

Le Mapic a soufflé le chaud et le froid

Le Salon de l'immobilier commercial a perdu 30% de sa fréquentation, mais des signes d'amélioration du marché s'y sont aussi manifestés.

TOUT le monde s'y attendait. Le *Mapic* 2009 – le Salon de l'immobilier commercial de Cannes –, moins grand que le précédent de 2008 (30% de moins de surface d'exposition), a également été moins fréquenté. *Reed Midem*, l'organisateur du Salon (qui s'est tenu du 18 au 20 novembre), y a compté 6.700 participants, soit une baisse de 30% par rapport à l'édition 2008, qui avait alors été marquée par un premier recul de fréquentation (-9%). L'organisateur tablait plutôt sur 7.500 participants pour cette 15^e saison. Certains acteurs avaient fait l'impasse, tant chez les exposants que chez les visiteurs. D'autres avaient envoyé des délégations resserrées.

Mais, malgré cette «pause», somme toute normale en temps de crise, le *Mapic* a une fois de plus été l'occasion pour les

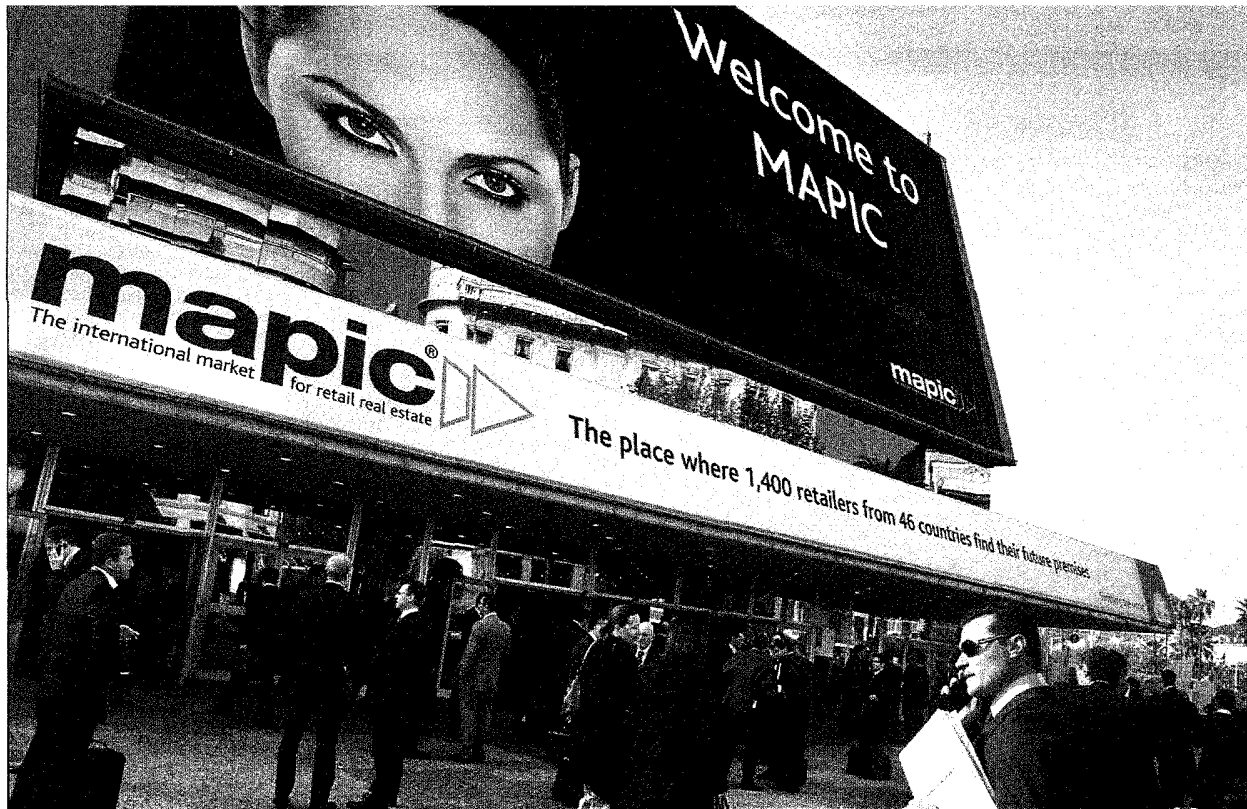
promoteurs, les investisseurs, les conseils, les collectivités locales et les prestataires, et bien sûr aussi les enseignes, de faire le point et de prendre la température du marché, au-delà des frontières (66 pays représentés, avec beaucoup de Français, d'Italiens ou d'Anglais), après une crise financière mondiale et un net ralentissement de la consommation des ménages qui en ont conduit plus d'un à des réorganisations et des restructurations.

«Cinquante-trois pour cent des professionnels interrogés ont quitté le *Mapic* plus optimistes qu'à leur arrivée, affirme *Reed Midem* à la lecture d'un sondage effectué durant le Salon. Plus de 65% des représentants d'enseigne ont manifesté leur optimisme concernant les perspectives d'évolution du marché, alors que 35% des promoteurs constatent des signes d'amélioration.»

Selon plusieurs dirigeants de foncières, le robinet du crédit s'est rouvert mais à certaines conditions (il faut davantage de fonds propres, des taux plus élevés de commercialisation des projets, etc).

Des centres commerciaux continuent d'ouvrir, de se rénover, de s'agrandir. Mais ils n'ont pas tous trouvé leur public en 2009 dans l'Hexagone. Si les projets d'équipements commerciaux pullulent, des décalages ont eu lieu dans les calendriers de mises en chantier ou d'inaugurations. Et, après les chutes de fréquentation dans les centres commerciaux français ces dernières années, les bailleurs ont constaté en 2009 des baisses d'activité chez leurs locataires. Lesquels ont du mal à digérer la poursuite de la croissance des loyers. Le *Mapic* 2010 aura lieu du 17 au 19 novembre 2010.

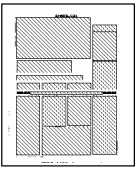
VINCENT LEPERCQ ●



LA RÉCENTE ÉDITION DU MAPIC.

Malgré la diminution du nombre de visiteurs, un nouveau vent d'optimisme a soufflé au sein du Palais des Festivals de Cannes où se tenait le Salon. Un optimisme dû notamment à la réouverture du robinet du crédit.

Mapic



VU ET ENTENDU DANS LES ALLEES DU MAPIC

● **Icade est en train de céder son pôle logements.** Que compte faire la foncière des capitaux ainsi obtenus ? «*Deux choses, répond Serge Grzybowski, le Pdg de la foncière, filiale à 60% de la Caisse des dépôts. Alimenter notre pipeline de projets en bureaux et en centres commerciaux et recharger Icade en cash flow, ce qui implique l'achat d'actifs qui génèrent des loyers.*»

Entre décembre 2009 et juin 2010, Icade devrait obtenir environ 300 millions d'€ de la cession de son pôle logements. Investisseur à ses débuts, Icade s'est lancé plus récemment dans la promotion et s'est tourné vers les centres commerciaux depuis cinq ans. «*Dans ce domaine, nous avons acquis un savoir-faire et monté une équipe complète, qui fait de la promotion, de la commercialisation et de la gestion*», indique le Pdg, qui s'appuie sur son directeur de l'immobilier commercial, Antoine Nougarède. Icade est le promoteur du grand centre commercial de Montpellier *Odyseum*, qui vient d'ouvrir, celui de *Docks-en-Seine* à Paris mais aussi celui des projets du *Millénaire* (avec *Klépierre*) à Aubervilliers, de la *Capelette* à Marseille ou des *Terrasses de Montrabé* à Toulouse.

● **Modification du tour de table chez Altaréa.** Fin novembre, *Affine* et *Morgan Stanley* ont annoncé la cession de leur participation d'environ 9% dans la foncière *Altaréa-Cogedim*. A l'issue de l'opération, *Affine* et *Morgan Stanley* ne détiendront plus de titres *Altaréa*.

● **Neinver et Mab font équipe pour les centres de magasins de marques à prix réduits.** C'est ensemble qu'ils ont remporté le concours de Honfleur, qui veut son centre de magasins d'usine au pied du pont de Normandie. Et c'est ensemble que le pro-

moteur néerlandais *Mab Development* et l'espagnol *Neinver* veulent se faire une bonne place sur ce marché de niche en France, en Allemagne et sans doute aussi au Benelux. Leur joint-venture à 50-50 a prévu d'investir quelque 350 millions d'€ sur cinq ans pour développer environ 100.000 m². En France, où *Mab* travaille depuis des années, mais pas *Neinver*, quatre projets sont identifiés : Honfleur, donc, qui a son feu vert, tout comme *Roppenheim*, en Alsace, autorisé et racheté récemment par *Mab* à *Freeport*. Mais *Mab* apporte aussi *Bellegarde-sur-Valserine*, près de Genève, poussé un temps par *Bergerac Estates Ltd* (une Cdac va être redéposée), et *Villefontaine*, près de Lyon, abandonné par *Freeport*. *Mab* se met aux centres de magasins de marques à prix réduits depuis peu, alors que *Neinver* en est un spécialiste depuis des années. Il se présente d'ailleurs comme le second opérateur européen, derrière *McArthurGlen*, gérant 11 centres (200.000 m² environ), en Espagne, au Portugal, en Italie, en Pologne et en Allemagne, et pilotant un fonds d'investissement qui lui permet d'en être propriétaire. Mais *Neinver* touche aussi aux centres commerciaux classiques.

● **Klépierre vend des actifs en France et se renforce en Italie.** Dans le cadre de son programme de cessions, la foncière vient de vendre à *Banimmo* la galerie marchande du *Marché Saint-Germain*, à Paris (4.000 m², 20 boutiques), pour 30 millions d'€. Ainsi que le centre commercial tourangeau *Galerie Nationale* (8.000 m² et 34 boutiques) pour 42 millions d'€. *Klépierre* avait déjà vendu en 2009 sa participation de 25% dans les centres *Toulouse-Blagnac*, *Toulouse-Saint-Orens* et *Noisy-Arcades*, de même que la galerie *Le*

Mans-Centre Sud, le tout pour 154,5 millions d'€. Par ailleurs, le groupe français, qui compte *Bnp-Paribas* à son capital, a consolidé sa position dans sa joint-venture avec l'italien *Finiper*. *Klépierre* va détenir 71% d'*Igc*, cette société commune propriétaire de 9 centres commerciaux italiens, à l'issue du rachat de 21% à *Finiper* pour 47 millions d'€.

● **Okabé sera inauguré en mars 2010.** *Okabé*, le centre commercial qu'*Altaréa* a prévu d'ouvrir le 24 mars 2010 au *Kremlin-Bicêtre*, au sud de Paris, termine sa commercialisation. A côté d'un grand *Auchan* (11.000 m² de surface de vente), la galerie marchande de 70 boutiques et restaurants se remplit notamment d'enseignes d'habillement. *H&M* a signé pour 2.000 m², comme *Sport 2000* (1.800 m²), *New Yorker*, *Mango*, *Esprit*, *Benetton*. *Guess* sera aussi de la partie, avec *Tom Tailor*, *Izac*, *Brice*, *Golden Paradise*, *Z & Co* (groupe *Zannier*), *Corner Store*, *Camaïeu*, *Dpam*, *Valège*, *Jolidon*, *I am*, *Vénizi* (bijouterie), *Louis Pion*, etc.

● **Les villes ont beaucoup de projets commerciaux de taille moyenne ou petite.** C'est l'avis de *Sophie Simonet*, la dirigeante du conseil *Cvl*, qui fait 50% de son activité avec les collectivités locales. «*Mais les villes n'ont pas d'argent pour ces projets. Elles vont donc voir le privé. Avant, les promoteurs, les investisseurs achetaient des terrains, et ils voyaient après. Maintenant, ils s'inscrivent davantage dans une problématique urbaine, avec les transports, par exemple. Mais je pense qu'il n'y a plus de marché résiduel pour un nouveau site commercial, on travaille maintenant sur du frontal, sur l'évasion commerciale.*»

V.L. ●



VISITEURS AU MAPIC.

En dépit du ralentissement de la consommation des ménages, les programmes d'ouvertures, de rénovation ou d'agrandissement de centres commerciaux restent importants. *Mapic*