000</b>	0	Nc	Nc
Suisse	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>62.500</b>	4	1	1
Bulgarie	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>23.000</b>	Nc	Nc	Nc
<b>Total</b>	<b>491</b>	<b>270</b>	<b>145</b>	<b>9.197.846</b>	395*	267**	199**

\* (hors Roumanie et Bulgarie)

\*\* (hors Roumanie, Bulgarie, Slovaquie et Autriche)

Source : Eurelia/ Eurelia Espagne & Portugal (en partenariat avec Retail&Trade)/ Procos

## > Focus sur les grands pays « pourvoyeurs » de projets de PAC

### - France

La France, championne d'Europe des projets de parcs d'activité commerciale... ils représentent plus de 50 % du total des projets recensés. Cette situation est récente et la montée en puissance a été brutale puisqu'en 2001, ces mêmes pacs ne représentaient que 8 % du total des projets français.

Le marché français des parcs d'activités commerciales est pourtant déjà très dense, avec un développement ancien le long des pénétrantes des principales agglomérations ou en accompagnement des développements des hypermarchés (notamment Auchan).

Plusieurs facteurs expliquent cette explosion démarrée en 2002 :

- changement d'acteurs sur le marché. Les promoteurs cèdent le pas aux investisseurs qui s'intéressent de près à ce produit, rapide à réaliser et qui profite de la division intercommunale française.
- des préoccupations environnementales des élus locaux : face à la dégradation des entrées de ville, ils sont sensibles à ces projets d'aménagement d'ensemble qui misent sur la qualité architecturale.
- des centres commerciaux devenus inaccessibles à certaines enseignes, qui voient dans les retail parks, une alternative « bon marché ».

### - Espagne

Le parc espagnol est constitué de pôles organisés, construit sur le modèle anglo-saxon, avec de nombreuses locomotives (Ikéa, Leroy-Merlin, Décathlon...). Le pays n'a pas connu de développement le long des axes routiers ou en entrée de ville, comme en France : le coût du foncier y est plus élevé et il existe une forte culture de consommation en centre-ville.

Les projets retail park sont marqués par une accélération du marché depuis 2005 : cette accélération coïncide avec l'arrivée plus importante d'enseignes françaises (Groupe Mulliez, Conforama...) et par le déploiement plus fort d'Ikéa qui développe en parallèle ses propres retail parks.

Reste que les perspectives de ce segment du marché semblent s'obscurcir : face aux difficultés économiques, les investisseurs jouent la prudence et freinent les lancements de nouveaux projets.

### - Belgique : une forte croissance (les pacs représentent la moitié des m<sup>2</sup> en projet belges), et une volonté de proposer des concepts « modernes »

Quelle est la raison de cette croissance ? Il ne semble pourtant pas plus facile d'obtenir des permis pour un PAC sur le pays, que pour une galerie « classique » ; de plus, les grands projets > 15.000 m<sup>2</sup> Gla rencontrent une forte opposition locale.

Jusque 2004, la Belgique ne comprenait pas à proprement parler de vrais grands pacs structurés ou de « strip-malls à l'anglo-saxonne ». Mais les moyennes surfaces sont bien présentes sur le pays :

- La Belgique comprend une multitude de petites zones commerciales (3 à 5 unités), qui assurent une fonction de proximité sur les quartiers des grandes agglomérations, ou dans les petites communes.
- Les moyennes surfaces s'implantent le long des pénétrantes des villes (chaussées, « weg »...) ; certains de ces axes devenus très importants commercialement posent d'ailleurs aujourd'hui des problèmes de sécurité et d'accès face à la densité du trafic automobile, comme la Boomsteenweg d'Anvers, destination périphérique majeure.

En 2004, l'ouverture du FRUN PARK (DE VLIER) à Arlon a marqué l'arrivée du premier grand « strip-mall à l'anglo-saxonne » sur le pays. Autre événement attendu en 2008 : l'ouverture de B-PARK BLAUWE TOREN (CODIC) à Bruges.

Perspectives : des grands projets sont en cours, qui visent à proposer des vrais concepts de strip-mall/retail park, comme les 2 projets MULTIDEVELOPPEMENT (STERPENICH et DE KLAMP WINKEL PARK) ou THE LOOP à Gand avec IKEA. D'autres projets sont en amont : le Retail Park SUARLEE à Namur, SHOPPING PARK OLEN, le Retail Park DYLE-WALIBI...

#### - **Pologne : une forte croissance, une fonction « classique » de consolidation de galerie d'hypermarché**

Sur ce pays où les projets ouvrent avec une vitesse effrénée, aucune ouverture récente de grand Retail Park, ni de « strip-mall à l'anglo-saxonne ». Le p.a.c reste «classique » dans sa fonction : il renforce un hypermarché existant et constitue d'ailleurs souvent la Phase II d'une opération.

Les projets sont en croissance, ce qui dans le contexte polonais, illustre l'entrée du pays dans une phase de maturité commerciale.

Les opérateurs dominants : IMMOCHAN (qui consolide ainsi son parc d'hypermarchés), TK DEVELOPMENT, IKEA (le p.a.c de JANKI, DOMOTEKA sur le thème du meuble à Varsovie...). Nouvel entrant : HELICAL.

Quelques projets importants en taille/originaux : KONICZYNSKA Bielsko-Biala (MAYLAND) axé loisir et meuble, HELICAL PARK SOSNICE Phase I (HELICAL), KAROLINKA (MAYLAND) Opole...

#### - **Italie : une montée récente**

A l'exception de quelques zones « historiques » comme le p.a.c MERAVILLE de Bologne (PRADERA) ou le PARCO ROMAGNA à Savignano-sul-Rubicone (PRADERA), l'Italie ne comprend pas à proprement parler, de grands PAC structurés ou de « strip-malls à l'anglo-saxonne ».

Les moyennes surfaces s'implantent majoritairement :

- le long des grands axes routiers (périphérique, boulevards, sorties/entrées d'autoroute...)
- et par le passé - le zoning le permettrait beaucoup moins aujourd'hui- sur les zones industrielles. D'où le manque de convivialité de ces zones parfois, et des problèmes d'accès.

En octobre 2007, l'ouverture à Rome du retail park MARKET CENTRAL DA VINCI (AIG LINCOLN) a marqué l'arrivée d'un nouveau format, avec un vrai concept et une accessibilité adaptée. Enseignes présentes : CELIO, LEROY MERLIN, CONFORAMA, DECATHLON, MEDIA WORLD, MCDONALD'S, H&M, MAISONS DU MONDE...

Les projets de PAC sont en croissance depuis 2 ans, tendance certainement attendue par de nombreux opérateurs souhaitant entrer sur le pays. La majorité des projets présente toutefois un profil « spécifique » : avec 5/8 unités (5.000 à 40.000 m<sup>2</sup> Gl), elle concerne soit des opérations en complément d'hypermarchés de villes moyennes, soit des zones en face de magasins d'usine (beaucoup de projets). Les projets > 40.000 m<sup>2</sup> sur les grandes agglomérations se font quant à eux attendre comme SETTIMO CIELO à Turin, MAXIMUM à Catane en Sicile, LA MISTICA à Rome (annulé ?)...

- **Allemagne : de nombreux « FMZ » (Fachmarktzentrum),  
mais pas de « retail parks »**

L'Allemagne ne possède pas (ou peu) de grands PAC structurés, à « l'anglo-saxonne ».

On y trouve par contre un format particulier : le « FMZ » (ou Marché d'enseignes spécialisées selon la traduction littérale). Nombreux, ces FMZ s'implantent sur les pénétrantes des villes : ce sont des « agrégats » de moyennes surfaces bas prix, généralement plus fonctionnels que qualitatifs. Visant un rayonnement de quartier -voire interquartiers-, ils répondent principalement à la demande en « produits basiques /de première nécessité» de la chalandise. Ils s'ajoutent à une offre en moyennes surfaces périphériques plutôt dense, non organisée, mais souvent regroupée sur quelques zones identifiées (zones industrielles, axes routiers...).

Perspectives : peu de projets sur ce pays. Le pays privilégie actuellement la revitalisation des centre-villes et la législation veille à maintenir les équilibres urbains. Projets qui se démarquent : les 5 strip-mall « HOMEPARK » d'IKEA axés sur la maison, en lien avec leurs magasins de Duisbourg, Cologne, Munich, Oldenburg et Würzburg.

## - Europe centrale

### Hongrie : beaucoup de projets

Les projets sont nombreux, sur 3 profils :

- La consolidation d'hypermarché (AUCHAN, TESCO, CORA...)
- Le « strip-mall à l'anglaise » apparu en 2005 avec les BUY WAY SHOPPING PARK (ABLON/IMMOCHAN) et fin 2007 avec le MARKET CENTRAL Ferihegy (AIG LINCOLN).
- Le petit « strip-mall » de quartier sur les grandes agglomérations, ou de proximité sur les villes moyennes et petites. Exemple : les « Family Center » (REAL MANAGEMENT/ MAGNUM) qui continuent leur maillage sur Miskolc, Sopron, Vác...

Parallèlement, un constat : les logiques de proximité restent ancrées dans la consommation ; la culture « périphérique » n'est-elle pas encore qu'à ses prémices ?

Projets majeurs : MARKET CENTRAL Miskolc et Szeged (AIG LINCOLN), les Pacs AUCHAN (MAGLÓD, CSOMOR, FEHIREGY, KECSKEMET, SOLYMAR...), M3 sur BUDAPEST...

### Tchéquie, Slovaquie : surtout un rôle de proximité

A l'exception de quelques grands Pacs en synergie avec les pôles leaders (les « IKEA AVION », FUTURUM OSTRAVA en Tchéquie...), les 2 pays ne comprennent pas de vrais grands Pacs.

Il existe en revanche de nombreux petits regroupements de moyennes surfaces notamment en ville moyenne et petite (autour de BAUMAX, HYPERNOVA, TESCO...) ou des concepts locaux de petits « strip-malls » de proximité comme les « Stop Shop » (BIG BOX/IMMOEAST) sur les villes slovaques de Levice, Lipovtsky Mikulas, Nove Zamky, Poprad...

Projets avec une certaine masse critique : CAMPUS SQUARE Brno (AIG LINCOLN ; fin 08), les pacs TK DEVELOPEMENT (LIBEREC- MOST-TEPLICE...)

### Roumanie, Bulgarie

Peu de projets – c'est actuellement l'explosion des galeries d'hypermarchés.

## > **Contacts presse**

### **eurelia**

Nathalie Dubreu - [nathalie.dubreu@eurelia.com](mailto:nathalie.dubreu@eurelia.com)

Tél. 01.44.88.56.90 - Fax 01.40.13.76.44

### **PROCOS**

Aude Le Vaillant - [aude.levaillant@procos.org](mailto:aude.levaillant@procos.org)

Tél. 01.44.88.95.60 - Fax 01.40.13.76.44

**Pour obtenir un rendez-vous, merci de contacter Aude Le Vaillant (Procos).**