Press Index

Le journal des ENTREPRISES

Extraction : 01/07/2011 00:00:00
Catégorie : Actualités Régionales
Fichier : piwi-6-3-136746-20110701-68321222.pdf
Audience : 10000

Centres commerciaux. Et si vous vous y installiez?

Depuis plus de 30 ans, centres commerciaux et parcs d'activités commerciales se sont durablement inscrits dans le paysage français. En sortie de crise, des dizaines de projets à court terme sont dans les cartons. Votre enseigne peut-elle en profiter? Dossier réalisé par Christian Curtenelle

Depuis plus de 30 ans, centres commerciaux et parcs d'activités commerciales se sont durablement inscrits dans le paysage français. En sortie de crise, des dizaines de projets à court terme sont dans les cartons.

Votre enseigne peut-elle en profiter? Dossier réalisé par Christian Curtenelle Et si votre enseigne s'offrait un ou plusieurs pieds-à-terre dans le plus grand terrain de chasse commerciale de France? Avec trois milliards deux cents millions de visiteurs par an, les centres commerciaux font en effet office de rouleaux compresseurs du commerce hexagonal.

Et, cerise sur le gâteau, ils semblent relativement hermétiques à la crise: comme chaque année, la surface du parc national s'est ainsi agrandie d'environ 50.000m² pendant que le chiffre d'affaires global a, lui, augmenté de 0,7%.

Et les projets sont légions: 122 devraient se concrétiser d'ici à la fin de l'année prochaine.

Il y a donc des places à prendre! *«C'est un marché extrêmement stable, souligne Jean-Michel Silberstein, délégué général du Conseil national des centres commerciaux (CNCC).*

Il y a peu d'éléments cycliques et même au plus fort de la crise, le taux de vacance est resté stationnaire».

Un point de chute pour les "magasins d'usine" Autre point intéressant: jusque-là chasse gardée des seules enseignes commerciales, ces parcs deviennent de plus en plus des points de chute pour les industriels qui souhaitent pratiquer la vente directe, avec l'intégration dans les programmes de magasins d'usines, dits "outlets", qui permettent d'écouler les invendus.

Enfin, contrairement à certaines idées reçues, les centres commerciaux ne sont pas le fief exclusif des enseignes nationales.

Si celles-ci peuvent occuper jusqu'à 80% de la surface d'un lieu, les enseignes moins connues ou les indépendants peuvent s'y développer, à condition de bien cibler leur projet ou de privilégier les centres, de plus en plus nombreux, couvrant des agglomérations de taille réduite.Offrant donc du potentiel et de nombreux avantages, avec bien sûr en tête la quasi-assurance d'un très fort trafic clientèle, l'implantation en centre commercial peut cependant encore intimider un peu les candidats potentiels.

Cette réticence s'explique surtout parce qu'avant même d'ouvrir boutique, il faut accepter de remplir les conditions d'un cahier des charges de plus en plus massif liant le commerce au promoteur ou au gestionnaire du lieu.

Cahiers des charges de plus en plus lourd Droit d'entrée, éventuelle indexation annuelle des loyers sur des indices variés à définir, participation aux frais d'entretien et d'animation du centre, engagement environnemental,etc.

viennent en noircir les pages.

«Tout ce qui touche à l'organisation commune et à l'équilibre du centre n'est pas négociable.

Il est par contre indispensable que le futur preneur ait une parfaite connaissance des documents dont la force obligatoire est subordonnée à sa nature contractuelle et ce avant de conclure le contrat de bail», prévient Chantal Millier-Legrand, avocate au cabinet Simon & Associés.

Équilibre délicat C'est de cet équilibre délicat entre clauses contractuelles, ampleur des loyers et attractivité du lieu que dépend une installation fructueuse en centre commercial.

Une alchimie qu'il faut savoir *«détecter»* en prenant en compte de nombreux paramètres.

Voici les points à ne surtout pas négliger pour y parvenir.

Copyright Le Journal des Entreprises (Rhône) - Reproduction interdite sans autorisation

1D9B226C5150D902F0C14B18AC0F85CF1F28FA1A11FB1E389F65F87

SIMON ASSOCIÉS
SOCIÉTÉ D'AVOCATS