

Commerce de détail – étude de marché 2011



Emplacements de premier ordre

Le loyer des commerces de détail zurichoïses parmi les trois plus chers au monde à cause de chiffres d'affaires records

Key Money

7 millions de francs à Genève,
17 millions de livres à Londres et
46 millions de dollars à New York

Expansion

Abercrombie & Fitch en Allemagne,
Forever 21 en pleine expansion,
Jimmy Choo arrive en Suisse

Investissement

Défis suisses, importants potentiels
d'augmentation des loyers,
prix records à New York

International

Nouveaux commerces à New York,
Tokyo, Hongkong, Sydney, Paris,
Londres, Milan, Vienne, Berlin & Cie

locationgroup research

Commerce de détail – étude de marché 2011

CHANEL



Chanel Boutique, Bahnhofstrasse à Zurich

Sommaire

Préface › page 8

- 01 Zurich compte parmi les trois sites commerciaux de détail les plus chers au monde › page 9**
- 02 Genève a les chiffres d'affaires les plus élevés du secteur des produits de luxe › page 15**
- 03 Bâle et Berne, changements raisonnables et marché du commerce de détail stable › page 18**
- 04 Lausanne et Winterthur sont les villes suisses les plus en croissance › page 21**
- 05 St. Gallen, Lucerne, Lugano et Bienne enregistrent de modestes changements › page 23**
- 06 St. Moritz, Gstaad, Zermatt et Davos comptent peu de changements › page 25**
- 07 Les grands magasins et centres commerciaux de Zurich au top niveau mondial › page 26**
- 08 Transactions d'entreprises de détail suisses › page 31**
- 09 Marché d'investissement suisse pour l'immobilier de commerce de détail › page 33**
- 10 Nouvelles d'Allemagne et d'Autriche › page 36**
- 11 Nouvelles des métropoles internationales › page 44**
- 12 Transactions internationales d'entreprises de commerce de détail › page 59**

Chiffres clés › page 63

Références › page 70

Éditeur:

LOCATION GROUP, Usterstrasse 23, CH-8001 Zurich
T +41 (0)44 225 95 00, F +41 (0)44 225 95 01, www.location.ch

LOCATION RETAIL AG, www.locationretail.com
LOCATION LUXURY AG, www.locationluxury.com
LOCATION INVESTMENT AG, www.locationinvestment.com
SHOPMATCH AG, www.shopmatch.com

Maquette:

sofie's Kommunikationsdesign AG, Zurich, www.sofies.ch

Photos de couverture:

Jan Deichner, Hambourg, www.deichner.de

Révision de texte:

Text Control AG, Zurich, www.textcontrol.ch

Impression:

Druckhaus Hartmann GmbH, Constance, www.hartmannruck.de

Tirage:

8000 exemplaires

Clôture de rédaction:

10 janvier 2011

Prix:

Le prix d'achat s'éleve à CHF 750.– (plus la TVA en vigueur)

Commandes:

Directement auprès de votre conseiller clientèle, par fax au +41 (0)44 225 95 01 ou par e-mail à research@location.ch

Exonération de responsabilités:

Ce document a été établi par le groupe d'études de LOCATION GROUP et ne découle pas d'une analyse réalisée par un de nos sites ou d'un rapport financier. La présente publication a un but purement informatif et a été établie car les informations nous étaient accessibles. Les opinions qu'elle contient sont celles du groupe d'études de LOCATION GROUP au moment de la mise sous presse (sous réserve de modifications). Cette publication peut être citée à condition de mentionner la source. Il est demandé de bien vouloir faire parvenir un exemplaire justificatif.

Copyright © 2011:

LOCATION (HOLDING) AG et/ou ses filiales – tous droits réservés. Les données comprises dans ce bulletin reposent sur des sources accessibles que nous considérons fiables. Nous ne pouvons prendre en charge une garantie concernant la véracité et l'intégralité des données. Nous déclinons toute responsabilité en cas d'utilisation de ce rapport et de son contenu.

Consultez notre site internet: <http://research.location.ch>.

Préface

Cette année, nous avons le plaisir de vous remettre à nouveau notre étude de marché du commerce de détail. Nous avons publié la première étude de ce type en 2008. Nous nous concentrons toujours à l'échelle mondiale sur les emplacements de premier ordre en centre-ville et les centres commerciaux qui ont la plus grande fréquence de passage. C'est la raison pour laquelle nous faisons un rapport sur les changements et les ouvertures de nouveaux commerces les plus remarquables. Cette année, en réponse à diverses suggestions, nous nous sommes également consacrés à des métropoles internationales isolées.

L'année 2010 a été marquée par un optimisme sain et une expansion contrôlée. Contrairement aux années qui ont précédé la crise financière, il était clair que les arguments pour et contre de nouvelles surfaces de vente étaient exactement évalués. Mais nous n'avions encore jamais vu ces dix dernières années ouvrir autant de nouveaux magasins dans les environs de la Bahnhofstrasse zurichoise et de la rue du Rhône genevoise. La force du franc suisse met désormais la Bahnhofstrasse zurichoise sur un pied d'égalité avec les Champs-Élysées et l'Oxford Street non seulement en termes de potentiel de chiffre d'affaires mais aussi de loyer sur le marché.

En ce qui concerne le marché immobilier suisse des commerces de détail, l'on peut dire qu'il s'agit d'un marché relativement petit et non transparent. Ceci peut certes représenter un avantage pour certains acteurs du marché, mais va sûrement à l'encontre d'une certaine efficacité du marché. Même les acteurs bien établis dans le marché cherchent continuellement des points de repère relatifs à la structure des prix de loyer et d'achat, aux tendances et aux opportunités qui s'en dégagent.

Dans ce contexte, la Suisse reste une île de la félicité dans l'environnement mondial. C'est pour cela et en raison de l'attractivité internationale de la Suisse qu'il est toujours aussi valable d'exploiter à fond les opportunités existantes – sans remettre fondamentalement en question les structures économiques, structurelles et municipales, voire urbanistiques, de la Suisse, qui sont responsables de cette attractivité.

Par conséquent, la recherche des meilleures surfaces et des propriétaires qui acceptent de faire optimiser leurs biens fonciers bat de nouveau son plein. Les biens fonciers situés aux meilleurs emplacements sont plus que rares et la donne reste inchangée: comme toujours, il y a en Suisse un important désir de consommation et d'expansion inassouvi!

La majorité des achats et ventes d'immobilier pour les commerces de détail se déroulent toujours dans un cercle très fermé. Pourtant, il est en général clairement reconnu que la demande de biens immobiliers à des emplacements solides dépasse toujours largement l'offre, aussi bien pour les locations que pour les investissements. On voit également se multiplier les investisseurs privés étrangers qui concurrencent les matadors locaux lors des acquisitions de biens immobiliers.

Nous sommes des conseillers immobiliers spécialisés pour les détaillants et des promoteurs immobiliers pour les propriétaires d'immobilier de commerce de détail. Nous travaillons également comme partenaires locaux pour les investisseurs en immobilier de commerce de détail. Nous préférons utiliser notre savoir-faire là où il est possible d'augmenter de façon durable la qualité locative et donc le succès de l'emplacement en améliorant, repositionnant et gérant activement l'espace de commerce de détail.

C'est avec joie que LOCATION GROUP et ses maintenant plus de 30 salariés envisagent l'exercice 2011.

Nous vous souhaitons une bonne lecture.



Marc-Christian Riebe
Directeur général, Président & Fondateur

01 Zurich parmi les trois emplacements de commerce de détail les plus chers du monde

La Bahnhofstrasse a changé de manière considérable et disproportionnée ces trois dernières années

Dans la ville de ZURICH, les dernières locations à avoir débuté dans la **Bahnhofstrasse** zurichoise ont hissé le quartier de luxe situé entre Bally Capitol et Paradeplatz dont les loyers atteignent des sommets de plus de 10 000 francs le mètre carré par an dans le top 3 des rues commerçantes les plus chères du monde. Ceci représente une hausse de 8,2% par rapport à l'année précédente. Une bonne raison en est que les détaillants réalisent ici leurs meilleurs chiffres d'affaires par mètre carré au monde. Il n'est plus rare de faire 50 000 francs de chiffre d'affaires par mètre carré. Par conséquent, en raison de la force du franc suisse par rapport à l'euro, la Bahnhofstrasse se trouve désormais dans le classement derrière la Cinquième Avenue de New York (21 622 francs) et la Causeway Bay de Hongkong (19 445 francs) et devant la Ginza de Tokyo (9769 francs), l'avenue des Champs-Élysées de Paris (9263 francs) et la Via Montena-poleone de Milan (9044 francs). Plus de 100 000 personnes passent chaque jour entre la gare centrale et le grand magasin Globus. À la gare centrale, ce sont plus de 340 000 personnes par jour.

Flagship store pour Hermès

Après plusieurs mois de travaux, la marque de luxe Hermès a ouvert mi-septembre sur 450 mètres carrés sa nouvelle boutique sur le Paradeplatz, entre le magasin de mode Grieder et l'hôtel Savoy, là où se trouvait autrefois le magasin de porcelaine Meister Silber.

Hackett enchérit

Pendant ce temps, Hackett London ouvrait sur près de 350 mètres carrés son deuxième magasin suisse après celui de Genève à l'emplacement de l'ancien restaurant Mövenpick sur la **Paradeplatz**. Après que le propriétaire ait confié la location de l'emplacement à une éminente compagnie de gestion immobilière, la location de Bernie's a pris la tournure d'une vente aux enchères destinée aux plus offrants. Les experts ont fait courir le bruit que de nombreux intéressés ne pouvaient plus s'offrir tant le loyer était élevé.

Première de Jimmy Choo sur la Paradeplatz

La prochaine marque de chaussures de luxe britan-



Hermès, Paradeplatz/Bahnhofstrasse à Zurich

nique Jimmy Choo a ouvert en octobre sur près de 70 mètres carrés en face de la Confiserie Sprüngli, dans l'ancienne boutique Saint Phil. Jusqu'à la clôture de la rédaction, l'identité de l'entreprise ayant obtenu l'adjudication pour l'emplacement d'Intercoiffeur dans l'hôtel Savoy était toujours inconnue. Au début de la **Bärengasse**, la boutique Paul & Shark reprendra l'emplacement de la parfumerie Import et doublera sa surface à côté de la chronométrie Beyer. La marque de mode française Zadig & Voltaire a démarré au printemps 2010 dans l'ancien magasin La Carafe également situé dans la Bärengasse à gauche d'Agent Provocateur. C'est sa deuxième boutique suisse après celle de Genève. Elle s'étend sur près de 100 mètres carrés.

La chronométrie Beyer en expansion

L'ancien magasin Hermès accueillera à partir du printemps 2011 une horlogerie Patek Philippe gérée par la chronométrie Beyer. Dans le même immeuble, la manufacture horlogère Breguet appartenant au groupe Swatch a célébré début décembre l'inauguration de son flagship store de 420 mètres carrés qui s'étend sur trois étages et est également son deuxième magasin en Suisse. Son prédécesseur, le magasin de tapis Vidal, a obtenu du groupe Swatch par l'intermédiaire du propriétaire un «key money» de 3,8 millions de francs pour son déménagement prématuré. En contrepartie, il a été négocié que le loyer reste bien en deçà des loyers du marché pour les cinq années à venir.

LES EMPLACEMENTS DE COMMERCE DE DETAIL LES PLUS CHERS PAR PAYS

Rang	2010	2009	Pays	Ville	Emplacement	Loyer m²/an CHF	Loyer m²/an EUR
1	1		Etats-Unis	New York	5th Avenue	21'622	16'257
2	2		Hong Kong	Hong Kong	Causeway Bay	19'445	14'620
3	5		Suisse	Zurich	Bahnhofstrasse	10'256	7'711
4	5		Japon	Tokyo	Ginza	9'769	7'345
5	7		Royaume-Uni	Londres	New Bond Street	9'263	6'965
6	3		France	Paris	Avenue des Champs Elysées	9'044	6'800
7	4		Italie	Milan	Via Montenapoleone	8'007	6'020
8	11		Corée du Sud	Séoul	Myeongdong	6'443	4'844
9	10		Australie	Sydney	Pitt Street Mall	5'474	4'116
10	9		Allemagne	Munich	Kaufingerstrasse	4'948	3'720

Flagship store pour Bernie's

Pour la première fois en près de quarante ans, l'entreprise multimarque zurichoise Bernie's a ouvert dans la Bahnhofstrasse un magasin de 500 mètres carrés en face de Longchamp et à côté de la papeterie Landolt-Arbenz. Les propriétaires ont mis le loyer du magasin aux enchères par l'intermédiaire d'une éminente compagnie de gestion immobilière suisse travaillant en coopération avec une agence immobilière allemande.

La maison Bally a de belles opportunités devant elle

La boîte de nuit Saint-Germain a cessé son activité fin 2010 après à peine trois ans d'existence. Il reste à voir si le sixième étage du flagship store Bally accueillera à nouveau un établissement gastronomique. Au troisième étage, l'Asia Spa n'a même pas pu tenir une année et a dû refermer ses portes car la clientèle manquait et le loyer était trop élevé.

Un propriétaire verse plusieurs millions à un restaurant

Une éminente compagnie d'assurance suisse a versé au tenancier du restaurant Baltasar plusieurs millions de francs pour qu'il rende la clé et déménage prématurément et de son plein gré après trois

décennies d'activité. Pasito-Fricker a lui aussi abandonné son meilleur magasin au bout de vingt-huit ans car il ne voulait plus payer le nouveau loyer. Reste à savoir à qui le propriétaire va louer cette surface de 900 mètres carrés pouvant accueillir un grand flagship store sur trois étages. Sur le marché, le loyer de ce magasin se monte à environ 5 millions de francs suisses par an.

Au printemps 2011, la boutique Roma ouvrira sur la Pelikanstrasse, presque en face de la marque de chaussures de luxe J.M. Weston. Il s'agit du 6e magasin suisse de Roma. Il se trouve dans les anciens locaux de la marque de luxe britannique Jaeger et s'étend sur 220 mètres carrés. Du même côté de la rue, en face du restaurant Kaufleuten, le premier magasin suisse dédié à la voiture de sport électrique Tesla a été inauguré. Celui-ci occupe les 210 mètres carrés de l'ancien magasin de meubles Vitra, d'où Harley Davidson était également déjà parti.

Chiffres records sur le plan mondial

Les loyers offerts pour les nouvelles locations ont plus que doublé ces dix dernières années. Si les sociétés de commerce de détail payaient encore près de 5000 francs au tournant du millénaire, le prix du mètre carré s'élève aujourd'hui à plus de 10 000 francs par an. Selon la branche et la taille du magasin, les chiffres d'affaires réalisés par les détaillants établis ici vont de 20 000 à parfois bien au-delà de 50 000 francs par mètre carré et par an.

Cinq candidats pour une licence de casino

Les candidats à la licence du casino municipal zurichois ont dû déposer leur dossier avant le 31 décembre 2010. Les cinq postulants préfèrent ne pas encore abattre leur jeu.

Le groupe Swiss Casinos dépose une demande de licence. L'entreprise veut ouvrir dans la Gessnerallee un casino de 4500 mètres carrés dans l'immeuble commercial Ober.

Pour son projet, le groupe Swiss Casinos veut investir 80 millions de francs en tout dans la ville sur la Limmat. Jusqu'à 250 nouveaux emplois devraient être ainsi créés. Outre ces données, la demande de licence renferme également une sorte de concept social. Il a entre autres été défini comment les suspensions de jeu sont régulées.

Le Grand Casino Baden est toujours en course. Les Argoviens ont deux possibilités: ils font une tentative avec leur propre projet dans le bâtiment «Du Pont» sur la Beatenplatz. Si celui-ci n'obtient pas l'adjudication, Baden exigera d'être l'actionnaire majoritaire du projet de la City Zürich Casino AG et d'en diriger les opérations. Entre 70 et 80 millions de francs vont être investis dans ce projet de la Sihlporte. La Casino Zürich AG veut réaliser son projet dans la Alte Börse. La Grand Casino Zürich AG entre en course. Elle rivalise pour un emplacement de casino dans le temple du shopping Sihlcity.

Sur le Rennweg, les banques se relaient les unes les autres

La Fortis Bank a fermé ses 1500 mètres carrés de bureaux sur le Rennweg après leur rachat par la banque Paribas. Au grand dam de la rue, le propriétaire de l'immeuble n'a pas consenti à l'ouverture d'une boutique de mode, et la banque Wegelin en a profité pour reprendre le bail de la Fortis. Elle ouvrira début 2011.

Das Depot a repris l'emplacement d'Interio et ouvert au printemps 2010 son magasin d'ameublement entièrement rénové. Les bijoutiers Landolf & Huber ont repris la bijouterie Or & Diam en face de Kiehl's et Crabtree & Evelyn.

Premiers pas de Burlington sur le Rennweg dans deux ans

Big Secret, qui appartient à la famille de Modissa, a temporairement ouvert sur 50 mètres carrés un magasin de lingerie offrant des produits exceptionnels. Dans deux ans, la marque de mode alle-



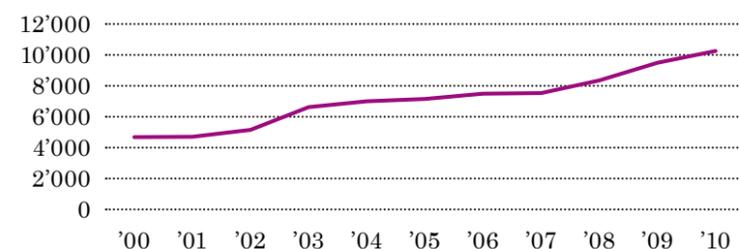
Longchamp, Bahnhofstrasse à Zurich

mande Burlington reprendra tout le rez-de-chaussée de l'immeuble, soit 120 mètres carrés, ainsi que 80 mètres carrés de sous-sol.

Parcourue par près de 30 000 personnes par jour, la deuxième rue commerçante la plus visitée de Zurich (jusqu'à 50 000 personnes y passent le samedi) a vu, en partie grâce à la limitation de la circulation, ouvrir 15 nouveaux commerces ces cinq dernières années. Entre-temps, les loyers les plus chers s'y élèvent à plus de 4000 francs le mètre carré par an calculés sur la base d'une surface de vente moyenne de 100 à 150 mètres carrés au rez-de-chaussée avec une devanture de 6 à 8 mètres de long et une entrée de plain-pied.

Fin 2009, Ladurée a installé sa première confiserie en Suisse alémanique. On y trouve sur une surface de 50 mètres carrés, macarons, bougies, thés, parfums d'intérieur et autres accessoires conçus par des créateurs réputés.

ÉVOLUTION DES LOYERS DES MAGASINS DE LA BAHNHOFSTRASSE DE ZURICH (2000 - 2010)



Loyers les plus chers pour une surface de 150 mètres carrés, une devanture de 6 à 8 mètres de long et une entrée de plain-pied



Le Ober-Haus de la Gessnerallee: Swiss Casinos projette l'ouverture d'un casino et d'un centre de divertissement sur plus de 11 000 m²



Big Secret, Rennweg à Zurich



Ladurée, Kuttelgasse/Augustinergasse à Zurich

Toujours dans la **Augustinergasse**, le concept de montres d'occasion Rent a Box a lui aussi ouvert dans l'ancien grand magasin Laura Ashley à côté de Meister Silber un magasin d'environ 100 mètres carrés à l'emplacement de l'ancien Valleverde. Trois concepts de vente au détail y ont échoué ces cinq dernières années à cause de la coupe de la surface et de la situation du magasin.

Débuts dans la Strehlgasse

Dans la **Strehlgasse**, Sundrani Fine Jewelry ouvrira au printemps 2011 son premier flagship store sur 80 mètres carrés dans l'ancien atelier de la bijouterie Affolter. Jusqu'ici, la présence de Karima Sundrani en Suisse était saisonnière et limitée aux filiales de Globus à Genève et Zurich.

Liu Jo pour Furla

Deux immeubles plus loin, le gérant de franchise de Furla a changé de concept et ouvert en été 2010 la première boutique de sacs à main et accessoires Liu Jo en Suisse. En face, le concept d'accessoires et de bijoux «maho» a pu reprendre après une longue attente l'emplacement de 80 mètres carrés du coiffeur Kaiser.

Le magasin Movement situé à côté de la boutique de lingerie Aubade a été remplacé sur 50 mètres carrés par la boutique Silk & Cashmere.

Dans la **Storchengasse**, l'ancien directeur de Franz Carl Weber a repris avec sa compagne le magasin de mode enfantine de 80 mètres carrés Babar Palace et l'a rebaptisé Tom & Lisa après l'avoir réaménagé avec succès. La collection de Gucci pour bébés et enfants est la première sur la liste des idées cadeaux.

Les jours de pointe, 15 000 à 20 000 personnes passent par ici. Les loyers y atteignent jusqu'à 3000 francs le mètre carré par an.

40 millions pour le réaménagement de Jelmoli

C'est dans le luxe et le prestige que, fin octobre après dix-huit mois de travaux, le plus important grand magasin suisse, Jelmoli, a ouvert sur six étages et une surface de vente de 34 000 mètres carrés au total. Le volume d'investissement s'élevait à environ 40 millions de francs.

En face, Charles Vögele fêtait en mars avec des personnalités importantes l'inauguration de son flagship store entièrement rénové et d'une surface de vente de 2200 mètres carrés dans la Sihlstrasse.

En face de Globus, troisième grand magasin de Zurich, Schild a ouvert son flagship store qui, une fois agrandi, fait plus de 2000 mètres carrés de surface. Lorsque la Commerzbank a quitté les étages de bureaux, Schild a, dans l'élan de son incroyable succès, sauté sur l'occasion pour louer sans autre forme de procès la totalité de l'immeuble qui est désormais en travaux.

Sur la **Löwenplatz**, l'agence de voyage I-tur a ouvert dans l'ancien salon de coiffure Bechter sur 50 mètres carrés. Diagonalement opposé, dans la Usterstrasse, le deuxième magasin d'ameublement Kartell suisse a été lancé sur environ 120 mètres



Fréquence de passage dans le centre-ville zurichois (par jour en 1000)

carrés dans l'ancien Bernie's Furore. Dans la **Löwenstrasse**, un seul magasin a changé en face du Bambus-Haus de la famille Bamberger. La boutique Sanjas située à côté du restaurant en vogue Madonna a déménagé et accueille désormais le magasin multimarque Deca. Dans le Shopville, la partie citadine du centre commercial de la gare, Sunrise a repris en été 2010 l'emplacement de 50 mètres carrés du magasin de musique Mix Music.

Plus de 30 000 personnes passent au début de la Löwenstrasse près de la gare centrale, à la Löwenplatz environ 50 000, tandis que la fréquence de passage diminue sensiblement à la hauteur de la Sihlporte et ne se monte plus qu'à environ 5000 passants.

Nombreux changements sur la rive droite de la Limmat

Sur le **Limmatquai**, le concept appartenant à Migros, Outdoor by SportXX, a repris l'emplacement de Büro Waser qui, après plus de cent ans d'existence, se serait retrouvé dans l'impossibilité de

verser le nouveau loyer fixé par le propriétaire. Dans la rue parallèle, la Niederdorfstrasse, la bijouterie Pieces appartenant au groupe Bestseller a repris le magasin de chaussures de Bernie's. Bestseller gère ici sur une surface de 50 mètres carrés deux autres magasins: le magasin de mode féminine Only et le magasin pour hommes Jack & Jones.

L'ancien Uomo de Bernie's accueille désormais la marque de mode allemande Tom Tailor et son deuxième magasin zurichois. À l'angle Mühlegasse/Limmatquai, le gérant de franchise de Geox tient maintenant un magasin de chaussures Ecco et a emménagé, quelques immeubles plus loin sur la droite, sur une plus grande surface de 150 mètres carrés dans l'ancien magasin de chaussures de sport de Da Soul.

Réouverture du Gran Café Motta

Prêt après quatre mois de travaux: en mai 2010, le café connu sous le nom de Gran Café a rouvert ses portes sur une surface de 115 mètres carrés et a été rebaptisé «Gran Café Motta».



Karen Millen, Storchengasse à Zurich



Gran Café Motta sur le Limmatquai à Zurich

LOYERS LES PLUS CHERS DU COMMERCE DE DÉTAIL AUX EMBLEMES DE PREMIER ORDRE ZURICHOIS 2010

	CHF/m ² par an	€/m ² par mois
Bahnhofstrasse	10'256	643
Rennweg	4'400	276
Storchengasse	3'350	210
Limmatquai	3'320	208
Löwenstrasse	3'180	199
Niederdorfstrasse	3'100	194
Strehlgasse	2'850	179
Bellevue/Stadelhofen	2'200	138



Les arcs du viaduc à Zürich-West

Oberdorf et ses nombreux nouveaux commerces

Au début de la **Niederdorfstrasse**, à l'angle de la **Marktstrasse**, le gérant de franchise de Guess a repris l'emplacement d'environ 300 mètres carrés de la librairie Orell Füssli. Le magasin de chaussures Viva a été remplacé sur 150 mètres carrés par Naf Naf qui appartient au groupe Vivarte. Dans la Schifflände, l'opticien Steffen a vendu son activité à son collègue Burri dont le magasin de l'Uraniastrasse est déjà une réussite. En novembre, Tom Tailor a fastueusement inauguré son premier magasin zurichois sur 300 mètres carrés dans l'Oberdorfstrasse. Auparavant, la papeterie Waser s'y était installée après avoir quitté le Limmatquai. À côté se trouve aussi la nouvelle boutique de sacs à main et d'accessoires Malelo.

À l'angle **Stadelhoferstrasse/Rämistrasse** se trouve depuis mi-décembre le célèbre restaurant de pâtes et de pizzas Vapiano qui y a installé sa deuxième filiale zurichoise sur une surface d'environ 500 mètres carrés. À côté, Scotch & Soda emménagera sur 300 mètres carrés fin 2011, raison pour laquelle la boîte Hey a dû quitter les lieux. Elle s'installera à Oerlikon. Au Stadelhoferplatz et à Bellevue, il n'y a pas eu de changement significatif l'année dernière.

Les arcs du viaduc: ouverture de magasins

Sous les arcs du viaduc de chemin de fer dans l'arrondissement 5 de Zurich, la vie est réapparue. Après cinq ans de travaux de conception et de construction, un point de rencontre urbain de 500 mètres de long a été créé: pour flâner, faire ses courses, se divertir, manger et boire. Une grande partie des magasins ont été ouverts en avril 2010, d'autres ont suivi début juillet 2010.

Au cœur du complexe, la première halle de Zurich a été inaugurée officiellement début septembre 2010, et près de vingt fermiers et épiciers de la région viennent y vendre leurs produits. Tout comme le restaurant dans la partie arrière, elle sera ouverte toute l'année six jours par semaine. Les autres locataires sont entre autres les entreprises de mode Big, Billabong, Companys, Kitchener et Nudie Jeans.

02

Genève a les chiffres d'affaires les plus élevés du secteur des produits de luxe

Les emplacements de choix genevois n'ont jamais été aussi demandés

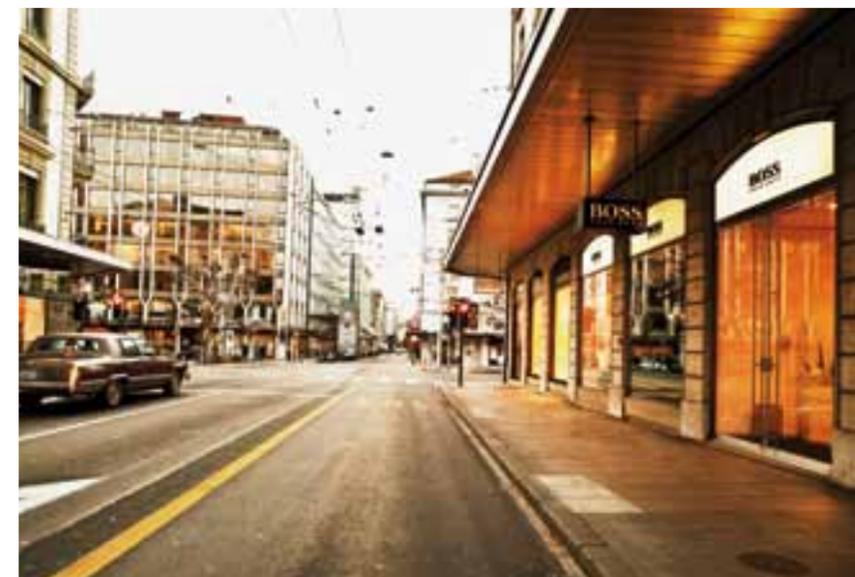
Avec sa grande centralité, son pouvoir d'achat qui, après Zurich, est le deuxième du monde et son public international, l'emplacement de GENÈVE a pour beaucoup de détaillants une attractivité hors pair en tant que point de passage vers le commerce de détail suisse. Outre l'argument du pouvoir d'achat, l'affinité de principe des sociétés de commerce de détail régies par le monde anglo-saxon à l'égard de la partie francophone de la Suisse avec ses centres de commerce de détail Genève et Lausanne joue un rôle qui n'est pas des moindres. La très haute demande d'accessoires et de bijoux par les estivants arabes est un facteur supplémentaire de ces réussites faramineuses. Ainsi, il n'est pas rare qu'un client fasse des achats pour un montant à six voire sept chiffres pour sa famille et lui-même. Les entreprises de produits de luxe présentent souvent leurs marchandises directement dans la suite de l'hôtel du client et les font transporter de Milan ou Paris à Genève pour l'occasion.

Les loyers de la **rue du Rhône** atteignent des sommets de 7900 francs le mètre carré par an. Avec leurs 7000 francs de loyers, les rues basses ne sont pas en reste et sont toujours aussi demandées. C'est ce que confirme la fréquence de passage qui dépasse largement les 80 000 personnes par jour.

La rue portant le nom du fleuve qui traverse la ville a connu ces trois dernières années le plus grand nombre de changements de l'histoire, ce qui indique que, grâce au deuxième pouvoir d'achat du monde et aux touristes arabes de Genève, on y atteint les meilleurs chiffres d'affaires. Les marques de montres de luxe et de bijoux Boucheron, Audemars Piguet (relocation), Panerai, Graff Diamonds, Hublot, Dior Horlogerie et Montblanc se sont emparées d'un emplacement à un des endroits les plus prisés d'Europe. Toutefois, le concept de horlogerie Gérald Genta de Bulgari a de nouveau fermé au bout d'environ deux ans, et la boutique a été transformée en magasin d'accessoires Bulgari.

Prix d'achat de 75 millions pour un immeuble dans la rue du Rhône

Après que la famille Wertheimer ait acheté l'immeuble de sa boutique Chanel pour plus de 50 millions de francs, le contrat de bail de la marque de



Versace et Hugo Boss, rue du Rhône à Genève



Les Ambassadeurs, rue du Rhône à Genève

LOYERS LES PLUS CHERS DU COMMERCE DE DÉTAIL AUX EMBLEMES DE PREMIER ORDRE SUISSES 2010/2011

	CHF/m ² par an	€/m ² par mois
Zurich, Bahnhofstrasse	10'256	643
Genève, Rue du Rhône	7'690	482
Genf, Rue du Marché/Rue de Rive	7'025	440
Berne, Marktgasse/Spitalgasse	6'390	400
Bâle, Freie Strasse	5'450	341
Lucerne, Hertensteinstr./ Weggisgasse	5'150	323
Winterthour, Untertor/Marktstrasse	4'550	285
Zurich, Rennweg	4'400	276
Lausanne, Rue du Bourg	4'200	263
St. Gallen, Multerasse	4'150	260
Lugano, via Nassa	3'650	229
Bienne, Nidaugasse	3'600	226
St. Moritz, via Serlas	3'490	219



Fréquence de passage dans le centre-ville genevois (par jour en 1000)

luxes Hermès dans le même bâtiment a été résilié. Sur ce, la famille Dumas, propriétaire d'Hermès, a acheté deux maisons plus loin, à côté de Patek Philippe, à une compagnie d'assurance suisse alémanique la propriété immobilière où Les Ambassadeurs avait pris ses quartiers. Les coûts de l'acquisition ont atteint la somme record de plus de 75 millions de francs. Les Ambassadeurs a obtenu pour avoir déménagé prématurément un «key money» dont le montant était de sept chiffres bien comptés et avec lequel l'entreprise a acheté intégralement la marque de mode Francesco Smalto qui avait pris ses quartiers en face, dans le même immeuble que la marque de luxe Fendi, sur une surface de 450 mètres carrés. Suite à ce changement, le propriétaire a triplé le loyer de Les Ambassadeurs.

Christian Louboutin et Jean Paul Gaultier

Les détaillants de mode et d'accessoires de luxe n'avaient rien à envier aux bijoutiers. En ce moment, Burberry tient provisoirement un magasin d'accessoires dans l'ancienne boutique Lamarque à côté de Boucheron. Quatre maisons plus loin à droite, le créateur de chaussures français Christian Louboutin en face de Jean Paul Gaultier a fêté l'inauguration de son premier magasin suisse sur une surface estimée à 120 mètres carrés. UBS a annoncé qu'elle va réhabiliter dans la rue du Commerce son immeuble qui rejoint la rue du Rhône et la **rue de la Confédération** et le rendre exploitable pour le commerce de détail.

7 millions de «key money» pour 60 mètres carrés

Versace a décidé de tout de même emménager dans l'ancien magasin d'accessoires Galli – qui est grand de seulement 60 mètres carrés et longtemps resté vide – après avoir payé un «key money» d'environ 7 millions de francs. L'ancien magasin Vilebrequin de 40 mètres carrés situé entre Max Mara et Tod's a été repris par le créateur de lingerie Aubade. En face, le créateur de chaussures de luxe britannique Church a ouvert son deuxième magasin suisse sur près de 70 mètres carrés.

Ce n'est plus qu'une question de temps avant que le premier loyer officiel n'atteigne 8000 francs le mètre carré par an.

Bon Génie avec Chanel et Gucci

Dans la **rue du Marché**, à gauche du flagship store suisse de Victorinox, un investisseur espagnol a acquis l'immeuble et y a résilié le bail de tous les locataires. Seul Benetton restera et obtiendra une nouvelle surface. Dans le même immeuble, à l'emplacement de la chaîne de librairies francophones Payot, la marque de mode pour jeunes Esprit ou-

vrira bientôt son flagship store de Suisse occidentale sur plus de 1000 mètres carrés après des années de recherche.

Fin 2009, Orange a déménagé de la rue du Rhône et emménagé dans l'ancienne boutique Static. Du même côté de la rue plus loin à gauche, à côté de Bon Génie, la marque Repeat Cashmere a ouvert sur plus de 100 mètres carrés à l'ancien emplacement du magasin d'usine Le Mouton à 5 Pattes.

Il y a quelques années, Bon Génie a acheté à Valora l'immeuble dans lequel étaient installées les chocolateries Merkur avant que Jürg Läderach n'achète Merkur à la Valora Pensionskasse. Désormais, la famille Brunshwig a agrandi de 150 précieux mètres carrés le rez-de-chaussée de son flagship store qui fait maintenant 5000 mètres carrés dans la rue la plus fréquentée de Genève et a ouvert, à côté de Gucci et Chanel, d'autres boutiques de quartier avec des marques de luxe.

Deux ans de vacation à un emplacement de premier ordre

Le magasin français de prêt-à-porter masculin Zilli a ouvert sur environ 200 mètres carrés dans la **rue Robert-Céard**, située entre la rue du Rhône et la rue de la Croix-d'Or, à côté de la marque de montres TAG Heuer et en face d'Emporio Armani. L'ancien magasin de photographie **place Longemalle** à l'angle de la **rue de la Croix-d'Or**, entre la marque de chaussures J.M. Weston et le décorateur d'intérieur Yves Delorme, a été remplacé par l'opticien Acuitis Genève. En face, dans la **rue de la Fontaine**, Rolex a ouvert la première bijouterie Chrono Time et Tudor également sa première bijouterie suisse. Dans l'immeuble voisin, à côté de la marque allemande de prêt-à-porter féminin Marc Cain, le concept français de prêt-à-porter féminin Comptoir des Cotonniers va ouvrir son deuxième magasin suisse sur environ 70 mètres carrés.

Dans la **rue de Rive**, l'emplacement de la banque BSI (anciennement Banco del Gottardo) est vide depuis bientôt deux ans. À l'origine, la ville de Genève devait louer cette surface pour le tribunal de la circonscription mais a fini par faire machine arrière. Il est peu de dire que l'on est curieux de savoir qui emménagera dans cet immeuble d'angle prédominant situé entre les deux magasins d'électronique Apple et la Fnac. En face, la rue de la Tour-Maîtresse a connu un développement farouche avec l'ouverture des magasins de mode pour enfants de Diesel, Madison, Tommy Hilfiger et Tartine et Chocolat ainsi que Tara Jarmon.



Victorinox, rue du Marché à Genève



Rue du Marché à Genève

Ce n'est plus qu'une question de temps avant que les loyers des rues basses (rue de la Confédération, rue du Marché, rue de la Croix-d'Or et rue de Rive) ne passent la barre des 8000 francs. En effet, la demande dépasse de loin l'offre et, par conséquent, la surface totale de la rue pourrait être une fois de plus louée à des détaillants internationaux qui n'attendent que cela.

Bâle et Berne, changements raisonnables et marché du commerce de détail stable

Apple rejoint Bâle avec son flagship store

A BÂLE, troisième ville suisse, Apple ouvrira selon toutes prévisions début 2012 un magasin de trois étages et 900 mètres carrés dans la **Freie Strasse** à la place de l'actuel magasin de chaussures Botty. Au début de la Freie Strasse, au niveau du Markt-platz, les deux détaillants français de mode pour jeunes Naf Naf (environ 300 mètres carrés) et Promod (environ 200 mètres carrés) ont récemment repris les anciens emplacements de Pimkie et Yves Rocher. Dans l'ancien Optik Noll, à côté de Starbucks et en face de Musik Hug, on trouve désormais les spécialités de Casa del Vino. Ici, les loyers les plus élevés peuvent aller jusqu'à 5450 francs le mètre carré par an.



Freie Strasse à Bâle

Ouverture de nouveaux commerces éminents dans la Steinenvorstadt

Au début de la **Steinenvorstadt**, le groupe danois Bestseller a repris avec ses marques Vero Moda et Jack & Jones le bail de la Fnac dont le premier magasin suisse alémanique d'environ 2500 mètres carrés n'a pas pu prendre pied. La surface de vente de Vero Moda et Jack & Jones est de 1200 mètres carrés et s'étend sur trois étages. Quatre étages supplémentaires sont pour l'instant toujours vides. La propriété immobilière a été à l'époque spécialement conçue pour le magasin de mode Spengler (aujourd'hui Schild) et a des plafonds très bas. Sa façade qui, sans le consentement du service d'urbanisme local, a été modifiée pour pouvoir accueillir des commerces de détail donne un caractère tout nouveau à l'ensemble du bâtiment. La Fnac a versé à Bestseller une somme de 1,5 millions de francs suisses en liquide pour avoir pris son bail en main.

En face, la marque de mode féminine Vila, qui appartient également à Bestseller, a lancé son premier magasin en Suisse dans l'ancienne boutique Vero Moda sur une surface de 120 mètres carrés. 50 mètres plus loin, du même côté de la rue, un investisseur suisse a acquis l'immeuble dans lequel la boutique de lingerie Beldona et l'enseigne de confiserie Lolipop étaient auparavant établis. L'immeuble a été complètement refait et accueille désormais un Burger King sur deux étages et environ 300 mètres carrés. Diagonalement opposé, l'emplacement de la salle de jeux Domino a été repris par le groupe Vivarte.

La Gerbergasse en mouvement

Tom Bergstein a lancé son concept outdoor dans l'ancien magasin de Bossert Gravuren. Botty reprendra mi 2011 l'emplacement de 300 mètres carrés de son concurrent Pasito-Fricker. Chose incompréhensible, Six Shop va quitter la **Gerbergasse** et emménager dans le centre commercial Stücker. En revanche, Pasito-Fricker, qui a été repris par le groupe allemand Görtz, a loué l'emplacement de la chaîne de magasin Unica appartenant à Caritas en face de la chaîne de vêtements pour enfants Du Pareil au Même après l'acquisition de l'immeuble par un investisseur suisse. Deux maisons plus loin à droite, la marque de mode italienne Sasch a elle aussi vendu aux Metro Boutiques son contrat de bail pour une surface qui dépasse les 1000 mètres carrés. Unica n'a pas perdu de temps pour rouvrir sur environ 100 mètres carrés dans l'ancienne Schiffplände Drogerie en face de Nespresso.

Swisscom et McOptic ont ouvert sur la rive du Rhin de la **Greifengasse**. En face, Sunrise a remporté l'emplacement de 65 mètres carrés de Vögtli Mode à côté de la parfumerie Marionnaud.

Qui succèdera à Vatter?

Il est bien connu qu'à BERNE, la capitale fédérale, les montres ont un tic-tac un peu plus lent. Ainsi, la ville sur l'Aar est celle qui a recensé l'année passée le moins de changements si l'on met en rapport le nombre total de magasins situés à des emplacements de premier ordre et la taille de la ville. Ceci illustre cependant la constance et le succès des magasins de commerce de détail qui y sont établis.

Dans la **Spitalgasse**, le magasin bio spécialisé Vatter de la famille du même nom fermera fin mars parce qu'il n'est plus rentable avec ses 8 millions de francs de chiffre d'affaires. Depuis peu de temps seulement, la famille Vatter, qui est propriétaire de l'immeuble, sous-loue la surface de restaurant de 250 mètres carrés qu'elle occupait jadis au premier étage au concept de restauration asiatique «Mjshjo» du Zürcher Frauenverein.

Orell Füssli a cédé son emplacement dans le magasin de musique Krompholz. La librairie zurichoise n'a plus réussi à tenir tête à l'écrasante puissance de son concurrent Thalia qui, avec ses deux magasins à Berne et ses plus de 45 millions de francs de chiffre d'affaires, s'impose de loin comme leader du marché.

Dosenbach-Ochsner, qui fait partie du groupe allemand Deichmann, a mis fin à son contrat de licence avec Nike dans la **Neuengasse** et a ouvert au même endroit un magasin de sport Ochsner sur 300 mètres carrés début 2010.



Department Store Loeb, Spitalgasse à Berne



Vero Moda, Steinenvorstadt à Bâle



La Marktgasse à Berne



Shoppingcenter Westside in Bern-Brünnen

McDonald's ne peut plus payer son loyer

Dans la **Marktgasse**, Metro Boutique, le spécialiste multimarque de la mode pour jeunes, a acheté le contrat du magasin de prêt-à-porter masculin et de son voisin Fein-Kaller pour un montant à sept chiffres et a doublé la surface de vente du magasin existant qui s'étend désormais sur plus de 1000 mètres carrés. En face, McDonald's n'a plus réussi à faire face à l'augmentation de loyer, si bien que Tally Weijl a remporté l'emplacement de 300 mètres carrés. Deux portes plus loin sur la droite, le successeur de Tally Weijl est le concept de chaussures Humanic qui a ouvert son deuxième magasin suisse sur 180 mètres carrés.

Charles Vögele a aussi soumis son flagship store de Berne grand de 4000 mètres carrés de surface de vente à une restauration intégrale et l'a inauguré début octobre 2010 en même temps que son un peu petite filiale de la Spitalgasse. Sur le Kornhausplatz, Swiss Alpine et Swiss Military ont pu reprendre l'emplacement de 80 mètres carrés de City Schuh à côté de Chicorée et y mettre en œuvre un superbe concept d'aménagement de magasin.

La Kramgasse gagne en attractivité

Albert Einstein connaissait déjà l'attractivité de cette rue et y a habité quelques années. Johann Wolfgang Goethe la définissait comme «la plus belle rue du monde». La **Kramgasse** a été enrichie de quelques nouvelles marques. Par exemple, Roy Rosen y a ouvert sur 160 mètres carrés dans l'ancien restaurant Mistral à côté de Navyboot. Dans la propriété par étage, l'ancien restaurant Artemisia a été vendu et, une fois entièrement rénové, Hans Tschirren y a ouvert la Brasserie Capitol en août 2010. De l'autre côté de la rue se trouvent depuis déjà plusieurs années des marques internationales comme Bally, Ecco, Lacoste et Repeat Cashmere.

Si l'on compare Berne à d'autres capitales et métropoles européennes, elle joue un rôle insignifiant en termes de commerce de détail en centre-ville. La force économique et le pouvoir d'achat à Berne ne sont justement pas comparables à ceux d'endroits comme Zurich, Genève, Vienne ou Munich. Par ailleurs, étant donné les répercussions de la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO sur l'architecture, les surfaces commerciales des Aarefelsen ne peuvent être adaptées à la productivité recherchée. Ceci se manifeste par la quantité de petits magasins et boutiques installés dans les catacombes des sous-sols.

Westside n'est toujours pas sur la bonne voie

Pourtant, c'est justement à cause de ces circonstances que le commerce de détail de Berne a un grand potentiel. Ici aussi, les investisseurs nationaux et internationaux accordent toute leur attention aux biens fonciers à développer dans le centre-ville. Le grand succès de la Christoffel-Unterführung est par exemple aux antipodes de l'évolution du centre commercial Westside qui, tout comme l'Urban Entertainment Center Sihlcity à Zurich et le centre commercial Stückli à Bâle, présente un concept incomplet mis en œuvre en périphérie.

Pour des magasins de 100 à 150 mètres carrés avec une devanture de 6 à 8 mètres de long et une entrée de plain-pied, les loyers les plus élevés atteignent pour une nouvelle location 6390 francs.

04

Lausanne et Winterthur sont les villes suisses les plus en croissance

Les cent ans de la Papeterie Reymond, c'est du passé

À LAUSANNE, la **rue du Bourg** a enregistré quelques changements et l'ouverture de nouveaux commerces l'année passée. Le chausseur suisse Navyboot a repris l'emplacement de 300 mètres carrés de la Papeterie Reymond en face de Louis Vuitton et Hermès et ouvrira au printemps 2011. Longchamp est un successeur adéquat pour l'ancienne boutique de 70 mètres carrés en face de la marque de mode espagnole Mango. La bijouterie de Pierre Gumser qui se trouve à côté et s'étend sur 70 mètres carrés a été reprise en été 2010 par la marque de bijouterie Thomas Sabo. Comptoir des Cotonniers, magasin de mode pour mères et filles,

a racheté le magasin de 120 mètres carrés «bis by Annabelle» et a ouvert en été 2010. À côté, le concept d'articles de cadeaux Smartbox a démarré sur 80 mètres carrés dans l'ancienne boutique Cotton Club.

Charles Vögele ne peut pas garder son deuxième emplacement à Lausanne

Dans la **rue Saint-François**, Ochsner Sport a racheté l'emplacement de Schäfer Sport à côté de Bally et en face de Bucherer. Le magasin Navyboot est remplacé par une boutique Fogal. Au bout de la rue, en face de C&A, le magasin Ochsner Shoes, qui appartient également au groupe Deichmann, a agrandi son emplacement d'environ 200 mètres carrés là



Rue du Bourg à Lausanne



Geox et Bonita à Untertor, Winterthur



Vero Moda et Vila dans la Marktasse à Winterthur

où se trouvait La Grange. Dans la **rue du Pont**, Das Depot a repris l'ancien emplacement d'Interio et l'a entièrement réaménagé selon le concept allemand. Sur la **place de la Palud**, Chicorée a remporté l'emplacement de Charles Vögele grand d'environ 900 mètres carrés au terme d'une longue vente aux enchères à la concurrence rude.

Geox vient à Winterthur

À WINTERTHUR a l'**Untertor**, divers baux devaient être reconduits cette année alors que Street One avait été le seul nouveau commerce enregistré il y a deux ans. Walder Schuhe a ainsi renouvelé son bail sur quinze années supplémentaires. La chaîne hollandaise de mode WE a elle aussi réussi à enchérir sur les offres de la concurrence et à reconduire son contrat de bail. À côté, directement sur la gauche, Tally Weijl a remporté le contrat chez Expert Gabriel et ouvrira fin 2011 un magasin de 300 mètres carrés. En septembre 2010, une boutique Geox a ouvert sur environ 90 mètres carrés à l'ancien emplacement d'Yves Rocher.

Wagamama sans succès à Winterthur

En face en diagonale, le groupe PKZ n'a pas pu reconduire le bail de son magasin Blue Dog. Au printemps 2011, Apple Dataquest y ouvrira un flagship store sur près de 150 mètres carrés. Kochoptik aussi a reconduit son contrat sur 100 mètres carrés dans la **Marktasse**. En face, le concept britannique de pâtes Wagamama a déclaré forfait au bout de même pas un an et a fermé la filiale en été 2009. Après presque neuf mois passés à vide, l'emplacement de 300 mètres carrés a pris pour successeur le groupe Bestseller et ses concepts d'accessoires et de mode Pieces et Vila début 2010.

Extension des Metro Boutiques

Au bout de la Marktasse, les actionnaires majoritaires des Metro Boutiques ont acheté le bâtiment de Charles Vögele. L'ouverture des 900 mètres carrés de surface est prévue pour l'automne 2011.

À Untertor, les loyers les plus élevés se montent à environ 4000 francs pour un magasin de plain-pied de 100 mètres carrés, une hauteur de plafond de plus de 3 mètres et une devanture de 6 à 8 mètres de long. Plus la surface de base du magasin est grande, plus le chiffre d'affaires moyen que le détaillant réalise par mètre carré est faible. Et, par conséquent, le loyer par mètre carré diminue lui aussi. Plus de 50 000 personnes passent ici chaque jour, se dirigeant de la Bahnhofplatz vers la Marktasse.

05

St. Gallen, Lucerne, Lugano et Bienne enregistrent de modestes changements

Après Beck-Beck, place à Jack & Jones

À ST. GALLEN, la plus grande ville de Suisse orientale dont la bibliothèque abbatiale et la cathédrale font partie du patrimoine mondial de l'Unesco, les ouvertures de nouveaux commerces étaient plutôt modérées l'année dernière après les nombreux changements accomplis les trois années précédentes. Le loyer le plus cher de la **Multergasse** qui est l'emplacement de premier ordre le plus court de Suisse constitue avec ses près de 4000 francs par mètre carré par an le loyer le moins cher des emplacements privilégiés suisses. Il n'est plus rare d'y voir passer 40 000 personnes par jour.

Dans l'ancienne boulangerie Beck-Beck, le concept de prêt-à-porter masculin Jack & Jones ouvrira en été 2010 sur deux étages et 240 mètres carrés de surface de vente. La famille propriétaire des lieux ne pouvait plus poursuivre son activité et a vendu l'immeuble à une famille suisse pour 40 fois le montant du loyer annuel. Après rénovation, leur rendement s'élève toutefois à 7,5%. Dans la **Spisergasse** et la **Marktasse** il n'y a pas eu de changements. Il n'y a que dans la **Neugasse** que Das Depot a ouvert, entièrement rénové, dans l'ancienne boutique Interio en mars 2010.

LUCERNE est la ville la plus centrale de la Suisse avec son indicatif 222, ce qui est principalement dû au tourisme et à l'importance du bassin économique constitué par les communes voisines. Aux meilleurs emplacements, les loyers peuvent aller jusqu'à 5000 francs le mètre carré par an. On compte jusqu'à 70 000 passants par jour dans la Weggisgasse et la Hertensteinstrasse.

Après Waffen Stampfli, place à Pieces

Sur la **Hirschenplatz**, Companys ouvrira mi-2011 un magasin de chaussures dans l'actuelle filiale de Vero Moda sur deux étages et 100 mètres carrés de surface de vente. De l'autre côté de la rue en diagonale, Fielmann a ouvert en janvier 2010 dans la **Weggisgasse** à l'ancien emplacement du magasin de mode hollandais Mexx. Depuis son départ de la Kapellgasse, plus de 40 employés peuvent désormais répondre à l'assaut des clients dès huit heures du matin. La surface totale s'élève à environ 1000 mètres carrés étendus sur quatre étages, entrepôt compris, et est restée vide pendant plus d'un an avant que les travaux soient finis. Dans la



Multergasse à St. Gallen



Schwanenplatz à Lucerne

Hertensteinstrasse, le magasin concept d'accessoires Pieces a ouvert son troisième magasin suisse dans l'ancien Waffen Stampfli sur près de 160 mètres carrés. Apple Data Quest a ouvert dans la **Kapellgasse** de Lucerne un deuxième emplacement de 80 mètres carrés. Après presque un an de travaux de réaménagement et de longs débats concernant le nouveau contrat de bail, Herren Globus a pu rouvrir fin octobre 2010 sur trois étages et 470 mètres carrés. L'ancien magasin de Fielmann de deux étages et 290 mètres carrés de surface de vente a été repris par Postfinance après de longues négociations et après que Bestseller ait, malgré son approbation écrite, fait machine arrière. Entre la Hertensteinstrasse et le Grendel qui lui est pa-



Farfalle & Nassadonna, Via Nassa à Lugano

rallèle, l'horlogerie genevoise Codex a fait ses débuts sur à peine 80 mètres carrés et a ouvert son premier magasin.

Giorgio Armani début à Lugano

À LUGANO, ville sur le lac du même nom, Louis Vuitton a agrandi sa boutique de désormais 300 mètres carrés au bout de la rue de luxe **Via Nassa**. En face s'installe un nouvel hôtel cinq étoiles dans lequel, selon les initiés locaux, Giorgio Armani présentera lui aussi ses marques.

Gucci arrive à Lugano

Selon les initiés, Gucci a acheté fin 2010 l'immeuble des actuels magasins de mode Farfalle et Nassadonna, entre Bally et Versace sur la Via Nassa.

Les Ambassadeurs a doublé de taille à côté de Gübelin

Dans l'ancienne boutique Bernie's se trouve désormais une boutique Etiqueta Negra de 55 mètres carrés. Chopard et Mobilezone avaient déjà abdiqué à côté de l'antiquaire Weber & Bläuer lorsque le bijoutier Les Ambassadeurs a repris l'emplacement de près de 300 mètres carrés à côté du bijoutier Gü-



Moncler & Hermès à Lugano

belin. À la **Piazzetta Maraini**, Moncler a pu succéder à la bijouterie Valente Milano à côté d'Hermès sur deux étages et à peine 100 mètres carrés. Les loyers les plus élevés se montent ici à presque 4000 francs par mètre carré. Jusqu'à 50 000 personnes passent par ici les jours de pointe.

Swarovski détrône un temple de la gastronomie

L'incontournable du quartier commerçant de Lugano n'est ni le drap délicat ni la montre haut de gamme mais le temple gastronomique coloré de Lino Gabbani. Voilà comment le guide Marco Polo décrit monsieur Gabbani qui, après des années de combat, a dû céder au profit de Swarovski à la pression exercée pour la filialisation de son restaurant à la **Via Pessina**. Mais la famille Gabbani n'a pas baissé les bras et a acheté l'immeuble attendant à son ancien restaurant avant de le rénover onéreusement et de rouvrir un restaurant, resplendissant de nouveauté et aussi charmant qu'autrefois.

41 millions de francs d'investissement pour Esprit et Lüthi + Stocker Bücher

À BIENNE, un promoteur immobilier allemand a investi 37 millions de francs dans le projet des nouveaux magasins d'Esprit et Lüthi + Stocker Bücher de 1900 mètres carrés en tout dans la **rue de Nidau**. L'ouverture est prévue pour le printemps 2011. Cet emplacement de premier ordre est très demandé et présente des loyers de plus de 3000 francs par mètre carré. Metro Boutique a réussi après de coriaces négociations à reprendre l'emplacement de Cecil, la société sœur de Street One. Ainsi, Metro Boutique a enfin la possibilité de marquer convenablement sa présence dans sa ville d'origine.

Dans la **rue de la Gare**, il n'y a plus eu de changement significatif après l'arrivée de Jack & Jones et l'ouverture de la Valiant Bank dans l'ancien Bijou les Boutiques.

Les loyers de la rue de Nidau atteignent des sommets de 3600 francs le mètre carré par an.



Les grands magasins Loeb & Coop, rue de Nidau à Bienne

06

St. Moritz, Gstaad, Zermatt et Davos comptent peu de changements

Davantage de débutants à St. Moritz et Gstaad

À ST. MORITZ, Jimmy Choo inaugure début 2011 une boutique de 100 mètres carrés dans la **Via Serlas**. Trudie Götz ouvrira son premier magasin Tom Ford dans une station de ski après avoir lancé avec succès, il y a près de deux ans, sa boutique dans la Storchengasse de Zurich et été la première partenaire de Tom Ford.

Ralph Lauren a repris fin 2009 la vieille boutique de Bogner dans la Via Serlas à côté d'Ermenegildo Zegna. Sonja et Willy Bogner se sont achetés sur la **Via Maistra** l'immeuble de l'ancienne entreprise bancaire du Credit Suisse, ont gardé le local commercial et cédé les appartements après les avoir rénovés. Le «World of Bogner» de 300 mètres carrés se trouve en face de la célèbre confiserie Hanselmann. Marni a ouvert une boutique fashion sur la Via Maistra. À quelques mètres de là, Kacy Crown a fermé son magasin ouvert il y a peu de temps seulement. À St. Moritz, il n'est plus rare que les loyers dépassent les 4000 francs.

À GSTAAD, Loro Piana ouvrira dans l'ancienne boutique Nicole, non loin de la **Promenade**, sa quatrième boutique de cachemire sur 80 mètres carrés.

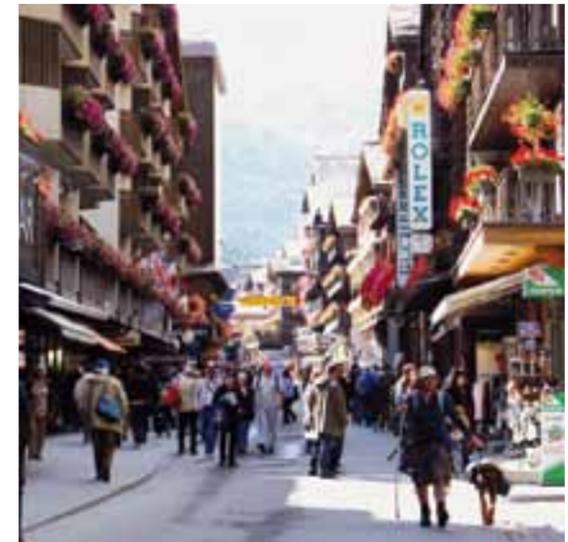
Au début de la Promenade, en face du chemin de fer, Heidi Engelhorn a acheté deux chalets supplémentaires et y ouvrira une nouvelle boutique Petit Angels. On ne connaît toujours pas l'identité de celui qui obtiendra l'adjudication pour l'ancien magasin Hermenjat.

Breguet s'installe à Gstaad

Dans l'immeuble de la Credit Suisse sur la Promenade, Lorenz Bach doit déménager. Il fait place à Breguet. Sur près de 80 mètres carrés, une nouvelle horlogerie-bijouterie est créée dans la Seitengasse en face de la gare.

Début 2012, une des plus célèbres marques de luxe posera à Gstaad la première pierre pour de futures implantations sur la Promenade. Les détails n'en ont pas encore été annoncés à la clôture de la rédaction. Les loyers tournent encore autour des 3000 francs par mètre carré par an.

Grâce à l'ouverture d'une nouvelle boutique dans le Grand Hotel Park, Audemars Piguet a intensifié les



Bahnhofstrasse à Zermatt

synergies existantes. Avec ses seulement 8 mètres carrés, cette boutique est la plus petite succursale de la marque – mais elle n'en est pas moins un petit bijou.

À ZERMATT, Moncler a réussi à ouvrir sur 50 mètres carrés son cinquième site alpin suisse dans l'ancienne boutique Nicole sur la **Bahnhofstrasse** fin novembre 2010, juste avant que la saison ne commence. On attend pour 2011 et 2012 l'arrivée d'autres détaillants nationaux et internationaux célèbres dans le segment du haut de gamme.

À DAVOS, l'hôtel Morosani sur la **Promenade** a été entièrement rénové pour 15 millions de francs et le rez-de-chaussée aménagé pour accueillir des surfaces de commerce de détail supplémentaires. Il y a un an, Odlo y a aménagé son deuxième magasin suisse sur environ 150 mètres carrés dans la boutique de l'angle gauche. Sunrise a trouvé sa place dans l'ancienne entrée principale sur 70 mètres carrés à côté du magasin de sport Angerer. Migrolino est désormais présent dans l'angle droit de l'hôtel avec sa supérette de 150 mètres carrés. En face, le restaurant Cioccolino va être démolé et entièrement reconstruit, si bien qu'ils se créeront près de 500 mètres carrés de nouvelles surfaces de commerce de détail et également des appartements supplémentaires. Les loyers du rez-de-chaussée tournent autour de 1000 francs par mètre carré par an.

Les grands magasins et centres commerciaux de Zurich au top niveau mondial

Le magasin zurichois de Globus en tête du palmarès mondial

Le magasin zurichois de Globus installé dans la Bahnhofstrasse se maintient au top niveau mondial. Avec un chiffre d'affaires dépassant 24 000 francs suisses par mètre carré, le vaisseau amiral de la marque installé sur une superficie de 7500 mètres carrés compte parmi les grands magasins les plus rentables au monde. Il enregistre en 2010 un chiffre d'affaires de 180 millions de francs suisses.

La vitrine genevoise de Globus (disposant d'une superficie généreuse de 12 000 mètres carrés) a installé son rayon de prêt-à-porter féminin à l'étage des articles de luxe. Disposant de 2000 mètres carrés au premier étage, le rayon récemment agrandi présente désormais des marques telles que Burberry, Boss Black, Karen Millen, Peuterey ou Paige et Maje. Avec 12 500 francs suisses de chiffre d'affaires au mètre carré pour un total de 150 millions de francs annuels, le magasin a encore un gros potentiel de croissance.

Baisse du chiffre d'affaires chez Jelmoli

En raison de travaux, l'enseigne traditionnelle Jelmoli située au centre-ville de Zurich a accusé un recul de 5,9% de son chiffre d'affaires sur le premier semestre 2010 comparé à 2009. Le chiffre d'affaires s'établissant à 134,2 millions, alors que le chiffre d'affaires annuel de 2009 s'élevait à environ 330 millions de francs, soit une performance de 13 000 francs par mètre carré sur une surface de vente totalisant 25 200 mètres carrés.

La société immobilière suisse Swiss Prime Site (SPS), qui a repris il y a un peu plus d'un an Jelmoli et son immense portefeuille de biens fonciers, n'a pas dévoilé plus de résultats lors de la présentation de son bilan à mi-année. Le responsable de Jelmoli, Hanspeter Grüniger, s'est félicité récemment dans le journal «Tages-Anzeiger» de son chiffre d'affaires



Jelmoli dans la Seidengasse à Zürich

au mètre carré «particulièrement élevé pour un magasin de cette taille». Il n'a certes pas complètement tort, mais d'un autre côté, les chiffres de Globus montrent qu'il existe encore une grosse marge de progrès. Malgré tout, les trois magasins cités peuvent espérer obtenir des rendements sur l'activité d'exploitation de 3% à 6%, ce qui représente une très bonne performance dans ce secteur.

Le magasin Globus de la Bahnhofstrasse obtient des résultats qui s'approchent même de ceux de la référence absolue en la matière: les Galeries Lafayette du boulevard Haussmann à Paris. Et ce en dépit de l'avantage indéniable dont disposent les Galeries Lafayette avec les hordes de touristes asiatiques en mal d'achats qui y défilent, se délestant au passage en moyenne de 1000 francs suisses, selon les chiffres connus par le biais des opérations Duty-free. Le fait que Globus s'approche de cette performance sans bénéficier du même afflux de touristes montre que les Suisses ont quelques bons atouts en poche.

Manor battu à plates coutures

Le magasin Manor arrive loin derrière, avec un chiffre d'affaires annuel de seulement 9905 francs au mètre carré. Il n'est pas certain que Manor reste à son em-

	C.A. en MCHF	Surface de vente en m ²	C.A. en CHF au m ²
Globus Bahnhofstrasse, Zurich	180	~ 7'500	24'000
Jelmoli Bahnhofstrasse, Zurich	330	~ 25'200	13'100
Manor Bahnhofstrasse Zurich	105	~ 10'600	9'905
Globus Rue du Marché, Genève	150	~ 12'000	12'500
Loeb Berne région, 6 magasins	182	~ 22'300	8'160

placement actuel au-delà du 31 décembre 2014, la propriétaire évaluant actuellement d'autres options.

D'autres magasins présentent un fort potentiel, comme les magasins en gestion privée de Loeb à Berne, Bienne et Thoune, ainsi que le centre commercial Shopyland situé non loin de Berne.

Desigual arrive en Suisse au Glattzentrum

La marque espagnole de mode branchée Desigual a pu obtenir un emplacement et y ouvrira un magasin aux environs de l'été 2011. Guess a loué l'espace des Jeans Atlanta et ouvert en grande pompe à l'automne 2010. Big et Modissa ayant négocié longtemps leur départ avec la direction du centre, l'ouverture des magasins de mode O'Polo et Esprit a, elle, pris un peu de retard. En revanche, le concept de restauration saine et naturelle de Hitzberger a fait des débuts prometteurs. Il est situé dans le nouvel espace restauration de la galerie.

L'ancien gérant du centre, Marcel Stoffel, a été remercié sans cérémonie officielle après pas loin de dix ans de services couronnés de succès. Il occupe désormais un nouveau bureau dans la tour Glatt en tant que président du Conseil suisse des centres commerciaux (Swiss Council of Shopping Centers). Le nouveau gérant du centre, Stefan Gross, 41 ans, a fait la une des journaux avant même sa prise de fonction, en se faisant licencier début février par son précédent employeur (Ikea). Il y était responsable des opérations immobilières en Russie et selon les spéculations des spécialistes de l'immobilier moscovite il a probablement été victime des administrations russes. Dans un environnement manquant de transparence comme celui de la Russie, il n'est pas rare que des managers se fassent piéger, se rendant coupables d'infractions diverses sans même le savoir. Lorsqu'ils ne sont plus en grâce aux yeux des autorités, celles-ci s'en débarrassent en montant des dossiers compromettants contre eux, souvent à leur insu.

Avec un chiffre d'affaires moyen dépassant 15 000 francs suisses par mètre carré, le centre commercial Glatt compte parmi les plus performants d'Europe.

Le centre Balexert prend la deuxième place

Le groupe suisse Globus, troisième dans sa branche derrière Manor et Coop City, poursuit sa politique d'expansion avec vigueur. Il a ainsi ouvert un nouveau magasin de 6900 mètres carrés dans le centre commercial Balexert, récemment agrandi de 10 000 à 45 000 mètres carrés et désormais deuxième plus grand centre commercial suisse en termes de chiffre d'affaires. Ce magasin est le 14^e de Globus, et ses collections de mode se situent entre le milieu et le haut de gamme.



Le centre commercial Glatt à Wallisellen



Swarovski dans le centre Shopy-Tivoli à Spreitenbach

D'ici mars 2011, Globus compte agrandir le magasin de mode masculine situé à proximité, portant sa superficie de 350 à 1100 mètres carrés. Ce sont pas moins de 20 millions de francs suisses (soit près de 15 millions d'euros) qui seront ainsi investis dans ce site, proche de l'aéroport de Genève.

Sihlcity peine à décoller

Le centre commercial Sihlcity situé dans la périphérie sud-ouest de Zurich a achevé sa première phase de transformation. Croyez-le ou non, Charles Vögele a fait date en abandonnant le vaisseau devant la morosité ambiante. Avec le magasin «Outdoor by SportXX» de la chaîne Migros, un bon remplaçant a pu être trouvé.

Il sera particulièrement intéressant de suivre les évolutions dans l'année à venir. Avec le changement de locataire à l'emplacement du magasin Vidal Bahnhofstrasse, le Credit Suisse aurait eu l'occasion d'y installer Abercrombie & Fitch et de faire rentrer l'enseigne associée Hollister dans le centre

Sihlcity. Cependant, au grand dam des commerçants locaux, l'attention s'est une fois de plus portée sur le groupe Swatch. Le chiffre d'affaires des détaillants dans le textile dépasse rarement 2500 à 5000 francs suisses annuels par mètre carré, ce qui reste une performance décevante, directement liée à une fréquentation insuffisante.

Le plus grand centre commercial suisse sous pression

Le plus grand centre commercial suisse, à savoir le centre Shoppi-Tivoli à Spreitenbach, a rouvert en grande pompe après une phase de travaux de trois ans. Le magasin de mode pour les jeunes Chicorée a pu obtenir l'emplacement de l'enseigne italienne Sasch et a ainsi ouvert son magasin à côté de Ochsner Sport et juste en face de Esprit Men. De son côté, H&M a son plus grand magasin suisse dans la partie Tivoli de la galerie marchande. Novembre 2009 a également vu l'ouverture du plus grand magasin de mode de tout le centre: l'enseigne Van Graaf du groupe de Hambourg Peek & Cloppenburg. Doté de 4500 mètres carrés, ce magasin espère rencontrer plus de succès que son concurrent du même nom venu de Düsseldorf et installé dans le centre Sihlcity près de Zurich. Quant à Metro Boutique, ils ont ouvert un nouvel espace de 1000 mètres carrés entre Fly et C&A.

Westside décevant

Également décevant, le centre commercial Westside localisé près de Berne confirme malheureusement le dicton apparu en 2007 «Qui va se baigner ne va pas acheter». Les gérants du centre font toujours face aux critiques des locataires déplorant une fréquentation en deçà de leurs attentes. Orell Füssli, Palmers et L'Occitane ne sont pas les seuls à manifester des velléités de départ. Le manque de succès du centre se retrouve jusque sur sa page Facebook, qui est loin d'être un modèle du genre.

Stücki (Bâle) sous le feu des critiques

Le centre commercial Stücki en périphérie nord de Bâle est une grosse déception. Pas moins d'un tiers des locataires partiraient immédiatement si la pro-



Stücki à Bâle

priété les y autorisait, tant les résultats sont mauvais. Les chiffres d'affaires réalisés sont bien en dessous du minimum escompté. et les spécialistes critiquent le bâtisseur du centre, qui a notamment conçu le centre commercial Shopping Arena dans le stade de football de Saint-Gall, mettant le manque de réussite du centre sur le compte d'une mauvaise palette d'enseignes. Le centre s'étend sur une superficie de 32 000 mètres carrés, avec 125 magasins dont 15 dans le domaine de la gastronomie.

Shoppyland habillé de neuf

Après trente-cinq ans d'activité, le centre Shoppyland complètement rénové (avec 37 500 mètres carrés de surface commerciale et 249 millions de francs suisses de chiffre d'affaires) a finalement pu trouver en la personne de Saturn un digne successeur à la Fnac. Après la fermeture du magasin de Bâle, la Fnac a gelé ses projets d'ouverture sur le sol suisse. Le bail avait déjà été signé, mais d'après des sources bien informées un chèque d'une coquette somme à 7 chiffres fait par la Fnac à Saturn lui a permis de se désengager. De son côté, l'enseigne Yves Rocher n'a pas trouvé son public et a déménagé seulement quelques mois après son ouverture.

Marin se métamorphose

Après un réaménagement complet, le centre commercial Marin se prépare à accueillir entre autres Globus et H&M sur respectivement 5900 et 1400 mètres carrés. Ce centre, situé entre Bienne et Neuchâtel, a vu sa cote grimper suite aux travaux réalisés, qui permettent d'offrir entre autres un meilleur accès depuis l'autoroute et une optique bien plus séduisante. La superficie a également profité des aménagements et se voit augmentée de 15%. L'ouverture est prévue à l'automne 2011 et les attentes sont fortes. Le chiffre actuel de 6160 francs suisses annuels par mètre carré devrait sensiblement s'améliorer.

Le Länderpark à Stans complètement rénové

Migros a mis des moyens considérables (150 millions de francs suisses) dans la rénovation de ce centre, en doublant pratiquement sa surface pour la porter à 19 500 mètres carrés. Il peut aujourd'hui accueillir 52 magasins et dispose de 1100 places de parking.

Anciens et nouveaux centres commerciaux à fort potentiel

L'Autriche et la Suisse, avec une densité de centres commerciaux de 30 mètres carrés de GLA (gross leasable area / surface louable brute) pour 100 habitants, font partie des marchés les plus saturés d'Europe. En revanche, côté allemand la situation est sensiblement différente et représente un énorme potentiel. Chez nos voisins, la densité de centres

commerciaux est en effet particulièrement faible, de l'ordre de 13 mètres carrés pour 100 habitants, inférieure même à celle constatée par exemple en Pologne (15 mètres carrés pour 100 habitants).

Le tableau suivant présente les 36 centres commerciaux suisses ayant dépassé les 100 millions de francs de chiffre d'affaires (source: GfK Switzerland, Detailhandel Schweiz 2010).

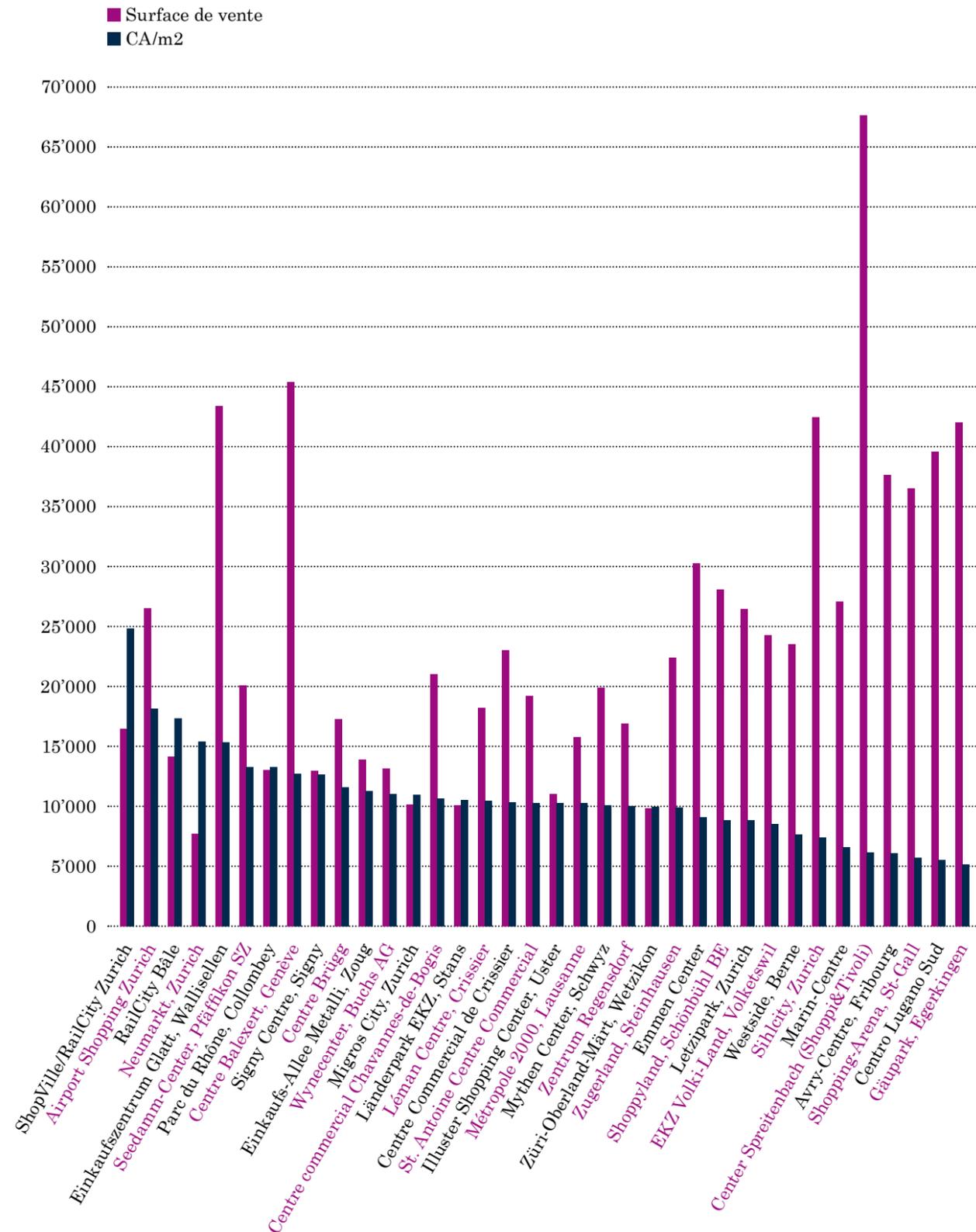
L'analyse de ces données montre que les propriétaires et investisseurs des gros centres commerciaux du dernier tiers auraient besoin de prendre des mesures fortes s'ils veulent améliorer la rentabilité de manière durable, ce que les enseignes locataires souhaitent très certainement pour pouvoir améliorer leur chiffre d'affaires. Les responsables des centres cités précédemment (Shoppi-

Tivoli, Shoppyland, Marin) ont été parmi les premiers à prendre conscience de ce fait. Il sera intéressant d'observer ce que les responsables des autres centres vont entreprendre pour sortir de leur misère actuelle. Comme chaque année, les chiffres du centre Emmen sont tirés vers le bas par la présence de Manor, dont le chiffre d'affaires est sensiblement inférieur à celui des autres magasins.

En conclusion, il ressort de ce tour d'horizon que la construction de temples modernes de la consommation occupés par les enseignes habituelles et bien connues ne fait pas tout. Il reste primordial de bien choisir la palette d'enseignes proposées aux consommateurs. Et évidemment de ne pas négliger l'architecture, comme cela a malheureusement été le cas pour Sihlcity et Westside.

Centres commerciaux Suisse	Surface de vente	CA/m2	Chiffre d'affaires total (CHF)
ShopVille/RailCity Zurich	16'486	24'809	409'001'174
Airport Shopping Zurich	26'500	18'125	480'312'500
RailCity Bâle	14'159	17'327	245'332'993
Neumarkt, Zurich	7'723	15'409	119'003'707
Einkaufszentrum Glatt, Wallisellen	43'387	15'343	665'686'741
Seedamm-Center, Pfäffikon SZ	20'103	13'311	267'591'033
Parc du Rhône, Collombey	13'000	13'308	173'004'000
Centre Balaxert, Genève	45'390	12'715	449'983'850
Signy Centre, Signy	12'962	12'652	163'995'224
Centre Brügg	17'250	11'577	199'703'250
Einkaufs-Allee Metalli, Zoug	13'880	11'311	156'996'680
Wynecenter, Buchs AG	13'158	11'043	145'303'794
Migros City, Zurich	10'145	10'951	111'097'895
Centre commercial Chavannes-de-Bogis	21'000	10'667	224'007'000
Länderpark EKZ, Stans	10'109	10'550	106'649'950
Léman Centre, Crissier	18'197	10'441	189'994'877
Centre Commercial de Crissier	23'042	10'368	238'899'456
St. Antoine Centre Commercial	19'230	10'296	197'992'080
Illuster Shopping Center, Uster	11'000	10'282	113'102'000
Métropole 2000, Lausanne	15'800	10'250	161'950'000
Mythen Center, Schwyz	19'930	10'085	200'994'050
Zentrum Regensdorf	16'909	10'054	170'003'086
Züri-Oberland-Märt, Wetzikon	9'862	9'947	98'097'314
Zugerland, Steinhausen	22'432	9'937	222'906'784
Emmen Center	30'300	9'109	276'002'700
Shoppyland, Schönbühl BE	28'075	8'869	248'997'175
Letzipark, Zurich	26'466	8'827	233'615'382
EKZ Volki-Land, Volketswil	24'270	8'529	206'998'830
Westside, Berne	23'500	7'660	180'010'000
Sihlcity, Zurich	42'466	7'394	313'993'604
Marin-Centre	27'102	6'660	180'499'320
Center Spreitenbach (Shoppi&Tivoli)	67'627	6'156	416'311'812
Avry-Centre, Fribourg	37'644	6'110	230'004'840
Shopping-Arena, St-Gall	36'500	5'699	208'013'500
Centro Lugano Sud	39'580	5'558	219'985'640
Gäupark, Egerkingen	42'000	5'131	215'502'000

CENTRES COMMERCIAUX SUISSE



08 Transactions d'entreprises de détail suisses



Mónica Cruz pose avec André Maeder et conçoit des vêtements pour Vögele

Migros s'arme dans la bataille contre Coop

Migros a augmenté sa participation dans le groupe vestimentaire Charles Vögele. Bien que Migros ait tenu à préciser qu'il ne s'agit que d'une participation financière, les spécialistes ne sont pas réellement convaincus. Le plus gros acteur suisse du commerce de détail détient aujourd'hui 22,064% en positions d'achat dans la principale chaîne vestimentaire du pays. Migros est entré dans l'entreprise dès 2008 et son intérêt ne semble pas prêt de s'éteindre. Vögele dispose de 165 sites en Suisse et pas moins de 850 points de vente en tout.

Interio devient Depot

Une marque suisse disparaît des centre-villes: Interio a ouvert avec Depot dès l'automne 2009 les premiers magasins suisses de la joint venture.

Migros avait pris 10 mois auparavant une participation de 49% dans l'entreprise familiale Gries Deco Holding (GDH). A l'heure actuelle, plus de 200 filiales sont en activité entre la Suisse, l'Autriche et l'Allemagne.

Migros rentre au capital de Ryffel Running

Le groupe suisse Migros a pris une participation de 60% dans le spécialiste de la course à pied et de la marche nordique Ryffel Running, implanté à Berne et Uster. Parallèlement, la société Ryffel Running Versand AG, basée à Uster, devient filiale à 100%. Migros a indiqué prévoir une augmentation de sa participation sur le long terme. Aucun prix d'achat n'a été dévoilé. En mettant la main sur cette entreprise, Migros cherche à renforcer sa présence sur le segment du running, en complément de ses filiales

spécialisées dans les articles de sport SportXX. SportXX dispose de 48 magasins, auxquels s'ajoutent six enseignes Outdoor by SportXX. Il est prévu d'ouvrir à l'automne 2011 les premiers espaces spécialisés dans le running à l'intérieur des plus grands magasins SportXX.

Migros et Mibelle grandissent

Le groupe industriel et distributeur suisse étend sa présence sur le marché international des produits cosmétiques et de l'hygiène. Via sa filiale Mibelle AG Cosmetics, il devient majoritaire dans la société britannique Hallam Beauty Ltd, implantée à Bradford et forte de 270 employés pour un chiffre d'affaires de 37 millions de livres sterling (41 millions d'euros). En 2009 Migros a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 25,7 milliards de francs suisses (soit 17,5 milliards d'euros), dont 5,2 milliards de francs dans le domaine industriel.

Coop dépasse pour la 1ère fois 20 milliards de francs suisses de chiffre d'affaires

Coop dépasse en 2010 un seuil symbolique: avec une croissance de 1,8% le chiffre d'affaires du groupe atteint 20,0 milliards de francs suisses. Coop a connu une croissance plus rapide que son concurrent Migros et s'apprête à devenir le numéro un avec la prise de contrôle sur Transgourmet.

Sur l'année en cours, Coop devrait ainsi dépasser Migros en termes de chiffres d'affaires grâce à la prise de contrôle totale du groupe Transgourmet qu'elle partageait jusqu'à présent avec Rewe. Transgourmet a réalisé en 2010 un chiffre d'affaires de 6,2 milliards d'euros sur le marché national et à l'étranger, en hausse de 6,6%.

La dernière autorisation manquant à Coop pour valider le rachat des 50% de Transgourmet encore détenus par Rewe a été accordée début Janvier.

50 points de vente supplémentaires

Fin 2010 le groupe Coop comptait 1914 points de vente, si on inclut le décompte ses filiales comme Dipl. Ing. Fust, qui a ajouté 3,4% au chiffre d'affaires. Les 49 fermetures intervenues ont été largement compensées par 99 ouvertures. Rien qu'avec le rachat de la chaîne de soins pour le corps The Body Shop, 38 points de vente sont venus s'ajouter au portefeuille.

Sunrise dans l'escarcelle de CVC

La prise de contrôle de Sunrise par Orange pour 1,8 milliards de francs n'ayant pas été autorisée par la commission de la concurrence, c'est finalement l'investisseur CVC Capital Partners qui a repris la filiale suisse du groupe danois TDC-Gruppe pour 3,3 milliards de francs. Le fonds d'investissement CVC Capital Partners se présente comme un investisseur de long terme. Il se concentre sur le développement d'entreprises dont il reste généralement propriétaire pendant au moins 5 ans avant d'envisager de revendre ses parts.

Une société d'investissement suisse reprend Mister Lady

La société suisse d'investissement Opcon, dont le siège social est à Birsfelden, a pris le contrôle au 31 Décembre 2010 de Mister Lady GmbH, créée il y a 44 ans. 2010 a été la meilleure année dans l'histoire de l'entreprise de mode pour jeunes Mister Lady, à la fois en termes de chiffres d'affaires et de bénéfice, avec un chiffre d'affaires de 194 millions de francs en augmentation de 10 millions par rapport à l'année précédente. Mister Lady compte aujourd'hui 261 filiales et 1630 employés.

Triumph achète Beldona

Triumph International a annoncé récemment avoir racheté à la société hollandaise Logo International l'ensemble des parts de Beldona, pour un montant non dévoilé.

Selon les informations fournies par Beldona, la marque est le plus gros vendeur de lingerie féminine et mode de bain en Suisse avec 70 filiales et 350 employés. Triumph a annoncé vouloir poursuivre l'activité sans changement notable. Il n'est pas prévu de déplacer le siège social, qui reste donc à Baden-Dättwil dans le canton d'Aargau, et aucune suppression de poste n'est envisagée. Les filiales conserveront la marque Beldona.

Selon Triumph, les deux entreprises se complètent idéalement. En reprenant Beldona, Triumph renforce sa présence sur le marché intérieur, comme l'indique le communiqué de presse. Le groupe dispose de marques fortes comme Triumph, Sloggi et Valisère et a réalisé l'an passé avec plus de 37 500 employés un chiffre d'affaires de 2,3 milliards de francs.

Beldona appartenait jusqu'en 1998 à Credit Suisse, date à laquelle la banque a vendu l'entreprise à un groupe d'investisseurs britanniques, lequel l'a à son tour cédée à Logo International. Logo est propriétaire de plusieurs marques dans le domaine de la mode, avec des chaînes comme WE et le spécialiste de mode de bain O'Neill.

Pasito – la bonne affaire suisse

Garant Schuh+Mode AG a vendu à Görtz en Mars avec effet rétroactif au 1er Janvier 2010 la société Pasito-Fricker (chaussures, mode et accessoires) forte de 60 magasins et environ 60 millions de francs de chiffre d'affaires. Le responsable de Görtz, Christoph von Guionneau, a déclaré: «Pasito-Fricker, sa philosophie, son positionnement et ses marques, nous conviennent idéalement». L'investissement s'inscrit dans une perspective de long terme. «Avec notre entrée sur le marché suisse, nous avons fait un progrès significatif pour le renforcement de notre présence en Europe», déclare von Guionneau.

Matter, Rohner, Gaydoul – l'illustre trio fonde une nouvelle banque

L'ancien chef de la Swissfirst, Thomas Matter, remet le couvert. Deux de ses amis du club très fermé «Club zum Rennweg» l'épaulent et apportent du capital: ses alliés dans cette aventure ne sont autres que Philippe Gaydoul et Marcel Rohner, l'ancien chef du groupe UBS.

On peut s'interroger sur la crédibilité des deux banquiers et leur capacité à garantir un fonctionnement irréprochable de l'activité. Rohner est suspecté d'avoir eu connaissance des agissements criminels d'UBS vis-à-vis de certains clients aux états-unis, alors que Matter est soupçonné de délit d'initié: il aurait poussé des actionnaires à vendre leurs actions avant la fusion de la Swissfirst avec le groupe Bellevue en 2005. Au final, aucune faute pouvant faire l'objet de condamnations n'avait pu être prouvée contre l'un ou l'autre.

Le groupe Gaydoul reprend les montres Hanhart

Le groupe Gaydoul est devenu actionnaire majoritaire de la marque helvético-allemande de montres de luxe et chronomètres en Octobre 2010. Parmi les actionnaires minoritaires de Hanhart, se trouvent le groupe Matter de l'ancien chef de la Swissfirst ainsi que la holding Astraia. Thomas Morf, qui occupait jusqu'en Mai dernier le poste de responsable de la manufacture de montres Carl F. Bucherer à Lucerne, reprend la direction de Hanhart. Klaus Eble reste responsable de la manufacture de Gütenbach installée en forêt noire.

Le nouvel actionnaire majoritaire de Hanhart, Gaydoul Group, est également propriétaire de Navyboot (chaussures et accessoires de mode), Fogal (lingerie, chaussettes et collants) et de la marque de mode d'hiver Jet Set. Philippe Gaydoul a acquis ces entreprises à l'été 2008, après avoir vendu entre autres la chaîne discount Denner et le spécialiste du jouet de tradition Franz Carl Weber.

09

Marché d'investissement suisse pour l'immobilier de commerce de détail

Le marché d'investissement immobilier suisse est et restera une niche de marché pour les investisseurs internationaux du fait de sa petite taille et de sa population. On y retrouve les caractéristiques communes à toutes les niches de marché du secteur immobilier; des barrières de marché importantes, une liquidité minime, une concurrence minime, des marges importantes, voire des bénéfices importants pour ce qui a déjà été investi.

Degré de filialisation inférieur à la moyenne

Le rapport locatif d'un bien foncier à un emplacement bien fréquenté se réalise la plupart du temps à 75% et principalement par la location des surfaces de commerce de détail. Mais le degré de filialisation de la Suisse est nettement inférieur à la moyenne internationale. Ceci signifie certes qu'on y trouve encore de nombreux magasins qui n'appartiennent pas à une chaîne, mais aussi que le commerce de détail n'utilise que le rez-de-chaussée de nombreuses surfaces. La plupart du temps, on fait encore abstraction des précieux étages et sous-sols.

Dans certains segments, il existe des oligopoles bien marqués, ce qui signifie qu'un petit nombre de détaillants occupent des parts de marché relativement importantes dans leur segment et sont du coup en mesure de paralyser la concurrence internationale. Par conséquent, les marges réalisées par ces détaillants sur un plan international sont démesurément importantes. En Suisse, la spécialisation par segment dans le secteur des marchés spécialisés et du discount est toujours réduite, et la présence de chaînes alimentaires discount, même couronnées de succès comme Aldi, n'est pas près de se généraliser en Suisse.

Positionnement des commerces de détail

Le graphique suivant fournit à l'aide d'exemples une estimation concernant le positionnement de détaillants importants. On y voit clairement où se trouvent les points faibles mais aussi les avantages du positionnement actuel. Par ailleurs, le tableau indique que certains modèles de commerce de détail existant en Suisse ne sont pas capables de survivre sur le long terme.

Expansion de détaillants internationaux

Bien que ses conditions soient difficiles pour les «nouveaux arrivants», la Suisse est malgré tout un

RAPPORT DE RÉPARTITION DES MAGASINS DE LUXE ALLEMANDS ET SUISSES

	Suisse	Allemagne	Rapport
Gucci	6	8	75%
Hermès	10	14	71%
Louis Vuitton	8	12	67%
Prada	3	5	60%
Ermenegildo Zegna	3	6	50%

marché extrêmement intéressant, car les chiffres d'affaires des détaillants y sont restés stables et continuent même d'augmenter dans certains segments grâce à une demande quasiment ininterrompue et l'afflux de 70 000 salariés généralement allemands. Les enseignes de luxe ont, elles aussi, réussi à enregistrer en Suisse des chiffres d'affaires en hausse alors que, sur un plan international, c'est justement l'un des segments qui a connu les baisses de chiffres d'affaires les plus importantes au cours de la crise financière.



Une comparaison avec l'Allemagne permet de mieux montrer l'intérêt des entreprises de produits de luxe. Le leader du marché Louis Vuitton est représenté huit fois en Suisse et «seulement» douze fois en Allemagne. La situation est similaire pour de nombreux autres détaillants établis, peu importe leur secteur.

La libre concurrence des locataires parfois fortement limitée

Dans le travail quotidien d'un détaillant qui intègre le marché, les barrières de marché déjà mentionnées se présentent souvent et concrètement de la façon suivante: les détaillants dominants comme Migros et Coop se posent en locataires majeurs ou intégraux dans les centres commerciaux et se servent entre autres de leur pouvoir sur le marché pour y définir la combinaison de locataires et installer leur voisinage caractéristique de locataires et sous-locataires. Par conséquent, les objets immobiliers de commerce de détail sont souvent retirés de la libre concurrence et l'on impose aux consommateurs une certaine combinaison de locataires qui convient sans aucun doute au magasin pilier mais pas forcément au consommateur.

Le principe du meilleur propriétaire en grande partie inconnu

Nombreux sont les cas où des emplacements importants et prédominants du centre-ville sont détenus par des propriétaires suisses, caisses de retraite, assurances, banques, ou bien par des particuliers sans expérience en économie immobilière. En règle générale, ces propriétaires ne sont pas proactifs dans l'exploitation des propriétés, consacrent peu d'énergie à la création de groupes de locataires nouveaux et plus adaptés et préféreraient mettre sur le marché les espaces de location par les canaux traditionnels pour les vendre à des détaillants qu'ils connaissent.

En fin de compte, outre les inconvénients de la voie classique de commercialisation qu'empruntent les propriétaires immobiliers et les gérants de propriétés traditionnels, la location souffre d'un manque d'orientation client et de considération des besoins spécifiques du locataire qui tracasent maints détaillants, même ceux qui paient bien. En effet, l'efficacité opérationnelle nécessaire à la réussite entrepreneuriale du détaillant ne concerne justement pas seulement les domaines de la production et de la logistique; le point de vente est, en particulier pour les gammes de produits exigeantes (et les clients exigeants), un élément essentiel à la réussite d'un détaillant – et donc indispensable pour que celui-ci soit capable de payer des loyers plus élevés et appropriés à la qualité de l'objet immobilier loué.

Entrée d'investisseurs internationaux sur le marché

Les investisseurs immobiliers étrangers sont avant tout intéressés par l'acquisition de biens fonciers à de bons emplacements centraux dans les plus grandes villes suisses et les principales stations de ski du fait du haut chiffre d'affaires du commerce de détail.

Cependant, il leur est souvent difficile de réaliser leur entrée sur le marché s'ils n'ont pas déjà réussi à s'y insérer. La raison principale en est le manque de liquidité. Dans la pratique, cela signifie souvent qu'il ne vaut pas la peine d'ouvrir un bureau si l'on ne peut pas trouver d'investissement avec un volume significatif (> 75 millions de CHF). Ainsi le marché est opaque et dominé par les acteurs locaux – il est impensable de faire des investissements attractifs dans des plus grands volumes sans être sur place.

Le fait que des biens immobiliers restent bien souvent plusieurs décennies entre les mains du même propriétaire ou de la même famille de propriétaires a aussi des effets positifs. Mais en même temps, cela ne contribue pas à la liquidité et à la transparence du marché.

Timide goût du risque du côté des investisseurs locaux

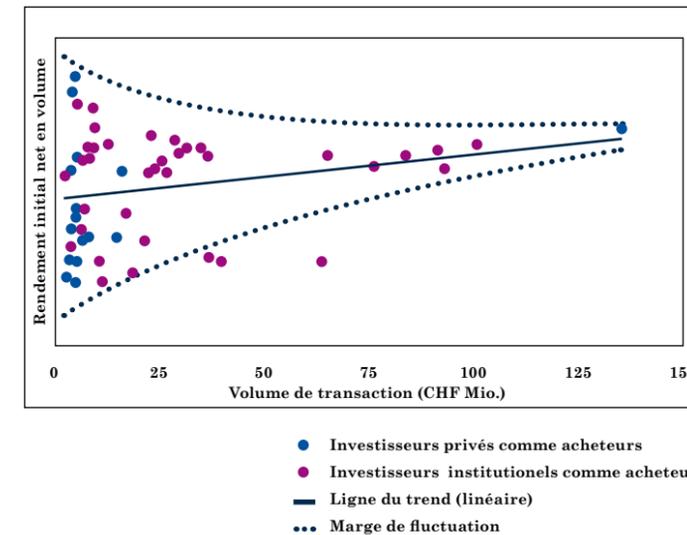
Les secteurs qui se prêtent fondamentalement aux investisseurs internationaux ne manquent pas. En effet, à l'opposé des autres marchés immobiliers, le goût du risque des investisseurs locaux, et celui des communes sur le plan de la légalité des planifications, est plutôt retenu. C'est ce qui fait qu'il y a par exemple relativement peu de projets spéculatifs en économie immobilière et de grands repositionnements spéculatifs d'objets immobiliers. Or, ce sont justement ces types de projets qui aident les investisseurs sur le chemin des hauts rendements qu'ils doivent proposer à leur clientèle exigeante. En effet, les rendements d'achat typiques de 5 à 6% sont souvent insuffisants si le loyer ne peut être augmenté de manière significative à une date prévisible après acquisition. Dans la Bahnhofstrasse de Zurich, on a recensé 2,5% de rendements d'achat pour des biens immobiliers intégralement loués et sans potentiel significatif d'augmentation de loyer.

On remarque que l'activité des investisseurs privés a augmenté pour les transactions de petits volumes allant jusqu'à 5 millions de francs. Pour les transactions aux volumes plus importants, seuls les investisseurs institutionnels se posent en parties contractantes. Dans ce segment, on observe aussi bien une marge de fluctuation sensiblement

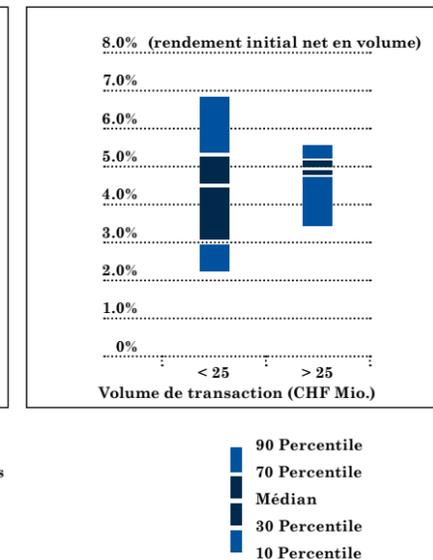
plus faible qu'une tendance à des retours sur investissements initiaux nets plus élevés.

On peut conclure que le montant des rendements nets moyens a un rapport positif avec le volume de transactions tandis que sa marge de fluctuation a un rapport négatif avec ce dernier.

MATRIX DE TRANSACTION EN VOLUME ET RENDEMENT INITIAL NET (TOUS LES UTILISATEURS)



MARGE DE FLUCTUATION RENDEMENT INITIAL NET EN VOLUME



Source: KPMG Real Estate, Swiss Banking Institute Universität Zürich

L'internationalisation ouvre des perspectives

L'intérêt concret qu'ont les détaillants internationaux de se développer aux bons emplacements de la Suisse est très grand. Les chaînes dans tous les segments ont leur plan d'expansion sous la main. La Suisse aussi est entre-temps touchée par le phénomène de l'internationalisation et ce processus n'est pas réversible – c'est juste une question de rapidité.

Malgré les hautes barrières d'entrée et les réactions parfois défensives des détaillants locaux qui sentent, à juste titre, que leur position confortable est menacée, l'internationalisation et l'adaptation aux standards internationaux (comme on peut d'ailleurs le remarquer dans d'autres secteurs tels que la gestion financière, etc.) mènent finalement à un plus grand choix pour les consommateurs et, en même temps, une baisse des prix. À ce propos, mentionnons qu'il existe aussi des détaillants installés depuis longtemps qui voient en l'internationalisation une véritable chance – et ils ont raison. Les expansions à l'étranger, telles que celles de Migros et Coop susmentionnées, promettent du succès ou sont déjà couronnées de succès.

Les investisseurs étrangers vont continuer à consolider leur position en Suisse. Et même si ces processus vont s'étaler sur une période de plusieurs années (voire décennies), ils mèneront finalement à une transparence, à une liquidité et à une efficacité plus grandes – aussi bien en ce qui concerne l'offre du commerce de détail pour les consommateurs que les loyers du commerce de détail et le potentiel des investissements dans des biens immobiliers commerciaux. La volatilité qui va vraisemblablement de pair avec ces processus dans les différents secteurs sera limitée pour diverses raisons mais surtout en raison du caractère de niche du marché. Pendant la crise financière, les Private Equity Funds qui ont un grand taux de capitaux empruntés ainsi que d'autres structures d'investissement à fort effet de levier, ont été éliminés. Il faut voir cette suppression de façon très positive, puisqu'ils auraient certainement continué à mettre sous pression la structure des prix et auraient développé une bulle économique, comme c'est le cas sur les autres marchés immobiliers étrangers.

10

Nouvelles d'Allemagne et d'Autriche



Flagship store Superdry, dans la Friedrichstrasse à Berlin

Le commerce de détail en Europe: l'Allemagne comme premier objectif d'expansion

L'Allemagne représente pour la deuxième fois le premier objectif d'expansion pour les détaillants en Europe. C'est ce qui ressort du rapport «How active are retailers in EMEA?» réalisé par la société CB Richard Ellis. Durant l'été 2010, les 212 détaillants de tout premier rang ont été interrogés sur leurs projets d'extension dans la région économique Europe, Proche-Orient, Afrique (EMEA). Le rapport révèle que 41% des firmes interrogées envisagent d'étendre leurs activités en Allemagne pour l'année 2011. Raisons principales: une forte croissance économique et une internationalisation, en comparaison, relativement faible du marché. Selon les informations des auteurs, le marché économique allemand reste attractif en dépit de la crise financière grâce à des chiffres d'affaires très stables. L'implantation sur le marché et l'expansion seraient facilitées par une multitude de marchés attractifs, bien que la concurrence soit déjà très ancrée dans de nombreuses branches commerciales.

Si le marché du commerce de détail allemand vient en première position dans le classement des objectifs d'expansion visés en 2011, avec 41% de détaillants interrogés (les détaillants nationaux étant ici particulièrement optimistes, puisque 29 sur 42 d'entre eux pensent s'étendre sur le marché national en 2011), il est suivi par la Pologne et la France,

33%, l'Espagne, 30% et enfin la Grande-Bretagne, 29% d'interrogés.

Abstraction faite de l'extension nationale des opérateurs du marché, la France représente l'objectif d'expansion principal pour les détaillants internationaux.

Hermès nouveau look à Berlin

À BERLIN, Hermès se présente de manière nouvelle. La marque de luxe parisienne rassemble dès fin février 2011 ses deux magasins du Kurfürstendamm et de la Friedrichstrasse en une seule boutique temporaire. L'emplacement n'est pas encore connu mais il devrait se situer près du Kurfürstendamm. Après le déménagement, les locaux du Kurfürstendamm seront rénovés. La surface de vente passe de 30 mètres carrés à 250 mètres carrés et doit accueillir les locaux administratifs et les magasins. La réouverture est prévue pour septembre 2011. La boutique de la Friedrichstrasse sera fermée.

Bally ouvre une boutique à Berlin

La marque de chaussures Bally a ouvert une nouvelle boutique sur le Kurfürstendamm. Dans une atmosphère détendue et au son de la musique du DJ berlinois Adam Port, pas moins de 200 invités ont été reçus dans les nouveaux locaux.

Monsoon Accessorize à la Tauentzienstrasse

1000 magasins, 60 pays, 1 milliard de francs de chiffre d'affaires: le groupe britannique de vente d'accessoires Monsoon s'est beaucoup agrandi ces dernières années. L'un de ses marchés principaux est l'Allemagne. En août de l'année dernière, la première boutique Monsoon a ouvert à Berlin, à la Tauentzienstrasse.

La nouvelle filiale est d'ailleurs la première boutique allemande de Monsoon. Même Peter Simon, son fondateur timide et seul propriétaire, s'est montré furtivement le matin pour inspirer personnellement le nouveau bébé. Il peut être satisfait. Christoph Gross, le chef responsable pour l'Allemagne, s'est assuré l'un des meilleurs emplacements que la capitale puisse offrir. Côté gauche, les Espagnols bien dans le vent de Desigual, côté droit, les Danois populaires de Vero Moda. Et Monsoon au milieu. Le locataire précédent était le succursaliste Brando-4. Pas un centime de pas de porte, renchérit Gross: «Nous avons posé notre candidature tout à fait normalement auprès du locataire, comme les autres.»

Sur la surface de vente de 160 mètres carrés, Monsoon offre sa mode pour femmes à partir de 25 ans. Un style «féminin, ethniquement inspiré, mais moderne et actuel, avec de nombreux détails», décrit Ridler. Le look ethno se reflète dans la structure de la boutique. Des carrelages mats, gris au sol contrastent avec un parquet sombre bordé de mosaïque. Les murs du fond sont ornés, des lampes orientales, avec des motifs à trous, pendent aux plafonds.

Allsaints continue de s'étendre en Allemagne

Un an après une première à Berlin, Allsaints poursuit son extension en Allemagne. Début 2011, une deuxième boutique sera lancée à Berlin également. Elle se situerait également dans le fameux triangle de la Spree près de la Friedrichstrasse, où, dernièrement seulement, Superdry et Weekday ont ouvert de nouvelles boutiques. Allsaints y disposera d'une surface de vente de tout juste 1000 mètres carrés. D'autres boutiques doivent voir le jour dans les plus grandes villes d'Allemagne. Allsaints avait ouvert sa première boutique allemande en novembre 2009 avec une surface de vente de 650 mètres carrés sur trois étages dans la Rosenthaler Strasse au centre de Berlin.

En Allemagne, Superdry a ouvert une boutique de prestige d'une surface de 140 mètres carrés dans la Friedrichstrasse.

7 for all mankind a ouvert son premier flagship store en Allemagne. Le grand magasin de 85 mètres carrés s'est logé dans les sous-sols du Department Store Quartier 206 de la Friedrichstrasse. La marque américaine de la VF-Corporation The North Face, connue pour son concept d'équipements pour l'extérieur, a ouvert sur le «Kudamm» sa plus grande boutique en Europe, avec 300 mètres carrés.

Ben Sherman ouvre un «flagship store de parade» à Berlin

Cela devait, à vrai dire, devenir la première boutique prestigieuse allemande de Ben Sherman. À l'origine, le magasin devait ouvrir dans la galerie Rosenthaler Höfe nouvellement construite au centre de Berlin en octobre dernier. Mais le complexe ayant tardé à être achevé, la boutique de Cologne a été plus rapide à s'ouvrir. Les Britanniques ont finalement pu ouvrir les portes de leur belle boutique prestigieuse de parade de Berlin. Sur une surface de vente de 180 mètres carrés, les collections Ben Sherman pour homme et pour femme, de même que des chaussures sont proposées à la vente.

Début mars, le feu vert a été donné pour la boutique Strenesse Blue dans la Rosenthaler Strasse 49 de Berlin-Mitte.

LOYERS LES PLUS CHERS DU COMMERCE DE DÉTAIL DANS LES MÉTROPOLIS ALLEMANDES

	CHF/m ²	€/m ²
	par an	par mois
Munich, Kaufingerstr./Neuhauserstr.	4'950	310
Francfort, Zeil	4'300	270
Düsseldorf, Königsallee	3'830	240
Hambourg, Spitalerstrasse	3'670	230
Stuttgart, Königstrasse	3'670	230
Berlin, Tauentzienstrasse	3'500	220
Cologne, Schildergasse	3'400	215
Hannovre, Georgstrasse	2'870	180
Nuremberg, Karolinenstrasse	2'230	140
Leipzig, Petersstrasse	1'830	115



Ouverture d'Escada sur la Maximilianstrasse à Munich

1,5 millions euro key money, une semaine avant l'insolvabilité

À MUNICH, Escada a ouvert à la Maximilianstrasse, après presque un an de travaux, ses portes en octobre 2010 dans les locaux de l'ancienne boutique Gucci, haute de trois étages et grande de 450 mètres carrés. Le contrat de sous-location n'ayant pas été conclu avec Bottega Veneta en septembre 2008, le magasin était resté fermé pendant presque deux ans.

Escada a payé un pas de porte de 1,5 million d'euros une semaine avant de déposer le bilan en juillet 2009 pour s'assurer cet emplacement de premier choix à côté de la boutique sport Escada. Le contrat de location de l'ancienne boutique Escada près de la Theatinerstrasse se terminait fin 2009 et le bien immobilier a été reloué presque aux mêmes conditions, avec ses 900 mètres carrés à Nespresso. Sur la Residenzstrasse, Golfino a repris l'ancienne boutique Nespresso.

Michael Kors remplace More & More

Encore une nouveauté dans la Theatinerstrasse depuis février 2010, le magasin de mode de 630 mètres carrés du designer américain Michael Kors, dans l'ancienne boutique More & More.

Avec la réouverture de la boutique de prestige de Boggi Milano, une nouvelle adresse de choix a vu le jour dans la galerie des Fünf Höfe en novembre dernier. Les nouveaux locaux de vente de Boggi Milano avaient été utilisés auparavant par Ermenegildo Zegna avant qu'il ne déménage dans la Maximilianstrasse. Début septembre, la société de mode autrichienne a ouvert sa première propre boutique Airfield dans l'ancienne boutique Telekom de la Theatinerstrasse.

La marque de peausserie et de chaussures suisse Navyboot est maintenant présente à Munich avec sa boutique de la **Dienerstrasse** en plus de celles de Berlin, Francfort et Hambourg. L'assortiment hommes-femmes s'étend sur les quelque 200 mètres carrés et deux étages.



Navyboot, dans la Dienerstrasse à Munich

Directement à gauche, la marque de lingerie Fogal, qui appartient également au groupe Gaydoul, ouvre au public dans l'ancienne boutique Palmers au milieu de l'année 2011, à côté de Navyboot.

Louis Vuitton ouvre sa première Maison allemande

Le spécialiste français de produits de luxe devrait ouvrir sa première Maison à Munich en décembre 2012, sous la forme d'une boutique prestige exclusive. Dans le futur Palais voisin de l'Opéra, ancien terrain de la Poste de la Residenz où les propriétaires Accumulata Immobilien Development et LBWW Immobilien font ériger un ensemble de bâtiments de 23 000 mètres carrés, Louis Vuitton a déjà réservé quelques 3000 mètres carrés en location.

Zegna au lieu de Rena Lange

Après dix ans, la marque de mode Ermenegildo Zegna a quitté à l'automne 2010 son emplacement



Gucci Eröffnung Ende 2009 in München

dans la galerie munichoise des Fünf Höfe et a déménagé dans celle des Maximilianshöfe. La nouvelle boutique de 400 mètres carrés sur deux niveaux est aussi grande que celle des Fünf Höfe. Le locataire sortant, Rena Lange, qui a fait aménager sa boutique de prestige il y a cinq ans seulement par le fameux architecte David Chipperfield, a abandonné cette rue de boutiques luxueuses au profit d'une nouvelle. Cette dernière s'étend sur 200 mètres carrés dans les locaux maintenant réduits du café Kreuzkamm, dans la Maffeistrasse, non loin de Maendler, Theresa et Lodenfrey, un endroit un peu moins passant.

Moncler a ouvert sa première boutique allemande à Munich

De même que Bally, le fabricant de vêtements de sport italien et le spécialiste du duvet Moncler a ouvert, mi-septembre, sa première boutique à marque unique. La surface de rez-de-chaussée de Bally a été partagée au profit de Moncler, qui occupe la surface d'angle. Bally se situe directement à côté de la nouvelle boutique Zegna. À l'extrémité gauche des Maximilianhöfe, Bottega Veneta ouvrira pendant l'été 2011 dans les locaux de 350 mètres carrés de l'ancienne boutique du designer Gianfranco Ferré, qui a déposé le bilan. Dans l'ancienne boutique de Bottega Veneta, Yves Saint Laurent fera ses débuts à Munich dès l'automne 2011, dans un espace de 50 mètres carrés de surface.

En face, une boutique de prestige Hermès s'est ouverte en octobre pour Munich. La boutique était en grands travaux de rénovation et de réaménagement depuis mars 2010. La boutique, grande de 320 mètres carrés, se répartit sur trois étages très différents les uns des autres.

À l'automne 2010, une deuxième boutique COS s'est ouverte dans la **Weinstrasse** à Munich.

Les Suisses arrivent

À la mi-octobre, les sociétés de confiserie suisse Lindt & Sprüngli et Läderach, connues dans la ré-

gion sous le nom de Confiseries Merkur, se sont rouvertes à Munich dans les Stachus-Passagen, près de la **place du Stachus**, très fréquentée. Un mois plus tard, Vero Moda a lancé une nouvelle boutique à Munich, dans les Stachus-Passagen également. Parallèlement à cette réouverture, et le même jour, Vero Moda a fêté l'ouverture d'une autre boutique à Munich, dans la Kaufinger Strasse, dans les anciens locaux Hallhuber, en face de H&M. On s'est accordé pour passer sous silence le montant de pas de porte à sept chiffres.

L'entreprise suisse Young Fashion Tally Weijl a célébré la réouverture de ses boutiques de prestige nouvellement rénovées dans la **Neuhauser Strasse** sur six étages au nouveau style.

Dans la Frauenstrasse à côté du **Viktualienmarkt**, la septième boutique d'Allemagne de l'équipementier suisse pour l'extérieur Mammut a été ouverte sur 300 mètres carrés.

A&F à Hambourg

À HAMBOURG, Abercrombie & Fitch devrait ouvrir en 2012 sa deuxième boutique de prestige allemande à la **Poststrasse**, dans l'ancienne Poste.

Au **Neuer Wall**, la marque de mode Gant a ouvert son magasin le plus grand jusqu'ici. Il s'agit, avec ses 600 mètres carrés, de la troisième plus grande boutique de prestige de l'entreprise après celles de Londres et de New York. En tout, 1,5 million d'euros ont été investis. Après une boutique pop-up de luxe et design temporaire dans la Rosa-Luxemburg-Strasse de Berlin, Bally a rouvert ses portes en avril 2010, avec 245 mètres carrés situés directement dans un emplacement luxueux du centre commercial Neuer Wall à l'endroit où se trouvait le bijoutier H. La même marque a ouvert une nouvelle boutique fin mai 2010 dans un emplacement luxueux du Neuer Wall de Hambourg. La surface de vente comprend deux étages et tout juste 245 mètres carrés. La marque vestimentaire Stefanel a ouvert dès février 2010, à côté du Neuer Wall, une



Navyboot sur Poststrasse à Hambourg

nouvelle boutique de prestige sur deux niveaux et 600 mètres carrés.

La première boutique concept de Navyboot

Navyboot a maintenant également un grand magasin de 250 mètres carrés à Hambourg. En avril 2010, la boutique concept fêtait une ouverture glamour dans la ville hanséatique avec des grandes stars et des petites étoiles.

Armani et Etro créent un nouveau site

À HAMBOURG, Etro a ouvert fin 2009 sa troisième boutique aux **Hohe Bleichen**. Elle se compose de deux magasins adjacents, l'un pour le prêt-à-porter féminin et l'autre pour la confection hommes, qui forment à eux deux une surface de vente de 400 mètres carrés.



Giorgio & Emporio Armani aux Hohe Bleichen à Hambourg

Juste à côté, le groupe Armani a ouvert deux nouvelles boutiques en septembre 2010. Une grande boutique Giorgio Armani de 220 mètres carrés et un magasin Emporio Armani de 250 mètres carrés.

A&F à Düsseldorf

À DÜSSELDORF, Abercrombie & Fitch (A&F) ouvre fin 2011 sa première filiale allemande dans l'ancien bien immobilier de la Hypo-Vereinsbank de la Königsallee. Le bien immobilier est situé sur le côté ouest, moins fréquenté, de la **Königsallee**. La boutique de prestige aura une surface de vente d'environ 1700 mètres carrés. Aussi devraient être investis 25 millions d'euros dans cette boutique de ladite Kö. Contrairement au marché intérieur américain, le groupe ouvre uniquement des grandes boutiques de prestige à l'étranger avec sa marque Abercrombie & Fitch.

Le magasin de Düsseldorf devrait représenter fin 2011 le cinquième magasin sur le plan international. Des magasins ont déjà été lancés à Londres, Milan et Tokyo. Paris et Copenhague suivront bientôt. Les locaux de la vieille Poste de la Hamburger Poststrasse, dans laquelle s'installera Tommy Hilfiger après les travaux de 2011, seront aussi un nouveau site.

Strellson ouvre une boutique de prestige dans la Breidenbacher Hof à Düsseldorf. Sur 460 mètres carrés, le vendeur de confection hommes de Kreuzlingen présente ses collections en Suisse. L'ouverture du magasin est prévue pour février 2011.

La première enseigne du couteau suisse

La société suisse de produits Lifestyle Victorinox ouvre son premier magasin en Allemagne en février 2011. La boutique de prestige exploitée directement par Victorinox s'étendra sur 500 mètres carrés répartis sur trois étages. Le magasin ouvre en Allemagne dans un nouveau bâtiment du groupe immobilier Brune Immobilien de Düsseldorf. L'entreprise de l'architecte Walter Brune a repris l'ancienne maison Selbachhaus, détruite début 2009, pour la remplacer par un magasin.

Karen Millen a ouvert la deuxième boutique de prestige allemande au numéro 74 de la Königsallee et sur 210 mètres carrés.

Riviera Maison ouvre sur la Kö

Le concept d'aménagement néerlandais Riviera Maison installe une boutique sur la Kö de Düsseldorf. Les locaux loués rassemblent des surfaces d'entrepôt et de vente de détail de 1100 mètres carrés. Le précédent locataire était Aigle. Aigle a déménagé dans la Kö Galerie. Le centre ECE est en restructuration et modernisation. Pour Riviera Maison, c'est la deuxième boutique en Allemagne. La première se trouve à Hambourg au Neuer Wall.

Des boutiques Gina Tricot ont ouvert début octobre à Düsseldorf, dans la **Flingerstrasse**, sur 400 mètres carrés, et à Cologne, dans la Schildergasse, dans l'ancien magasin s.Oliver, à côté de H&M et de New Yorker, sur 1000 mètres carrés. Le filialiste suédois de prêt-à-porter féminin est satisfait de ses affaires dans ses deux premiers magasins allemands.



Affluence chez Hollister dans la Zeil-Galerie



Gina Tricot dans la Schildergasse à Cologne

Dès avril, la Maison Gerry Weber a ouvert ses portes dans la **Schadowstrasse**, en face des arcades du même nom, avec une nouvelle boutique de prestige. Sur une surface de 1000 mètres carrés exactement, l'entreprise de mode de Halle en Westphalie présente ses toutes dernières tendances mode sur trois étages.

À FRANCFORT, sur la **Zeil**, le premier store Denim de Tom Tailor a jeté l'ancre sur 400 mètres carrés, répartis sur deux étages.

Une queue de 700 mètres pour l'ouverture de Hollister

En ouvrant son premier magasin dans le centre commercial MyZeil de Francfort, la marque de mode Hollister, appartenant à A&F, a fait sensation. Le jour de l'ouverture, des queues se sont formées toute la journée devant le magasin, et les flux d'entrée ont été régulés par des portiers.

Les clients doivent encore souvent y faire la queue pour pénétrer dans le grand magasin de 600 mètres carrés. «La boutique de Francfort marche très bien.» Mais c'est tout ce que révèle une porte-parole. La productivité doit, soi-disant, y être supérieure à 25 000 euros au mètre carré. L'expansion de Hollister est forcée en Allemagne. Jusqu'à la fin de l'année, des magasins ouvraient dans les centres commerciaux de Oberhausen, dans le centre commercial Elbe-Einkaufszentrum de Hambourg et dans la Rhein-Galerie de Ludwigshafen. Cette année, d'autres sites d'implantation sont fixés, parmi lesquels les centres commerciaux de Cologne (Rhein-Center), Neuss (Rheinpark-Center), Dresde (Altmarkt-Galerie), Günthersdorf (Nova Eventis) et Dortmund (Thier-Galerie).



Esprit sur la Zeil à Francfort

Esprit ouvre le plus grand magasin du monde

La nouvelle boutique de prestige d'esprit, sur la Zeil de Francfort, a ouvert à la mi-septembre 2010 sur 3600 mètres carrés. C'est le plus grand magasin Esprit dans le monde entier. Le consortium de mode de Ratingen s'est, après que son sous-locataire Saturn a quitté les locaux, réservé deux étages supplémentaires et a élargi la boutique existante de 1500 mètres carrés exactement.

Apple à la Fressgass

Apple a ouvert sa troisième boutique officielle en Allemagne en janvier 2010, sur la **Grosse Bockenheimer Strasse** (Fressgass), en face de Douglas et entourée de bars et de restaurants. La boutique a une position centrale dans la zone piétonne de la Fressgass, sur 750 mètres carrés.

Après les boutiques de prestige de Berlin et de Cologne, Kiehl's enrichissait la rue commerçante appréciée Grosse Bockenheimer Strasse d'une superficie de vente de 28 mètres carrés en tout.

Dès la fin mars, Levi Strauss avait ouvert une propre boutique Levi Strauss en plein centre de Francfort. Sur la **Rathenauplatz**, en pleine ville, il est possible de s'équiper à l'avenir de jeans et d'accessoires Levis sur trois étages.

Ouverture chez Jimmy Choo et Prada

La marque de chaussures de luxe de Londres Jimmy Choo a ouvert une boutique début décembre 2010 sur la **Goethestrasse** de Francfort. L'ancien locataire de la grande surface de vente de 160 mètres carrés était la marque de mode Rena Lange.



Miu Miu dans la Goethestrasse à Francfort

Le consortium de biens de luxe milanais Prada a ouvert à Francfort sa première boutique monomarque Miu Miu en face de Nespresso. La boutique de la Goethestrasse mesure 65 mètres carrés et a été utilisée par Prada auparavant. Juste avant, Prada a déménagé dans un plus grand emplacement de la Goethestrasse pour y vendre son complet assortiment sur maintenant 250 mètres carrés.

Du mouvement au Kohlmarkt

À VIENNE, Ermenegildo Zegna a, de même que Diesel, repris la surface de Bulgari au **Kohlmarkt**, sur deux étages et 700 mètres carrés en tout. Le loyer est de 1500 euros par an et par mètre carré, et l'argent de pas de porte se situait sous la barre des sept chiffres. En face, Moncler reprend en mars 2011 la boutique de Gil Couture sur une surface de 190 mètres carrés au rez-de-chaussée. Don Gil a ouvert une nouvelle boutique de prestige de 750 mètres carrés et de trois étages à l'angle de la **Seilerlgasse** et de la **Kärntnerstrasse**.



Kohlmarkt à Vienne

Le Kunstforum reste finalement à la Freyung

Les plans ambitieux ont été réduits à néant pour cause de gabarits trop modestes. À vrai dire, il aurait dû disparaître de la Freyung pour devenir partie intégrante de la zone luxueuse nouvellement aménagée du centre-ville. Finalement, il en va autrement: le Bank Austria Kunstforum restera bel et bien à sa place originale comme il est ressorti peu avant Noël 2010.

Le plan de déménagement avait été établi après que Signa Holding de l'entrepreneur tyrolien René Benko, au début de l'année, avait repris non seulement le Palais Freyung, mais aussi le complexe Bawag, proche de là. Le nouveau Kunstforum devait s'y installer selon la volonté de Benko et donner place à une rue commerçante de luxe en association avec une zone piétonne élargie depuis le

Kohlmarkt jusque Am Hof, avec de nouvelles surfaces commerçantes, de la restauration et un luxueux hôtel.

Luxe de cuir au Graben à Vienne

Bally a quitté la **Kärntnerstrasse** et a ouvert dans le même immeuble que la marque de mode pour femmes Bonita et que le bijoutier suisse Bucherer. Avec ses 365 mètres carrés, il s'agit, après celle de Zurich, de la deuxième plus grande boutique de prestige dans l'espace germanophone.

Triumph arrive avec prestige

Une autre boutique de tradition, Fürnkranz, a fermé dans la Kärntnerstrasse. Les 173 mètres carrés de superficie du rez-de-chaussée et les 127 mètres carrés du premier étage ont été repris par la marque de lingerie Triumph. Le loyer approche le million d'euros par an.

Peek & Cloppenburg s'installe à la Kärntnerstrasse

Un immeuble du ministère des finances de la Kärntnerstrasse va devenir un magasin de textiles. L'entreprise allemande Peek & Cloppenburg veut y vendre de l'habillement à partir de 2008. Au début de l'année, la Bundesimmobiliengesellschaft (BIG) avait acheté l'ensemble de bâtiments de l'angle de la Kärntnerstrasse et de l'Himmelfortgasse pour 50 millions d'euros. L'entreprise familiale allemande vient de reprendre 60% de la société de développement de projet. Les partenaires ne révèlent pas le prix d'achat. La société BIG a évoqué un gain convenable grâce à l'affaire conclue.

Forever 21 ouvre à deux endroits dans Vienne

Pour son entrée sur le marché autrichien, le commerçant de détail en mode s'est assuré une place éminente à la droite de Zara. En avril 2010, le contrat de location avec Signa a été signé pour l'adresse viennoise de premier choix de la Kärntnerstrasse. Une boutique Swarovski ainsi que des marques de chaussures Bally et Salamander y logeaient jusqu'à présent. Les trois magasins ont été regroupés sur une grande superficie de 1300 mètres carrés. Le loyer se chiffre à la fière somme de 2,6 millions d'euros par an. L'ouverture se fera au printemps 2011.

Esprit reprend la boutique H&M

Esprit s'est assuré, d'après des connaisseurs de Vienne, la surface H&M de la Kärntnerstrasse située en face du magasin Forever 21, et devrait l'ouvrir sous son enseigne dans le courant de 2011. Sur la **Mariahilferstrasse**, la surface Schöps a également pu être reprise.

Encore Signa

La plus grande relocation de l'année 2010 dans la ville de Vienne a été le magasin Gaggle, situé dans le bien foncier Signa également, dans la **Mariahilferstrasse** à côté du chausseur Stiefelkönig – 4000 mètres carrés pour Forever 21.

La Mariahilferstrasse: très demandée

Dans la Mariahilferstrasse, Geox a ouvert sa boutique de prestige, grande de 750 mètres carrés. Des façades avec 13 vitrines sur deux étages attirent le regard.

Le groupe best-seller danois a ouvert sa première boutique de prestige autrichienne. Il y a déjà un an, il s'était assuré l'adresse viennoise de premier choix de la Mariahilferstrasse, entre les grands magasins Gerngross et Peek & Cloppenburg. La grande surface de vente comprend 1440 mètres carrés sur deux étages.

Moncler au lieu de Hugo Boss

Au cœur de l'été 2010, SALZBOURG a été le théâtre de l'ouverture du magasin Moncler, d'une superficie de 200 mètres carrés sur deux étages à l'un des meilleurs emplacements de la **Getreidegasse**, en face de Louis Vuitton.

Kiehl's à Salzbourg

Marionnaud et Kiehl's ont fêté l'ouverture du nouveau Kiehl's Corner dans la parfumerie bien connue Marionnaud dans la Getreidegasse de Salzbourg. La société Kiehl's since 1851 est l'une des recommandations confidentielles des stars new-yorkaises.

Bonita a repris la place de Schöps à côté de H&M. L'emplacement de H&M à côté de la maison de naissance de Mozart est plus grand, plus beau et plus diversifié. Depuis son déménagement du Kranzmarkt fin 2009, le géant suédois du textile offre l'ensemble de son assortiment au cœur de la ville.

Philipp Plein ouvre son premier magasin d'accessoires

À KITZBÜHEL en décembre 2010 ouvrait le designer munichois, siégeant à Amriswil en Suisse, le premier magasin pour accessoires uniquement sur 20 mètres carrés au numéro 29 de la **Vorderstadt**. Par ailleurs, un autre magasin a été ouvert à Cannes, en décembre. Actuellement, des magasins de la marque existent à Monte Carlo, Saint-Tropez, Vienne et Moscou.

LES DIX PLUS GRANDS CENTRES COMMERCIAUX D'AUTRICHE

Centre commercial	Ville	Surface de vente en m ²
SCS Shopping Mall	Vösendorf	133 000
Shoppingcity Seiersberg	Seiersberg	76 000
Plus City	Pasching	67 000
Donauzentrum	Wien	52 000
Center West	Graz	45 000
SES Center Huma Einkaufspark	Vienne	41 000
Haid Center	Haid	36 000
Europark	Salzbourg	35 000
Citypark	Graz	32 000
Uno Shopping-Center	Leonding	31 000

Projets de centres commerciaux

Les nouveaux projets les plus importants de l'année étaient le grand magasin Tyrol à Innsbruck avec exactement 33 000 mètres carrés, le Varena à Vöcklabruck avec 32 000 mètres carrés, ainsi que l'agrandissement de 24 000 mètres carrés du Donauzentrum à Vienne. Les centres commerciaux existants – comme le Shopping City Süd érigé en 1976 – s'inscrivent tout à fait dans la tendance de la remise en état, de la restructuration et de l'agrandissement.

Ces trois phases – transformation, modernisation et agrandissement – concernent deux grands projets pris en main par la Hamburger ECE à Vienne. Dans la Gare centrale de l'Ouest, qui donne directement sur la principale rue commerçante de la Mariahilferstrasse, il sera possible de faire ses achats sur 17 000 mètres carrés à partir de l'automne 2011. Le Bahnhof City de la Gare centrale du Sud doit, d'ici 2014, attirer la foule par ses 20 000 mètres carrés et ses 115 magasins.

Le dernier grand projet d'Autriche planifié et construit en partant de zéro se situe au nord de Vienne, à Gerasdorf. Un centre commercial du même nom avec centre de marchés spécialisés doit s'y ouvrir au printemps 2012 avec 70 000 mètres carrés pour 180 magasins. La filiale immobilière de la Bank Austria BAI et le manager d'immobilier Ekazent s'offrent le projet pour 200 millions d'euros et le commercialisent par ShopMatch.



Kärntner Strasse à Vienne



Le grand magasin Gerngross sur la Mariahilferstrasse

11

Nouvelles des métropoles internationales



Le Cube d'Apple sur la Cinquième Avenue à New York

La statue de la Liberté battue par Apple

À NEW YORK en 2009, Apple a établi un tout nouveau record avec son magasin sur la **Cinquième Avenue**, entre la 59e et la 60e rue. Selon une étude de l'Université de Cornell, cet Apple Store est en effet plus souvent photographié par les touristes que la statue de la Liberté par exemple. Ainsi, le magasin sous-terrain, qui est doté d'une entrée futuriste à l'intérieur d'un cube de verre situé au rez-de-chaussée, fait partie des monuments les plus photographiés de la ville: il est en cinquième position derrière l'Empire State Building, Times Square, le Rockefeller Center et la Grand Central Station. Et ce n'est pas tout: l'Apple Store est également très bien situé dans la liste mondiale des attractions touristiques les plus photographiées puisqu'il occupe la 28e place.

En outre, le chiffre d'affaires du Cube constitue également un record avec 350 millions de dollars de produits Apple vendus par an.

Trois blocs plus loin, la marque horlogère Omega, appartenant au groupe Swatch, a repris la surface de vente d'Alfred Dunhill, située à droite d'Escada et d'Armani. L'ancien magasin de Walt Disney situé

au meilleur emplacement qui fait l'angle, à droite d'Omega et vide depuis le mois d'août 2008, n'a pas de reprenneur connu pour l'instant.

À proximité, l'investisseur Thor Equities a acheté pour 142 millions de dollars le bien immobilier du grand magasin haut de gamme japonais, Takashimaya, situé entre Bottega Veneta et Zara, et a loué la surface de commerce de détail à l'entreprise Forever 21, qui a ouvert un nouveau magasin de prestige à Manhattan en novembre 2010.



Forever 21, Cinquième Avenue à New York

Uniqlo débourse 20 millions pour s'installer sur la Cinquième Avenue

Début 2011, la chaîne de magasins vestimentaires appartenant au groupe de mode japonais Fast Retailing ouvrira son deuxième magasin à New York, situé au 666 de la Cinquième Avenue à l'angle de la 53e rue, dans l'immeuble Tishman. Le loyer s'élève à 20 millions de dollars par an, 10 millions de moins que ce qui était indiqué dans l'exposé de C&W avant la crise financière.

Un pas de porte de 46 millions de dollars

Avec près de 8300 mètres carrés, l'ancienne filiale de Brooks Brothers est deux fois plus grande que le magasin Uniqlo ouvert en 2006 dans le quartier



Uniqlo, au 666 de la Cinquième Avenue à New York

branché de Soho à New York. Afin de ne pas perdre son futur locataire, le propriétaire a racheté le contrat de location de l'ancien utilisateur huit ans avant son arrivée à échéance. La boutique de prêt-à-porter pour hommes, Brooks Brothers, a ainsi obtenu un pas de porte d'un montant total de 46 millions de dollars.

En novembre 2010, Hollister avait ouvert un magasin phare de 1400 mètres carrés dans le même immeuble, après que la meilleure boutique d'Abercrombie & Fitch a battu tous les records de chiffre d'affaires à cinq blocs de là.

Ventes records de 1,8 milliard

Bien connu sur le marché immobilier, le bâtiment situé au 666 de la Cinquième Avenue a été construit en 1957 par la famille Tishman et vendu en 1976 pour 80 millions de dollars. En 2000, le gratte-ciel a été racheté avec le Rockefeller Center par Tishman Speyer pour un montant total de 518 millions de dollars et, seulement sept ans après, vendu à la famille Kushner pour l'incroyable somme de 1,8 milliard de dollars. Les surfaces de commerce de détail ont été transformées en propriété par étages, vendue par la suite pour 525 millions de dollars à un consortium de Stanley Chera, propriétaire de Crown Acquisitions, et du groupe Carlyle.

Tommy Bahama avec début à New York

Tommy Bahama, la marque de vêtements de sport appartenant au groupe vestimentaire américain Oxford Industries, souhaite ouvrir sa première boutique à Manhattan cette année. Un contrat de location a déjà été signé à cet effet pour un magasin de 850 mètres carrés sur la Cinquième Avenue à l'angle de la 45e rue. La marque de Seattle (Washington) spécialisée sur le thème de la plage possède déjà 89 boutiques aux États-Unis, mais n'était pas encore représentée à New York.

Ouverture d'un flagship store Esprit à New York

Esprit a ouvert un nouveau flagship store à New York. Le magasin de 1700 mètres carrés, situé sur



F21 et Disney sur Times Square à New York

la 34e rue de Manhattan, est le plus grand de l'entreprise en Amérique du Nord et le deuxième plus grand dans le monde.

Guess a inauguré en décembre 2010 le nouveau concept de magasin denim sur 1300 mètres carrés à l'angle de la Cinquième Avenue et de la 47e rue. Le magasin a même sa propre note parfumée: grâce aux dernières technologies, de légers effluves du parfum Guess Seductive flottent en permanence autour des visiteurs.

Ouverture d'un grand magasin

Forever 21 à New York

Fin juin 2010, la chaîne vestimentaire américaine a ouvert un magasin de 9000 mètres carrés et quatre étages sur **Times Square** à New York. Quatre mois plus tard, Disney a ouvert un nouveau magasin phare de 2500 mètres carrés deux ans après que le contrat de la Cinquième Avenue n'a pas été renouvelé. Les deux magasins se trouvent à l'emplacement de l'ancien Virgin Megastore agrandi entre la 45e et la 46e rue. Sans oublier le magasin Swarovski, à côté de F21.

Ralph Lauren: magasin phare impressionnant

Pour son 71e anniversaire, le styliste américain Ralph Lauren a ouvert une imposante boutique pour femmes sur **Madison Avenue** et la 72e rue. Le site est un grand bâtiment de style Beaux-Arts de quatre étages et 2200 mètres carrés, conçu comme une habitation de maître. Il est situé en face de la célèbre Rhineland Mansion, qui présentait les vêtements pour femme et pour homme du styliste, mais n'est plus aujourd'hui utilisée que pour la confection hommes suite à l'expansion fulgurante de la marque Polo Ralph Lauren.

Dix jours seulement après l'ouverture à Tokyo de son premier flagship store dans le monde, le styliste new-yorkais Reed Krakoff a ouvert début septembre son deuxième flagship store sur 180 mètres carrés dans sa ville natale, pour sa collection haut de gamme du même nom. L'emplacement est situé au 831 de la Madison Avenue, entre la 69e et la 70e rue.

UGG ouverture avec Jessica Szohr

Fin octobre 2010, UGG Australia a organisé une fête VIP à l'occasion de l'ouverture de son troisième magasin à Manhattan. La veille de l'ouverture officielle, l'invitée d'honneur Jessica Szohr (Gossip Girl) a fêté l'évènement avec de nombreux autres invités et fans d'UGG, tels que les célébrités américaines Julie Alexandria (présentatrice sur MTV) et le styliste Richie Rich. Sur une surface de vente de plus de 500 mètres carrés, UGG Australia présente la gamme de produits complète répondant à toutes les attentes, mais malheureusement disponible uniquement sur le marché américain. La boutique de choix sur la Madison Avenue propose également les modèles de la collaboration UGG & Jimmy Choo. Juste à gauche de celle-ci, la marque de luxe chinoise Shanghai Tang, appartenant au groupe suisse Richemont, ainsi que le fabricant de chaussures de luxe français J.M. Weston ont ouvert leurs magasins phares new-yorkais.

Hermès: premier magasin de confection pour hommes

En février 2010, Hermès a ouvert le premier grand magasin de vêtements pour hommes de 230 mètres carrés, situé au 690 de la Madison Avenue, en face du flagship store d'Hermès à New York. Juste à côté, en face de Chopard et Girard-Perregaux, la marque horlogère suisse Hublot a ouvert en décembre 2010 son magasin phare de New York sur 120 mètres carrés. Toujours en décembre 2010, la marque horlogère suisse Vacheron Constantin et le joaillier allemand Wempe ont respectivement ouvert un magasin situé en face et un autre situé sur la droite.

Burberry a ouvert deux magasins Brit: sur Madison Avenue et sur Columbus Avenue. Un autre magasin a été inauguré en décembre 2010 dans la Bleeker Street située à West Village, New York.



Burberry et Burberry Brit sur Madison Avenue



Un dimanche matin sur Madison Avenue à New York



Flagship store de Longchamp sur Madison Avenue

Longchamp: nouveau concept de magasin à New York

Le spécialiste de la maroquinerie parisien a présenté un nouveau concept de magasin à New York. Le magasin monomarque de 230 mètres carrés sur Madison Avenue a été entièrement rénové.

Lanvin s'implante avec un magasin phare

L'entreprise de mode française Lanvin a ouvert un magasin phare à New York. Le magasin de 330 mètres carrés occupe trois des cinq étages d'une maison urbaine sur Madison Avenue. Il s'agit du troisième magasin de la marque aux États-Unis après Bal Harbour (Floride) et Las Vegas. En septembre, l'entreprise parisienne souhaite installer le siège de son implantation américaine dans les deux étages situés au-dessus du magasin phare.

Soho très tendance

Début septembre 2010, Moncler a ouvert le premier flagship store du monde à la **Prince Street**, dans le quartier très en vogue de Soho, sur 300 mètres carrés, près du nouveau faiseur de tendance Nespresso dont l'ouverture a été fêtée deux semaines plus tard.

Le nouveau magasin de Prada se trouve en face, sur près de 500 mètres carrés.

Broadway de plus en plus intéressant pour les détaillants

En novembre 2010, American Eagle Outfitters a ouvert un magasin de 2200 mètres carrés sur trois étages, en face de Hollister et à côté de Kenneth Cole sur **Broadway** à Soho. Le voisinage comprend notamment Adidas, Billabong, Forever 21, Victoria's Secret et Zara.

Deux années d'immobilité pour la propriété d'Etro

En 2008, Etro a acheté un bien foncier d'une superficie de 220 mètres carrés pour 12 millions de dollars sur **Greene Street**, à gauche de A Bathing Ape et La Perla, mais n'a pas encore ouvert. De l'autre côté de la rue, sur la gauche, J. Lindberg et Longchamp ont placé leurs magasins phares à Soho.

Ouverture d'un magasin Alexander Wang

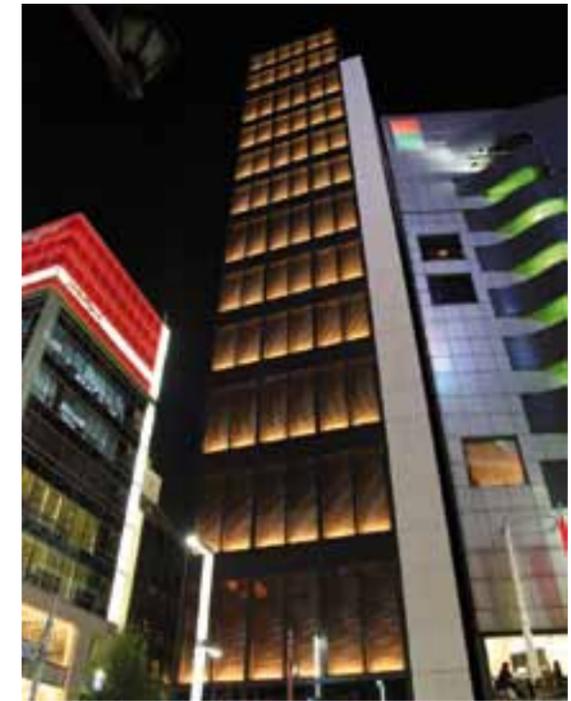
Le styliste new-yorkais va ouvrir son premier magasin sur **Grand Street**, dans le quartier new-yorkais à la mode Soho. La date d'ouverture et les détails de l'agencement n'ont pas encore été communiqués. Début 2010, le magasin de Yohji Yamamoto situé à la même adresse avait été fermé.

L'artiste français du maquillage François Nars va ouvrir une petite boutique dans le même bloc que le Bleeker Mini-Mall de Marc Jacobs. François Nars travaille en étroite collaboration avec Marc Jacobs.

Burberry a repris l'un des derniers magasins d'antiquités sur **Bleeker Street** et devrait ouvrir début 2011.



Moncler sur Prince Street, quartier de Soho à New York



Flagship store d'Abercrombie & Fitch à Ginza, Tokyo

Ouverture du premier magasin Abercrombie & Fitch en Asie

À Tokyo, juste avant Noël 2009, le groupe de mode américain de New Albany (Ohio) a ouvert son premier magasin en Asie. Le magasin d'Abercrombie & Fitch est situé dans un immeuble de douze étages du quartier Ginza, sur **Chuo Dori** près de Salvatore Ferragamo et en face de Prada. Un deuxième magasin serait prévu pour la préfecture de Fukuoka.

Moins de six mois plus tard, Forever 21 a ouvert son deuxième magasin au Japon: 3000 mètres carrés répartis sur cinq étages et situés presque en face d'A&F dans le Matsuzakaya Department Store quelque peu poussiéreux. Un an avant, un magasin de 1700 mètres carrés avait déjà ouvert ses portes à droite de H&M, dans le quartier Harajuku de Tokyo.



Ouverture de F21 à Harajuku, Tokyo

Christian Louboutin très attendu par les Japonaises

Non loin d'A&F, Christian Louboutin a fêté l'ouverture de son premier magasin japonais de 80 mètres carrés, situé sur **Namiki Dori** à Ginza, entre Piaget et Louis Vuitton.

Marc Jacobs à Aoyama

Début décembre, Marc Jacobs a ouvert son flagship store de 260 mètres carrés répartis sur trois étages, situé entre Prada et Cartier.



Prada à Aoyama, Tokyo

Reed Krakoff vient à Aoyama

En novembre 2010, avant l'ouverture du flagship store new-yorkais, le président et directeur général de la création de Coach, Reed Krakoff, a ouvert un magasin à Aoyama, près de Prada Epicenter et de la nouvelle boutique Marc Jacobs.

Toujours en novembre, Tommy Hilfiger a communiqué l'ouverture de son plus grand flagship store magasin au Japon et en Asie. Le magasin devrait ouvrir en mars 2012 sur **Omotesando** à Harajuku, dans l'ancienne boutique Gap. Le nouveau flagship store aura une superficie de 1017 mètres carrés répartis sur trois étages.

HMV remplacé par F21

Tout comme à Londres sur Oxford Street, Forever 21 a repris l'emplacement HMV à Shibuya et a ouvert, un jour avant Noël, le plus grand magasin asiatique sur six étages et 4200 mètres carrés. L'emplacement est proche du Department Store Seibu et exactement en face de la maison de mode anglaise Coach.

Michal Kors à Omotesando

Le styliste américain a ouvert sa première boutique

japonaise: celle-ci est zébrée, s'étend sur 120 mètres carrés et se trouve en face d'Emporio Armani.

American Eagle Outfitters au Japon

Le groupe de mode américain étend sa présence au pays du soleil levant: dans le cadre d'une expansion internationale, les premiers magasins American Eagle doivent ouvrir en 2012 grâce à l'aide d'un partenaire de franchise local. Juste avant Noël 2010, American Eagle Outfitters a indiqué qu'une expansion au Japon était planifiée. Les premiers magasins doivent être ouverts au Japon avec l'aide du franchisé Sumikin Bussan Corporation. Le premier flagship store devrait ouvrir au cours du premier semestre 2012, dans le quartier commercial Harajuku à Tokyo.

Polo Ralph Lauren a ouvert à Tokyo son premier magasin Rugby Ralph Lauren en dehors des États-Unis. Le magasin de 400 mètres carrés situé sur **Cat Street**, dans le quartier Harajuku, propose des vêtements et des accessoires pour femme et pour homme. Début avril, il y avait onze magasins Rugby aux États-Unis.

Ouverture du plus grand magasin Nike au Japon

L'entreprise américaine d'articles de sports de Beaverton (Oregon) a ouvert son plus grand magasin japonais à Tokyo. Le magasin est situé dans le quartier Harajuku et constitue le premier porte-drapeau de Nike à Tokyo. Avec une superficie de 1000 mètres carrés répartie sur trois étages, il propose le plus large éventail d'articles Nike au Japon ainsi que toute une gamme de nouveaux services pour la plupart interactifs.



Ouverture de Forever 21, le 23 décembre à Tokyo



Galerie marchande, Omotesando Hills à Tokyo



Coach in Ginza, Tokio

Expansion de Topshop au Japon

Le groupe de mode londonien Topshop a ouvert en septembre un deuxième magasin à Tokyo. Situé dans le quartier Shinjuku, celui-ci a une superficie de presque 1000 mètres carrés et propose des articles des confections dames et hommes de la marque Topman. Le premier magasin japonais Topshop a ouvert ses portes en 2006 dans le quartier Harajuku de Tokyo.

Expansion des Galeries Lafayette à Pékin

C'est à PEKIN, au cœur de la capitale chinoise, que le premier grand magasin du groupe de grands magasins français devrait ouvrir ses portes en 2013. Si la demande est suffisante, le groupe pourrait ouvrir jusqu'à 15 magasins supplémentaires dans d'autres villes chinoises. Les premières Galeries Lafayette chinoises devraient ouvrir leurs portes à Pékin d'ici moins de trois ans. Ce temple de la consommation aura une superficie de 18 000 mètres carrés et constituera ainsi le deuxième plus grand magasin, après la maison mère du boulevard Haussmann à Paris. Un chiffre d'affaires annuel de 40 à 50 millions d'euros est prévu.

Ouverture du premier flagship store de Hublot en Chine

Hublot a fêté l'ouverture de son premier flagship store à Pékin. La nouvelle boutique de 100 mètres carrés est la plus grande de Chine et se trouve sur

la prestigieuse **Wangfujing Street**, dans l'Oriental Plaza qui est l'un des centres commerciaux les plus exclusifs et prospères du centre de Pékin. Hublot avait déjà ouvert une boutique Plaza 66 à Shanghai et une deuxième à l'Intercontinental Hotel de Dalian.

Première bijouterie pour Gucci

Gucci a également ouvert sa première bijouterie en Chine, dans le centre commercial Parkson de Pékin.

Expansion accrue de Ferragamo en Chine

Fin 2010, la maison de mode florentine a ouvert deux autres magasins à Nanning dans le Dream Island Mall et à Harbin dans le centre commercial Harbin Charter. Ferragamo possède ainsi un total de 45 magasins répartis dans 33 villes de l'empire du Milieu. Selon la directrice générale, Michele Norsa, la Chine avec Hongkong et Macao constitue pour Ferragamo le plus important secteur des ventes mondiales après les États-Unis.

Plus grande expansion de Prada en Chine

La marque de luxe milanaise veut ouvrir 17 magasins en Chine cette année et 11 magasins supplémentaires en 2012. Il semble que l'entreprise prévoie une introduction en Bourse à Hongkong.

Débuts de Tom Ford en Chine

Dans le cadre de son expansion en Asie, l'entreprise du styliste américain Tom Ford va ouvrir ses deux premiers magasins en Chine. Dès le mois de juin 2011, un magasin de 170 mètres carrés doit ouvrir ses portes à l'IFC Mall de Hongkong.



Galleries Gucci Golden Eagle, Shanxi Road à Shanghai

Un mois plus tard, il est prévu d'ouvrir un magasin de 200 mètres carrés dans le Shanghai Centre de luxe à Shangai. Tom Ford International possède déjà deux magasins au Japon (Tokyo et Osaka) ainsi qu'un magasin en Corée du Sud (Séoul).

Ouverture d'un magasin Home of Alfred Dunhill à Hongkong

Le spécialiste britannique de la confection pour hommes, appartenant à un groupe suisse de produits de luxe, a ouvert une boutique Home of Alfred Dunhill à Hongkong. Le magasin occupe trois étages du Prince's Building. Outre le magasin, il comprend aussi un service de couture, un restaurant, un bar à vins et un bar. D'autres boutiques Home of Alfred Dunhill se trouvent également à Londres, Shanghai et Tokyo.

Ouverture d'une boutique Glashütte Original dans le centre commercial K 11 à Hongkong

Fin janvier 2010, Glashütte Original a fêté l'ouverture de sa deuxième boutique à Hongkong. Après l'ouverture réussie de la première boutique en 2009 sur Pak Sha Road, il s'agit de la deuxième filiale de l'horloger allemand à Hongkong.

Inauguration de la première boutique Shang Xia d'Hermès

À la mi-septembre 2010, la marque de luxe parisienne a inauguré la première boutique Shang Xia. La marque spécialement créée pour le marché chinois sera présente à Shanghai avec une boutique dans le centre commercial Hong Kong Plaza. Celle-ci propose sur 120 mètres carrés des produits tendance, des vêtements, des accessoires et des meubles. La prochaine étape prévue en Asie est une ouverture à Pékin. Une boutique Shang Xia semble également être en projet à Paris.



Collage Shang Xia

Ouverture de la deuxième boutique Blancpain à Shanghai

Dans le cadre de son 275e anniversaire, Blancpain fête également l'ouverture de sa deuxième boutique à Shanghai. Il s'agit de la 37e boutique Blancpain à travers le monde. Les marques Swatch, Omega et Breguet ont également ouvert leurs boutiques ici. Le Peace Hotel de Shanghai est situé à l'un des emplacements les plus riches de tradition dans cette ville dynamique, exactement au croisement de la promenade Bund et de Nanjing Road. Il s'agit de l'hôtel le plus renommé de Shanghai depuis 1854.



Hôtel Art Peace à Shanghai

Gap arrive en Chine

En novembre 2010, le groupe de mode américain Gap est entré sur le marché chinois avec l'ouverture d'un magasin à Shanghai. Un magasin Gap de 1140 mètres carrés a été ouvert sur Mid Huaihai Road à Shanghai et un autre dans le complexe d'habitation Hongkong Plaza. Un deuxième magasin devrait être ouvert à Shanghai, sur Nanjing West Road.

Renforcement d'Apple en Chine

Le premier magasin d'Apple a ouvert à Shanghai à la mi-juillet 2010. Il doit y avoir 25 autres filiales en Chine et à Hongkong. Jusqu'à présent, la Chine ne comptait qu'un seul magasin Apple ouvert à Pékin en 2008.

Arrivée d'American Eagle Outfitters en Chine en 2011

La chaîne vestimentaire américaine de Pittsburgh ouvrira ses premiers magasins en Chine et à Hongkong en 2011. Un contrat de franchise a été conclu à cet effet avec l'entreprise de Hongkong Dickson Concepts. L'ouverture des magasins à Hongkong, Pékin et Shanghai est prévue pour le début de l'année prochaine.

Ouverture d'un flagship store-boutique Nespresso à Sydney

C'est à SYDNEY que la plus grande boutique Nespresso de l'hémisphère sud a été ouverte début dé-

cembre 2010. Pour installer sa cinquième boutique phare de l'année, Nespresso a choisi Pitt Street Mall, dont l'agencement a été entièrement refait par Westfield. Tout comme les quatre autres boutiques de Bruxelles, Miami, New York (Soho) et Munich, celle de Sydney reste fidèle au style unique Nespresso. Les cinq boutiques reflètent par ailleurs le caractère particulier de leur ville d'adoption.

En 2011, Zara ouvrira le premier magasin australien sur 1830 mètres carrés au Westfield's Pitt Street Mall de Sydney. En décembre 2010 déjà, le styliste de chaussures français Christian Louboutin et la marque anglaise Mulberry avaient ouvert leurs premières boutiques australiennes dans le même centre commercial.

Le premier magasin Victoria's Secret d'Australie a ouvert ses portes en juin 2010, à l'aéroport de Sydney.

H&M aux Champs-Élysées

À PARIS après avoir patienté plusieurs années, H&M a pu ouvrir sa onzième boutique des bords de la Seine: 2800 mètres carrés répartis sur trois étages. L'ouverture d'un magasin H&M à un emplacement aussi connu que celui-ci n'a rien d'évident. La marque a dû se battre durant deux années entières. La mairie de Paris s'était en effet opposée pendant plus de trois ans à la plus grande filiale de H&M en France, craignant pour la renommée de la célèbre avenue. «Les Champs-Élysées n'ont pas besoin de H&M, c'est H&M qui a besoin des Champs-Élysées...», avait indiqué Lyne Cohen-Solal, adjointe au maire de Paris, chargée du commerce. Les Champs-Élysées, souvent appelés par les Français «la plus belle avenue du monde», doivent rester un lieu de promenade avec du luxe mais aussi de la culture et du divertissement. Selon certaines sources, l'investissement y compris le pas de porte devrait avoir atteint 20 millions d'euros.

Presque au même moment, Tommy Hilfiger a également ouvert un magasin de 835 mètres carrés sur trois étages, à seulement 100 mètres de là.

Projet de Banana Republic sur les Champs-Élysées

La chaîne vestimentaire américaine Banana Republic, appartenant à Gap, souhaite ouvrir un magasin sur la très convoitée avenue des Champs-Élysées. Elle doit néanmoins encore obtenir l'autorisation. Le magasin devrait avoir une superficie de 1500 mètres carrés et se situer à la fin de l'avenue, juste à côté d'Adidas. La marque Dolce & Gabbana ainsi que la chaîne vestimentaire de sport Go Sport s'étaient déjà intéressés à la même adresse, mais n'avaient finalement pas réalisé leurs projets d'ouverture.



Nespresso au Westfield Mall de Sydney



Magnifiques Champs-Élysées, Paris

En mars dernier, des sources bien informées indiquaient que Gap aurait été en concurrence avec le concept japonais Uniqlo pour obtenir le magasin tant désiré. Pour Banana Republic, il s'agirait du premier magasin en France.

Contrairement aux rumeurs, l'emplacement occupé par Esprit depuis fin 2008 ne doit pas se libérer. L'entreprise a démenti en juillet avoir résilié le contrat de location de 3,9 millions d'euros pour son flagship store de 1000 mètres carrés.

Ouverture d'un magasin monomarque Tissot

Pour son tout dernier magasin monomarque, Tissot a choisi l'une des plus belles artères du monde: les



Flagship store de Louis Vuitton, Champs-Élysées à Paris

célèbres Champs-Élysées à Paris. Entourée de magasins phares des plus grandes marques mondiales, la boutique de 100 mètres carrés a ouvert ses portes début juillet 2010 avec des voisins tels que la Fnac ou Sephora (chaîne de parfumeries).

Magasin Swarovski sur les Champs-Élysées

Swarovski a inauguré son nouveau concept de magasin sur les Champs-Élysées à Paris. Il s'agit du premier magasin en France correspondant au nouveau concept qui avait été présenté en mars 2009 à Ginza, Tokyo. Le concept imaginé par le designer japonais Yokuji Yoshioka doit être peu à peu appliqué à l'ensemble des 1700 magasins de Swarovski à travers le monde. Le magasin de 110 mètres carrés répartis sur deux niveaux et situé sur l'avenue la plus fréquentée et prestigieuse de Paris se distingue par une façade de sept mètres de haut, un escalier en verre incrusté de cristaux et un lustre baptisé Crystal Art Piece et composé de 3500 cristaux.

Sur le côté de l'avenue dirigé vers le sud et donc le plus ensoleillé, les loyers mensuels se situent entre 670 et 840 euros par mètre carré. Le côté opposé coûte 30% moins cher. Seuls les groupes de mode internationaux et les marques de luxe peuvent se permettre de tels loyers.

A&F arrive en France

Dans le courant 2011, Abercrombie & Fitch va ouvrir son premier magasin français sur 3000 mètres carrés, situé au bout des Champs-Élysées et au niveau de l'avenue Montaigne, à un emplacement qui ne fait pas partie des plus fréquentés actuellement.

Yves Saint Laurent remplace Escada

La maison de couture parisienne Yves Saint Laurent prévoit d'ouvrir une boutique porte-drapeau sur l'avenue Montaigne à Paris. Comme l'a confirmé l'entreprise, celle-ci devrait s'installer début 2012 dans les locaux de 900 mètres carrés actuellement occupés par Escada. Le contrat de location du créateur munichois pour dames est arrivé à son terme fin 2010.

Gianfranco Ferré cède sa place à Max Mara

Outre YSL, Max Mara présente désormais lui aussi son nouveau magasin sur l'avenue Montaigne: l'ancienne boutique de 400 mètres carrés de Gianfranco Ferré. Le magasin a été conçu par l'architecte Grassi.

Nouveau magasin phare pour Céline

Au printemps 2010, l'entreprise de mode française Céline, appartenant à LVMH, a également ouvert un nouveau magasin phare sur l'avenue Montaigne.

Nouvel éclat pour le célèbre Faubourg

Le groupe britannique de développement immobilier Hammerson commercialise son projet de prestige Faubourg One. Quatre des sept futurs locaux sont déjà connus. Parmi eux, Burberry, Moschino et Brunello Cucinelli viendront s'installer à proximité de Hermès, Yves Saint Laurent, Gucci et d'autres grandes marques de luxe de la rue du Faubourg Saint-Honoré. Les anciens locataires tels que Chloé, Akris, Montblanc, Fratelli Rossetti et Sprung Frères quittent le complexe (du 54 au 60 de la rue du Faubourg Saint-Honoré) acheté en 2005 par Hammerson pour la somme de 56 millions d'euros. Le projet présente plus de 60 mètres de façades dans le style haussmannien classique de Paris.

La société britannique investit 35 millions d'euros dans les travaux de rénovation qui ont commencé en mars 2010 et doivent durer jusqu'au début de l'année 2011. Les sept commerces à louer auront une superficie de 100 à 830 mètres carrés. Parmi les 2570 mètres carrés de surface de vente, 1500 mètres carrés sont créés.

L'ancien propriétaire percevait près de 3 millions de loyer pour un total de 7500 mètres carrés. Hammerson ne fournit aucune information sur le montant des loyers commerciaux actuels. En 2006, le spécialiste du commerce de détail avait déjà présenté un projet semblable dans la rue Saint-Honoré (prolongement commercial de la rue du Faubourg Saint-Honoré) et su convaincre des locataires tels que Brooks Brothers, Cacharel, Tommy Hilfiger et Hugo Boss. Le projet de la place Vendôme a été vendu avec bénéfice à un investisseur irlandais.

Glashütte Original:

ouverture d'une boutique à Paris

La rue du Faubourg Saint-Honoré est l'une des artères les plus fascinantes du monde. Riche d'une longue histoire, elle fut un lieu prisé des artistes et autres créateurs en quête d'un logement approprié. Elle abrite aujourd'hui une multitude de galeries, de marques de haute couture et de boutiques opulentes. Depuis quelques mois, l'horloger allemand Glashütte Original y est également représenté. Après avoir étudié plusieurs lieux potentiels, la rue du Faubourg Saint-Honoré à Paris a été choisie pour ouvrir la première boutique monomarque en Europe en dehors de la ville de Glashütte.

Michael Kors veut ouvrir à Paris son plus grand magasin du monde

Le premier magasin monomarque en France du styliste américain Michael Kors doit également devenir le plus grand du monde. Selon l'entreprise, le magasin de Paris devrait avoir une superficie de 650 mètres carrés et ouvrir au printemps 2011. Situé dans la prestigieuse rue Saint-Honoré sur la rive droite de la Seine, le magasin sera le quatrième ouvert en Europe, après Londres, Milan et Munich.

Ermanno Scervino ouvre un flagship store à Paris

En janvier 2011, la marque de mode florentine a inauguré son premier flagship store parisien. Celui-ci se trouve dans la rue du Faubourg Saint-Honoré, entre Bottega Veneta et La Perla, et s'étend sur 300 mètres carrés répartis sur trois étages.

Zegna trouve un emplacement phare à Paris

Ermenegildo Zegna a trouvé un nouvel emplacement à Paris pour son magasin phare. Zegna a réussi à obtenir un local commercial de 800 mètres carrés dans la rue Saint-Honoré. Après la fermeture d'un magasin de 550 mètres carrés situé rue de la Paix, Zegna a cherché pendant trois années une nouvelle adresse pour son magasin phare. Actuellement, la marque haut de gamme pour hommes possède à Paris trois magasins franchisés ainsi que des surfaces de vente aux Galeries Lafayette et au Printemps. Le seul magasin propre qu'elle possède en France se situe sur la Croisette à Cannes.

Zegna fait partie des nombreuses marques italiennes qui ont choisi Paris comme adresse de présentation. Les 18 derniers mois ont vu l'ouverture des boutiques de Canali, Paul & Betty, Fratelli Rossetti et John Richmond, et d'autres encore sont prévues pour cette année. Il s'agit notamment des marques Brunello Cucinelli, Ermanno Scervino, Blumarine, Moschino ou Napapijri, pour ne citer que les plus connues.



Place Vendôme à Paris

Une première pour Hublot sur la place Vendôme

Fin 2010, la marque horlogère suisse Hublot a inauguré sa boutique phare parisienne de 100 mètres carrés située sur la place Vendôme, à côté de l'horloger Patek Philippe.

Desigual à la conquête de Paris

Début juin 2010, la marque de mode espagnole Desigual a ouvert son flagship store de 2500 mètres carrés dans le quartier de l'Opéra Garnier, à un emplacement stratégique du cœur de Paris. Tally Weijl a trouvé un emplacement pour son magasin phare prévu à Paris. Le local commercial s'étend sur 400 mètres carrés répartis sur deux étages. Il est situé sur le boulevard Haussmann, l'une des artères commerciales au plus fort pouvoir d'achat dans Paris, en face du grand magasin Le Printemps.

Coach arrive en Europe

Le succursaliste d'accessoires américain Coach a commencé avec un espace boutique au Printemps, à Paris. Un magasin de 300 mètres carrés doit être ouvert au printemps 2011 au Westfield White City Mall dans l'ouest de Londres, puis l'ouverture d'un autre magasin phare de 500 mètres carrés sur New Bond Street est prévue pour l'été suivant.



Scène de rue dans New Bond Street à Londres

Showtime à Londres

La zone West End de LONDRES, comprenant le quartier chic Mayfair, souhaite devancer Paris, Milan, New York et Tokyo en tant que lieu de shopping de luxe. La société New West End Company (NWECC), responsable du marketing de Bond Street, Jermyn Street, Oxford Street et Regent Street, a lancé une campagne intitulée «London Luxury». Pendant tout le mois de septembre 2010, un public britannique mais aussi international a fêté avec enthousiasme le lancement des nouvelles collections de mode.

Parmi les 600 détaillants représentés par NWECC, il y a près de 300 boutiques de luxe implantées autour de Bond Street. La circulation doit être réduite. Des zones de divertissement vont être créées pour des défilés de mode dans les rues, ce qui permettra aux boutiques de mode de présenter leurs collections non seulement derrière, mais également devant la vitrine.

Victoria's Secret arrive en Europe

Courant 2012, Victoria's Secret va ouvrir à Londres sa première boutique de lingerie en Europe, d'une surface totale de 2500 mètres carrés et située sur **New Bond Street**, à l'angle de Brooke Street.

La marque appartenant au groupe Limited Brands pourrait ouvrir une boutique dans le centre commercial Westfield White City ou Bluewater. Dans White City, la marque Gilly Hicks qui appartient à A&F et Hollister, avait déjà fêté l'ouverture de sa première boutique européenne sur 500 mètres carrés.

La styliste new-yorkaise Tory Burch vient, elle aussi, d'arriver à Londres. Sa boutique est située dans New Bond Street et s'étend sur 420 mètres carrés.

Outre Tory Burch et Hermès, Miu Miu a également ouvert un nouveau magasin phare dans l'ancienne boutique Wana, début décembre 2010.



Westfield White City est un centre commercial londonien de 2 milliards d'euros et 150 000 mètres carrés.

Louis Vuitton spectaculaire à Londres

Louis Vuitton a rouvert la boutique phare londonienne sur New Bond Street sous le nom de «Maison» Louis Vuitton. Le temple du luxe est plus qu'une simple boutique. Cette «Maison» permet à la clientèle exigeante de la marque de retrouver toute la collection dans une ambiance glamour que l'on ne retrouve dans aucune autre boutique Louis Vuitton. Après trois ans de travaux et un investissement estimé à plus de 35 millions d'euros, le célèbre architecte new-yorkais Peter Maroni créé une surface de vente de 1500 mètres carrés répartis sur trois étages derrière une façade impressionnante.



Louis Vuitton, New Bond Street à Londres

En juin 2010, la marque pour hommes italienne Canali a ouvert sa plus grande boutique située à côté de Pal Zileri et en face d'Emporio Armani. La surface de vente occupe 700 mètres carrés sur un total de 1200 mètres carrés sur New Bond Street. Il s'agit de la deuxième boutique Canali à Londres.

Coach va ouvrir une boutique phare sur New Bond Street

Au printemps 2011, le succursaliste d'accessoires américain Coach va ouvrir une boutique de 300 mètres carrés dans Westfield White City. L'été suivant, une boutique phare de 470 mètres carrés devrait s'ouvrir sur New Bond Street.

La bataille fut courte, mais chère

Le départ du joaillier Asprey, début 2010, de sa boutique située sur New Bond Street, à côté de Bulgari et Boucheron et en face de Patek Philippe, de Grisogono, Adler et Chopard, a été suivi d'une véritable bataille: pas moins de cinq chaînes de luxe se sont surenchéries en vue d'acquiescer l'emplacement. C'est finalement Piaget qui a l'a remporté avec un loyer annuel de 7345 euros par mètre carré.

Core Spirit ouvre une boutique phare

La marque de mode Core Spirit a trouvé un emplacement pour sa première boutique phare à Londres. Après un long désamiantage, celle-ci sera ouverte au printemps 2011 sur New Bond Street, juste à côté de Kronometry, Victorinox et Calvin Klein. La boutique comprend 424 mètres carrés répartis sur deux étages, pour un loyer de 370 000 euros.

Ouverture d'une boutique Carolina Herrera à Londres

La styliste de mode américaine Carolina Herrera a ouvert une boutique de sa marque tendance, CH Carolina Herrera, située 120 **Mount Street**, dans le quartier londonien Mayfair. La boutique de 185 mètres carrés propose sur deux étages les confections femme, homme et enfant de la marque tendance ainsi que des accessoires de luxe et des chaussures.

True Religion ouvre sa première boutique en Grande-Bretagne

En juin 2010, le spécialiste américain du denim a ouvert sa première boutique en Grande-Bretagne. Celle-ci est située sur **James Street**, à Londres, et propose sur 140 mètres carrés tout l'éventail de la marque pour femme, homme et enfant.

Topshop à Londres

La chaîne vestimentaire britannique Topshop a ouvert un magasin phare de 1300 mètres carrés dans le quartier londonien de **Knightsbridge**. Un investissement de 3,5 millions d'euros a été nécessaire.

Située en face du célèbre grand magasin Harrods, la marque de mode pour les jeunes présente sur trois étages la ligne principale Topshop, les collections de chaussures et d'accessoires ainsi que les lignes Boutique et Unique.

The Sting a ouvert un flagship store de 2300 mètres carrés sur trois étages, situé directement sur **Piccadilly** à Londres. Banana Republic, filiale du succursaliste américain Gap, a choisi un emplacement spectaculaire pour son premier magasin londonien. Le magasin phare de 1600 mètres carrés est installé dans l'ancien grand magasin Dickins & Jones.

Gant sur Regent Street

En février 2010, la marque de mode Gant a ouvert sa nouvelle boutique phare londonienne sur 800 mètres carrés et trois étages. Celle-ci est située sur **Regent Street**, à côté de la boutique Ferrari inaugurée en 2009 et en face de Hamleys Toys, Hugo Boss et Esprit.



Gant sur Regent Street à Londres



Affluence à Primark sur Oxford Street, Londres

Deuxième magasin Primark sur Oxford Street
Primark a loué un deuxième immeuble dans la partie est de l'artère commerciale **Oxford Street**: l'ancien Virgin Megastore de 7900 mètres carrés. L'ouverture doit avoir lieu dès le mois de juin 2011. Il est probable que cette opération va favoriser le développement de Tottenham Court Road.

Le dernier samedi de novembre 2010, le magasin phare de Primark de 6500 mètres carrés situé près de Hyde Park a atteint un nouveau record avec un chiffre d'affaires de plus de 970 000 euros en un seul jour.

Forever 21 va ouvrir son premier magasin sur Oxford Street à l'emplacement de l'ancien magasin de divertissement HMV de 3250 mètres carrés. Un pas de porte de 17 millions d'euros a été versé. Le loyer annuel est de 3,25 millions d'euros avec une durée de contrat minimale de 15 ans. À côté, l'entreprise de mode espagnole Desigual va emménager dans l'ancien magasin de Walt Disney.

À MILAN fin novembre 2010, le groupe vestimentaire américain Gap (comprenant également Banana Republic, Old Navy, Piperlime et Athleta) a ouvert sa première succursale italienne de 3369 mètres carrés et trois étages sur **Corso Vittorio Emanuele**.



Ouverture de Gap à Milan



Bershka sous les arcades sur Corso Vittorio Emanuele

Le magasin voisin de 1625 mètres carrés de la marque Banana Republic a été ouvert début décembre. Juste à côté de Gap et Banana Republic, Mango a ouvert en avril 2010 un magasin phare d'une surface de vente de 775 mètres carrés répartis sur trois étages.

Juste sur la droite, dans le même immeuble, Mango avait déjà ouvert six mois plus tôt son magasin phare italien d'une surface de vente de 775 mètres carrés répartis sur trois étages. Outre les célébrités locales, Laura Drzewicka et Isak Andic ont également participé aux festivités d'inauguration.

Ouverture du plus grand magasin Bershka à Milan

La jeune marque de mode du groupe espagnol Inditex a ouvert son plus grand magasin. Il est situé à trois immeubles de distance de Gap, Banana Republic et Mango, dispose d'une surface de vente de 1300 mètres carrés et constitue le 41e magasin Bershka en Italie et le 682e dans le monde. Début octobre, le premier magasin indépendant Zara Home a également été ouvert à Milan dans l'ancienne succursale Upim située Piazza San Babila. De plus, le magasin Zara sur Via Torino a de nouveau ouvert ses portes sur 1500 mètres carrés après des travaux d'agrandissement.

En face de Zara Home, **Piazza San Babila**, Guess a réalisé pour la première fois son nouveau concept de magasin denim sur 420 mètres carrés répartis sur deux étages.

Sorgente offre 480 millions d'euros pour une propriété de Rinascente

Le groupe d'investissement italien Sorgente de Rome a communiqué publiquement son intérêt pour la propriété abritant la plus importante succursale du grand magasin La Rinascente à Milan. Le groupe Sorgente est prêt à verser 480 millions d'euros pour l'objet prestigieux situé sur la place de la cathédrale, à condition que de nouveaux acteurs reprennent les rênes des affaires de La Rinascente. Selon la presse, la famille Borletti serait à l'origine de cette offre. Celle-ci fait certes partie des propriétaires du groupe de grands magasins, mais elle semble vouloir exercer un contrôle plus important sur les opérations de l'entreprise.

Sorgente a déjà organisé par le passé le rachat et la vente d'importantes propriétés new-yorkaises, telles que les immeubles Flatiron et Chrysler. Actuellement, le groupe gère des propriétés et des participations d'une valeur de 2,1 milliards d'euros.

Coin souhaite ouvrir un magasin de produits tendance de luxe à Milan

Le groupe de grands magasins italien de Mestre prévoit un nouveau concept commercial pour des produits tendance haut de gamme. Dans l'ancien cinéma Excelsior, situé Galleria del Corso, un magasin doit ouvrir et proposer sur sept étages et 3600 mètres carrés des vêtements et des accessoires pour homme et femme, ainsi que des produits de beauté, de haute technologie et alimentaires provenant du segment de luxe. L'ouverture est prévue au mois de septembre 2011.

Geox ouvre un «palais qui respire» à Milan

Le plus grand magasin de la marque dispose d'une surface de vente de plus de 1000 mètres carrés et d'une façade originale. Geox a ouvert son plus grand magasin du monde à Milan. Celui-ci est situé sur **Via Torino**, non loin de la cathédrale milanaise.

La façade extérieure est recouverte d'une sculpture constituée de plaques de métal couleur or, bronze et cuivre. Les plaques individuelles pivotent de 12 à 33 degrés grâce à 82 moteurs. La façade s'ouvre et garantit ainsi un échange d'air permanent, ce qui permet à l'immeuble de «respirer».

Soirée cocktail exclusive chez Larusmiani

Fin septembre, Larusmiani a fêté l'ouverture de sa boutique de 700 mètres carrés située à l'angle de **Via Montenapoleone** et de Via Verri.



Ouverture de Larusmiani sur Via Montenapoleone

Après huit années d'absence, le joaillier Faraone a rouvert sa boutique de 70 mètres carrés située sur Via Montenapoleone entre Paul & Shark, Frette et Versace. Durant cette période, la propriétaire est également passée de Sotheby's à Christie's.

Alberta Ferretti a célébré l'ouverture de la flagship boutique

À côté, Cacharel a ouvert une boutique éphémère. En face, la styliste Alberta Ferretti fêtait, début septembre, l'ouverture de sa boutique phare dans un palais du XVIIIe siècle.



Alberta Ferretti sur Via Montenapoleone à Milan

À côté également, Paul & Shark a ouvert sa deuxième boutique sur Via Montenapoleone pour la confection homme. Le magasin s'étend sur 250 mètres carrés et trois étages. Paul & Shark possède déjà un magasin de vêtements pour femme et un magasin de mode pour enfant sur Via Montenapoleone.

Première boutique Kidspace pour Spazio Sei en Italie

Le fournisseur de mode pour enfant de Carpi, près de Modène, a ouvert sa première boutique Kidspace en Italie, située sur Via Montenapoleone de Milan entre Christian Dior et Iceberg. Sur deux étages et un total de 150 mètres carrés, l'entreprise propose des vêtements pour enfants et bébés des marques Ice Iceberg, Parrot, Ki? et Miss Blumarine Jeans. D'autres magasins Kidspace se trouvent déjà à Londres, Kiev et Odessa.

Lanvin a trouvé un emplacement dans le «Quadrilatero»

La boutique phare de 150 mètres carrés se trouve à l'angle de **Via Santo Spirito**, dans l'ancien magasin de Borbonose qui déménage à côté de Marni. Trois vitrines de Swatch ont également été louées, en face de Dolce & Gabbana. En février 2011, un autre magasin de 150 mètres carrés doit ouvrir sur **Via Babuino** à Rome.

Burberry Brit arrive en Europe

En novembre 2010, le fabricant de mode de luxe londonien Burberry a inauguré son premier magasin monomarque européen pour la ligne Burberry Brit. Le magasin est situé à Milan, sur **Corso Venezia**, et s'étend sur une surface de 250 mètres carrés.



Henry Cotton's à Milan

Une première pour Henry Cotton's

La marque de vêtements de sport Henry Cotton's, appartenant au groupe italien Industries SpA, a ouvert son premier magasin propre. Le magasin phare de 400 mètres carrés se trouve à Milan, sur Corso Venezia.

Jimmy Choo a changé la localité

Jimmy Choo renforce la présence du commerce de détail dans les métropoles européennes. En septembre 2010, un magasin de 230 mètres carrés a été inauguré à Milan. Le magasin sur **Via Sant'Andrea** remplace celui de Via San Pietro All'Orto et devient le plus grand magasin sur le continent européen. En janvier 2010 déjà, un Jimmy Choo Corner avait été ouvert dans le magasin phare La Rinascente de Milan.



Furla an der Via Condotti à Rome

Lancement d'une boutique Y-3

Avec une surface de 200 mètres carrés répartie sur deux étages, la boutique sur **Via De Cristoforis** propose les vêtements pour femme, les vêtements pour homme et les accessoires de la marque qui appartient à Adidas et a été créée par le styliste japonais Yohji Yamamoto. D'autres magasins Y-3 se trouvent déjà, entre autres, à Tokyo, New York, Paris, Manchester, Pékin et Miami.

À ROME, Zara a ouvert son 5000e et jusqu'à présent plus grand magasin sur **Via del Corso**. Celui-ci a une surface de vente qui s'étend sur cinq étages et 3000 mètres carrés et se trouve dans l'ancien bâtiment du grand magasin La Rinascente.

La styliste new-yorkaise Tory Burch a ouvert sa première propre boutique en Europe. Celle-ci fait 280 mètres carrés et se trouve sur **Via del Babuino** à Rome.

À la mi-octobre, Furla a ouvert sa plus grande boutique de sacs et de chaussures, située sur la célèbre **Via Condotti**. La boutique de 415 mètres carrés a été créée par l'architecte italien Andrea Truglio.



Zara dans l'ancien grand magasin La Rinascente à Rome

12 Transactions internationales d'entreprises de commerce de détail

L'opération de l'année 2011

Il s'agit du rachat de Tommy Hilfiger par Philips-Van-Heusen (PVH). Les grands gagnants sont Fred Gehring, ainsi que le créateur de l'entreprise Tommy Hilfiger et le P.D.G. de PVH, Emanuel Chirico. PVH verse 3 milliards de dollars pour Tommy Hilfiger, une somme incroyable pour une entreprise dont le chiffre d'affaires annuel s'élève à 2,5 milliards de dollars (2008). L'investisseur financier Apax a presque doublé sa mise de fonds de 2006 (1,6 milliard de dollars) avec la vente.



Tommy Hilfiger

Feu vert de l'AMF pour Hermès

Hermès a remporté une première manche dans sa bataille pour empêcher son rachat par LVMH.

Le 6 janvier 2011, l'Autorité des marchés financiers (AMF) a accepté la demande de traitement particulier de l'entreprise de luxe parisienne Hermès. Les héritiers d'Hermès souhaitent regrouper leurs parts d'environ 73% au sein d'un holding familial et avaient demandé à l'AMF de leur accorder une dérogation concernant la législation qui empêchait ce regroupement. Celle-ci oblige tout actionnaire ou groupe d'actionnaires qui franchit le seuil de 33% du capital à faire une OPA sur le solde.



La décision de l'AMF permet à la famille de préserver son capital comme prévu grâce à la création d'un holding et, selon un communiqué, «de préserver la culture d'Hermès». En octobre dernier, LVMH avait dévoilé avoir pris 17,2% d'Hermès. Peu avant Noël, le directeur du groupe, Bernard Arnault, avait pu augmenter la participation jusqu'à 20% grâce à des rachats de titres.

Prada rachète entièrement CarShoe

Le groupe de produits de luxe italien Prada veut accélérer la croissance internationale de la marque de chaussure CarShoe. Pour ce faire, l'entreprise milanaise a entièrement racheté CarShoe. En 2001, Prada avait acheté 51% de parts à la famille de l'homme d'affaires italien Antonio Moretti. M. Moretti vient de céder les 49% restants à Prada. Aucun prix de rachat n'a été indiqué.

La marque CarShoe a été créée en 1953 et elle est vendue chez près de 250 détaillants à travers le monde. Des magasins propres se trouvent également à Milan, Rome ou Capri et, depuis mars, à Singapour. En octobre, l'ouverture d'une boutique CarShoe est prévue dans le centre commercial Elements de Hongkong. Des magasins de Prada et de la marque de Prada, Church's, s'y trouvent déjà.

Gianfranco Ferré: vente annulée

La maison de mode milanaise Gianfranco Ferré ne sera finalement pas vendue au fonds d'investissement américain Prodos Capital Management. Selon l'agence de presse Reuters, Prodos n'aurait pas réussi à convenir d'un plan de redressement avec son partenaire potentiel Samsung jusqu'à la fin décembre 2010. Cette condition du rachat par Prodos n'a donc pas été satisfaite. Des sources indiquent que la société coréenne se serait alors retirée.

L'une des raisons de l'échec du partenariat semblerait être aussi la méfiance des partenaires sur les questions opérationnelles telles que la nomination des directeurs de l'entreprise. Les administrateurs judiciaires doivent maintenant consulter le Ministère du développement économique italien afin de décider des mesures nécessaires en vue de la vente de Gianfranco Ferré. En février 2009, IT Holding avait demandé une mise en faillite.



Saks sur la Cinquième Avenue à New York

Le P.D.G. de Tod's augmente encore sa participation chez Saks

À l'automne 2010, le P.D.G. de l'entreprise de mode milanaise Tod's, Diego Della Valle, a augmenté sa participation chez le groupe new-yorkais de grands magasins de luxe, Saks Inc, passant ainsi de 9,4 à 11,1%. Selon un communiqué de la Commission des valeurs mobilières des États-Unis (SEC), M. Della Valle posséderait 17,9 millions d'actions Saks. Dans le milieu financier, cette opération a suscité des rumeurs sur un possible rachat.

L'action a alors grimpé de 10% pour dépasser les 10 dollars (7,3 euros). Pour M. Della Valle, l'investissement est d'ores et déjà rentable grâce à la prise de valeur considérable. Lorsqu'il a commencé à acheter des parts de Saks début 2009, le prix était d'environ 1,70 dollar.

Jones Apparel rachète Stuart Weitzman

Jones Apparel a racheté le fabricant de chaussures américain Stuart Weitzman. Pour ce faire, un accord a été conclu avec le propriétaire majoritaire jusqu'alors, Irving Place Capital. Jones Apparel a versé 180 millions de dollars (environ 140 millions d'euros) à l'entreprise d'investissement pour une participation de 55%. Le fondateur Stuart Weitzman reste directeur général et propriétaire de 45% restants de l'entreprise new-yorkaise. L'entreprise possède 38 boutiques propres aux États-Unis, ainsi que sept boutiques propres et 29 en partenariat à l'étranger. En 2009, la marque a généré un chiffre d'affaires de 193 millions de dollars.

Canada Goose

En janvier 2011, le spécialiste canadien des vêtements d'extérieur de Toronto a racheté le fabricant de vestes en duvet Engineered Apparel. L'entreprise de Winnipeg fabrique des produits pour des marques de vêtements d'extérieur du monde entier et collabore depuis cinq ans avec Canada Goose. La marque Canada Goose est connue pour ses parkas tendance. Le siège européen de l'entreprise est situé à Stockholm.

Jo-Ann Stores racheté par des investisseurs pour 1,6 milliard de dollars

Le détaillant américain Jo-Ann Stores doit être racheté par la société de financement par capitaux propres Leonard Green & Partners. Les investisseurs offrent 1,6 milliard de dollars (env. 1,2 milliard d'euros) pour Jo-Ann Stores. Le rachat doit être conclu dans le courant du deuxième semestre 2011. Avec l'aide des nouveaux propriétaires, Jo-Ann souhaite accélérer l'expansion commerciale.

Actuellement, l'entreprise de Hudson (Ohio) possède 756 magasins aux États-Unis. Dans l'exercice 2009/2010, le chiffre d'affaires a augmenté de 4,7% pour atteindre près de 2 milliards de dollars. Le bénéfice net a triplé, passant de 21,9 à 66,6 millions de dollars. Leonard Green & Partners a des participations dans des entreprises commerciales américaines telles que Neiman Marcus, Sports Authority et David's Bridal. En novembre, l'entreprise de Los Angeles annonçait le rachat du détaillant de mode new-yorkais J. Crew pour près de 3 milliards de dollars.

Le rachat du détaillant de mode new-yorkais par la société d'investissement TPG Capital semblait «chose faite». Début 2011, l'agence de presse Bloomberg indiquait que Sears et Urban Outfitters ainsi que deux autres sociétés d'investissement auraient communiqué leur intérêt à J. Crew. De nouvelles offres pouvaient être présentées jusqu'au 15 janvier 2011.

VF achète la marque de jean Rock & Republic

Peu avant Noël 2010, le groupe vestimentaire américain VF Corporation a racheté la marque Rock & Republic. Un accord correspondant comprenant le rachat des droits de la marque, mais excluant les affaires courantes et les magasins, a été signé avec le comité des créanciers du spécialiste du jean de Los Angeles en faillite. Selon VF, l'entreprise Rock & Republic Enterprises va disparaître, mais les marchandises commandées devraient être livrées comme prévu.

Le groupe de Greensboro doit verser 57 millions de dollars (43,3 millions d'euros) pour la marque qui

rejoindra dès le printemps 2011 la branche Licensed Brands créée par VF en 2009. Rock & Republic génère un chiffre d'affaires annuel de 100 millions de dollars.

Nouveau propriétaire pour Mabrun

En avril 2010, la société autrichienne Rudigier & Partner Management & Beteiligungs GmbH a entièrement racheté le fournisseur italien de vêtements de cuir et de sport Mabrun SpA. Aucune information n'a été communiquée concernant le prix de rachat. Le spécialiste des vestes haut de gamme de Bassano dal Grappa sera dirigé par l'ancien directeur de Baldessarini, Thorsten Stiebing, en collaboration avec Hannes Oberrauch.

PPR: Steinhoff veut Conforama

Le groupe français PPR souhaite vendre sa filiale d'ameublement et d'électroménager Conforama. En décembre 2010, la maison mère parisienne du groupe Gucci indiquait être en pourparlers exclusifs avec la société Steinhoff International Holdings Ltd. En 2009, Conforama a généré un chiffre d'affaires



Conforama marché en France



Maurizio Borletti



Coin, Piazza Cinque Giornate à Milan

de 2,9 milliards d'euros avec 241 magasins. Ceci correspond à 18% du chiffre d'affaires du groupe (2009: 16,5 milliards d'euros). Steinhoff Europe possède des fournisseurs de meubles, tels que Harveys, Sleepmasters et Dieter Knoll Collection.

Nouveau géant des grands magasins en Italie

Fin 2009, le groupe Coin a racheté Upim, devenant ainsi le premier détaillant textile, selon ses dires.

En achetant son concurrent Upim, le groupe italien Coin (Coin et Oviessa) est devenu un géant des grands magasins. Avec 135 magasins propres, ainsi que 15 boutiques de la marque BluKids et près de 200 boutiques Upim sous franchise, la société Upim génère un chiffre d'affaires d'environ 430 millions d'euros. Le consortium à la tête d'Upim, comprenant Investitori Associati, Pirelli RE, Deutsche Bank et la famille Borletti, reçoit pour le rachat 7,5% des parts de Coin.

«Ce rachat fait du groupe Coin le plus grand détaillant vestimentaire italien et nous offre une extraordinaire opportunité de croissance», a indiqué Stefano Beraldo, directeur de Coin.

Billabong achète West 49

En juin 2010, le spécialiste australien des vêtements et accessoires de surf de Burleigh Heads a racheté le jeune détaillant de mode canadien West 49. Billabong a versé 99 millions de dollars canadiens (77,3 millions d'euros) pour l'entreprise de Burlington, qui possède 138 boutiques de vêtements, accessoires et chaussures au Canada. Grâce à ce rachat, le nombre de boutiques appartenant à Billabong passe à 230 en Amérique du



Nicolas Berggruen

Nord et à 510 dans le monde. West 49 est la 15^e société rachetée par l'entreprise depuis 2001.

En attendant la vision de M. Berggruen

Après l'autorisation, début septembre 2010, de la reprise de Karstadt par l'investisseur, l'attente d'un concept de sa part se fait plus que jamais ressentir.

Le consortium de propriétaires Hightstreet, à qui appartiennent 80 des 120 immeubles abritant Karstadt, a finalement renoncé à plusieurs années de loyers pour un total de 400 millions d'euros. Au cours des pourparlers, M. Berggruen avait imposé comme condition la répartition des contrats de location Karstadt en trois groupes distincts: grands magasins classiques, magasins de sport et magasins haut de gamme (KaDeWe à Berlin, Alsterhaus à Hambourg et Oberpollinger à Munich). Il aurait ainsi la possibilité de vendre une ou plusieurs parties indépendamment les unes des autres.

Il y a déjà plusieurs semaines, Thomas Fox annonçait que près de 100 millions d'euros seraient investis chaque année afin de moderniser les grands magasins. Un réagencement total devait même avoir lieu pour 60 d'entre eux. La partie mode sera à l'avenir prise en charge par Max Azria, partenaire de M. Berggruen et P.D.G. du groupe américain Max Azria. M. Azria, possédant 20% des parts de Karstadt, a indiqué dans le magazine américain «Womenswear Daily»: «Nous allons modifier l'entreprise très lentement. Nous souhaitons fournir des lignes directrices qui améliorent considérablement les affaires.» Selon lui, l'assortiment de produits proposé doit être mieux adapté à l'air du temps.

Ses marques BCBG, Max Azria et Hervé Leger ne doivent cependant être proposées que dans les trois magasins haut de gamme Karstadt. Avant d'approvisionner d'autres magasins, il souhaite en apprendre un peu plus sur le marché allemand. Son entreprise dirige six magasins BCBG/Max Azria en Allemagne. De plus, le groupe californien a repris, en mars 2009, dix magasins allemands du groupe de mode belge en faillite Donaldson, notamment à Düsseldorf, Berlin et Munich.

Woolworth sauvé

Début juin 2010, le Bundeskartellamt (office fédéral allemand de lutte contre les cartels) n'avait aucune préoccupation en matière de concurrence concernant le rachat de la société en faillite Woolworth Deutschland (comptant 162 succursales et 4300 employés) par le consortium HH Holding du directeur de Kik, Stefan Heinig, et le groupe Tengelmann. Auparavant, un accord avait été conclu avec le principal propriétaire Cerberus de manière à permettre à l'investisseur de préserver au moins 140 succursales.



KaDeWe sur Tauentzienstrasse in Berlin



Woolworth marché en Allemagne

Chiffres clés

Comparaison des salaires

Le tableau suivant présente un classement des salaires dans 73 grandes villes du monde. Il montre que les salaires bruts les plus élevés se trouvent à Zurich, Copenhague, Genève, Oslo et New York, Zurich étant en tête de classement. C'est également là que les employés gagnent le plus au monde en salaire net, en raison du faible niveau des prélèvements obligatoires. La Suisse ressort de ce classement comme le paradis des salariés.

Qui veut gagner beaucoup d'argent devrait donc privilégier Zurich, Copenhague, Genève et Oslo. Pour les salaires bruts aussi bien que nets, la Suisse se positionne dans tous les cas en tête de liste. L'écart est particulièrement marqué sur les salaires nets, la Suisse se distinguant par un taux de charges sensiblement inférieur. Si l'on compare par exemple Zurich avec Copenhague, les salaires bruts sont pratiquement identiques alors que les salaires nets à Copenhague sont au final inférieurs de 30%.

Entre 2009 et 2010, c'est la ville de Sydney qui a gagné le plus de places. Grâce à la réévaluation du dollar australien (AUD) par rapport à l'euro déjà évoquée plus haut, Sydney passe de la 20^e à la 6^e place du classement mondial. Stockholm profite également de la réévaluation à la hausse de 17% de la couronne suédoise (SEK) et se hisse de la 17^e à la 8^e place des salaires bruts. En revanche, la situation est moins favorable en Irlande par exemple, où l'inflation de -2,2% et le recul de -5,5% du produit intérieur brut (PIB) font rétrograder Dublin de 9 places.

NIVEAU DE SALAIRE 2010

Zurich = 100

Rang 2010	Rang 2009	Villes	Brut	Net
1	2	Zurich	100.0	100.0
2	1	Copenhague	97.0	69.8
3	3	Genève	96.3	89.7
4	5	Oslo	83.8	72.6
5	4	New York	82.1	79.3
6	20	Sydney	76.4	78.2
7	6	Los Angeles	74.7	72.9
8	17	Stockholm	67.7	62.4
9	7	Munich	67.5	57.4
10	8	Luxembourg	65.9	71.9
11	14	Chicago	65.8	62.5
12	13	Miami	65.0	64.9
13	24	Toronto	64.8	64.8
14	9	Francfort	64.7	56.9
15	11	Bruxelles	64.5	56.8
16	25	Montréal	63.8	64.9
17	18	Tokyo	63.3	68.6
18	12	Helsinki	61.7	61.0
19	10	Dublin	61.3	69.4
20	21	Londres	60.2	61.9
21	15	Amsterdam	60.1	52.1
22	16	Berlin	58.1	53.7
23	19	Vienne	55.8	55.3
24	22	Paris	53.7	53.0
25	23	Lyon	53.0	53.4
26	26	Milan	49.3	45.5
27	27	Nicosie	44.2	52.5
28	34	Auckland	43.8	46.2
29	28	Madrid	42.8	47.2
30	29	Barcelone	42.6	46.2
31	30	Rome	39.0	35.6
32	31	Athènes	36.0	35.6
33	35	Tel-Aviv	35.9	39.7
34	32	Lissabon	34.6	36.5
35	33	Ljubljana	33.6	26.9
36	36	Dubai	32.6	43.6
37	38	Séoul	30.7	31.6
38	37	Hong-Kong	28.7	34.8
39	43	Johannesburg	28.2	28.3
40	46	São Paulo	27.8	31.0
41	39	Taipei	27.4	31.7
42	41	Moscou	25.1	28.4
43	40	Singapour	24.7	27.8
44	49	Rio de Janeiro	24.4	25.0
45	47	Istanbul	21.9	21.9
46	44	Manama	20.9	26.8
47	45	Prague	20.0	21.0
48	42	Tallinn	19.5	20.8
49	51	Varsovie	19.4	18.6
50	58	Bogotá	16.5	18.6

POUVOIR D'ACHAT INTÉRIEUR 2010

			Zurich = 100		
Rang 2010	Rang 2009	Villes	Salaire horaire brut	Salaire horaire net	Revenu annuel net
1	1	Zurich	100,0	100,0	100,0
2	2	Sydney	96,9	99,2	90,9
3	5	Miami	95,0	94,9	95,3
4	6	Los Angeles	97,1	94,8	94,5
5	3	Luxembourg	86,4	94,3	88,3
6	4	Dublin	82,5	93,5	88,0
7	7	Genève	97,7	91,1	87,8
8	8	New York	93,7	90,5	93,6
9	9	Chicago	91,7	87,1	83,1
10	10	Nicosie	71,4	84,9	75,1
11	12	Montréal	79,2	80,4	78,5
12	11	Berlin	86,5	79,9	71,7
13	13	Bruxelles	90,6	79,7	71,0
14	17	Toronto	77,6	77,6	75,3
15	14	Helsinki	78,3	77,4	71,0
16	15	Londres	75,2	77,3	70,9
17	16	Copenhague	106,8	76,9	67,4
18	18	Amsterdam	88,1	76,4	70,1
19	19	Francfort	86,0	75,6	68,3
20	20	Munich	88,2	75,0	67,0
21	21	Lyon	74,3	74,9	61,8
22	23	Tokio	68,3	74,0	77,3
23	22	Stockholm	79,5	73,3	68,2
24	24	Vienne	71,5	70,8	64,6
25	25	Madrid	62,6	69,1	60,6
26	28	Oslo	79,4	68,8	63,8
27	26	Milan	74,4	68,6	64,1
28	27	Paris	68,8	67,8	57,2
29	29	Barcelone	60,5	65,5	60,8
30	30	Auckland	60,8	64,2	64,5
31	31	Lisbonne	56,4	59,4	55,8
32	33	Dubaï	42,3	56,5	61,8
33	32	Athènes	57,1	56,5	53,6
34	34	Tel Aviv	49,6	54,8	55,2
35	35	Taipeh	46,9	54,3	57,6
36	38	Manama	40,2	51,5	57,8
37	41	Hongkong	41,0	49,8	57,3
38	36	Ljubljana	61,7	49,4	48,0
39	37	Moscou	43,5	49,3	45,3
40	40	Johannesburg	49,0	49,2	49,2
41	39	Rome	53,6	48,9	45,5
42	42	Séoul	46,5	47,8	55,2
43	43	Tallinn	40,5	43,1	39,8
44	45	São Paulo	37,3	41,7	39,3
45	44	Prague	39,8	41,6	40,0
46	48	Rio de Janeiro	34,8	35,6	34,6
47	49	Kuala Lumpur	31,6	35,5	37,8
48	46	Doha	26,3	35,2	42,2
49	50	Singapour	31,2	35,2	38,0
50	47	Bratislava	32,8	35,0	34,0

Pouvoir d'achat

Dans quelles villes peut-on acheter le plus de biens et services avec le revenu moyen? Pour y répondre, il faut combiner le classement des salaires avec celui des prix à la consommation. Un niveau élevé de salaire ne suffit pas nécessairement à garantir un bon niveau de vie. En divisant le salaire annuel moyen par le niveau de prix, on obtient une mesure du pouvoir d'achat, qui permet une comparaison plus intéressante des différentes villes.

Importance du salaire net

Le pouvoir d'achat peut être mesuré en termes de salaire brut, c'est-à-dire en considérant les salaires avant déduction des impôts et charges sociales. Cependant, ce qui compte en pratique est plutôt le salaire net, qui correspond à la somme que les salariés peuvent effectivement consacrer à l'achat de biens et services. Lorsqu'on se livre à une comparaison du pouvoir d'achat du salaire net, les villes où les charges et impôts sont plus élevés reculent sensiblement dans le classement. Copenhague ou les villes allemandes, par exemple, offrent un salaire horaire net bien inférieur, ce qui correspond à un pouvoir d'achat diminué. Dans le classement basé sur les salaires nets, les villes les plus attractives sont Zurich, suivie de Sydney, Miami et Los Angeles.

Écarts de prix marqués dans l'habillement

L'une des catégories de biens pour lesquels les écarts de prix sont les plus marqués est l'habillement. Les femmes déboursent en moyenne mondiale 630 francs (420 euros) et les hommes 830 francs (553 euros) pour leur habillement.

A Zurich les dépenses vestimentaires moyennes s'établissent largement au-dessus de la moyenne, avec 1004 francs pour les femmes et 1305 francs pour les hommes. Cette différence dépend en partie des types de vêtements considérés.

Les villes les plus chères au monde en matière de prêt-à-porter féminin sont dans l'ordre Tokyo, Zurich, Genève et Vienne. Chez les hommes Tokyo arrive également en première place, suivie d'Oslo et Vienne.

L'étude d'UBS sur les prix et les salaires à travers le monde («Preise und Löhne – Ein Kaufkraftvergleich rund um die Welt») analyse les prix des achats vestimentaires réalisés dans des grands surfaces, et non dans des magasins spécialisés ou auprès d'enseignes de créateurs.

NIVEAU DE PRIX 2010

					Zurich = 100	
Rang 2010	Rang 2009	Villes	Sans loyer	Avec loyer		
1	1	Oslo	105.6	105.8		
2	2	Zurich	100.0	100.0		
3	4	Genève	98.5	101.0		
4	5	Tokio	92.7	99.3		
5	3	Copenhague	90.8	87.8		
6	6	New York	87.7	112.2		
7	16	Stockholm	85.1	82.0		
8	31	Toronto	83.5	85.3		
9	32	Montréal	80.7	80.6		
10	21	Londres	80.1	84.7		
11	24	Singapour	79.0	87.2		
12	38	Sydney	78.8	83.4		
13	7	Helsinki	78.8	79.4		
14	9	Paris	78.1	82.0		
15	8	Vienne	78.1	73.7		
16	19	Dubaï	77.1	91.1		
17	15	Los Angeles	76.9	81.2		
18	11	Munich	76.5	73.7		
19	14	Luxembourg	76.2	75.2		
20	34	Istanbul	76.1	77.3		
21	13	Francfort	75.3	74.9		
22	42	São Paulo	74.4	73.5		
23	10	Dublin	74.3	78.2		
24	17	Rome	72.8	74.6		
25	33	Tel Aviv	72.4	70.3		
26	45	Auckland	72.0	73.3		
27	25	Chicago	71.7	80.6		
28	18	Lyon	71.3	66.6		
29	20	Bruxelles	71.2	72.8		
30	22	Barcelone	70.4	70.5		
31	48	Rio de Janeiro	70.0	67.5		
32	28	Hongkong	69.9	83.1		
33	29	Miami	68.4	76.8		
34	26	Madrid	68.3	68.2		
35	23	Amsterdam	68.2	67.7		
36	27	Berlin	67.2	63.5		
37	30	Milan	66.3	69.2		
38	43	Séoul	66.0	68.3		
39	36	Athènes	63.0	60.5		
40	37	Nicosie	61.8	61.6		
41	35	Lisbonne	61.4	61.4		
42	50	Bangkok	59.0	52.7		
43	46	Taipeh	58.4	58.5		
44	56	Moscou	57.6	66.9		
45	64	Johannesburg	57.5	54.8		
46	39	Doha	56.3	66.3		
47	41	Shanghai	56.0	54.7		
48	65	Jakarta	55.5	55.5		
49	12	Caracas	54.8	59.0		
50	40	Ljubljana	54.5	52.2		

Zurich à la deuxième place des villes les plus chères au monde

Oslo, Zurich, Genève, Tokyo et Copenhague ressortent comme les cinq villes les plus chères au monde dans une comparaison du coût de la vie dans 71 métropoles internationales. Le classement inclut les frais de logement, qui représentent en moyenne un quart du budget des ménages ouest-européens. New York est de loin la ville la plus chère, suivie d'Oslo, Genève, Zurich et Tokyo.

Les prix des biens et services et les loyers sont supérieurs de 20% en moyenne à Genève et Zurich par rapport aux autres villes d'Europe occidentale.

Centralité du commerce de détail en Suisse

Une étude menée en 2009 en coopération avec un institut de recherche sur la consommation a permis d'établir les indices de centralité en Suisse, en combinant le chiffre d'affaires du commerce de détail avec le montant que les habitants des villes de plus de 10 000 habitants peuvent consacrer à leurs achats.

Le tableau suivant présente les chiffres obtenus pour les dix principales villes suisses.

Ville	Population	Centralité
Zurich	366,947	149.8
Genève	184,053	153.4
Bâle	165,092	154.6
Lausanne	123,104	138.2
Berne	122,870	176.0
Winterthour	98,728	124.0
St. Gallen	72,246	165.2
Lucerne	59,655	221.1
Lugano	54,677	134.1
Bienne	50,161	155.0

Ville	Canton	Population	Centralité
Spreitenbach	Argovie	10,541	468.1
Wallisellen	Zurich	12,858	396.0
Aarau	Argovie	15,779	252.0
Soleure (Solothurn)	Soleure	15,690	228.0
Kloten	Zurich	17,559	225.3
Lucerne	Lucerne	59,655	221.1
Pfäffikon	Zurich	10,331	220.5
Vevey	Vaud	17,831	216.6
Baden	Argovie	17,611	207.4
Schwyz	Schwyz	14,171	203.8

Une centralité supérieure à 100 indique un afflux extérieur d'acheteurs. Cela signifie que le chiffre d'affaires réalisé par les commerçants de la zone est supérieur à ce que peut générer la population locale. C'est une mesure de l'attractivité de la zone.

Une valeur inférieure à 100 signifie au contraire que le chiffre d'affaires réalisé est inférieur à ce que peuvent réaliser les habitants du secteur, indiquant qu'ils vont faire une partie de leurs achats ailleurs. Cela peut être dû par exemple à une palette de commerces pas assez diversifiée, ce qui ne permet pas aux clients potentiels de trouver tout ce dont ils ont besoin sur place.

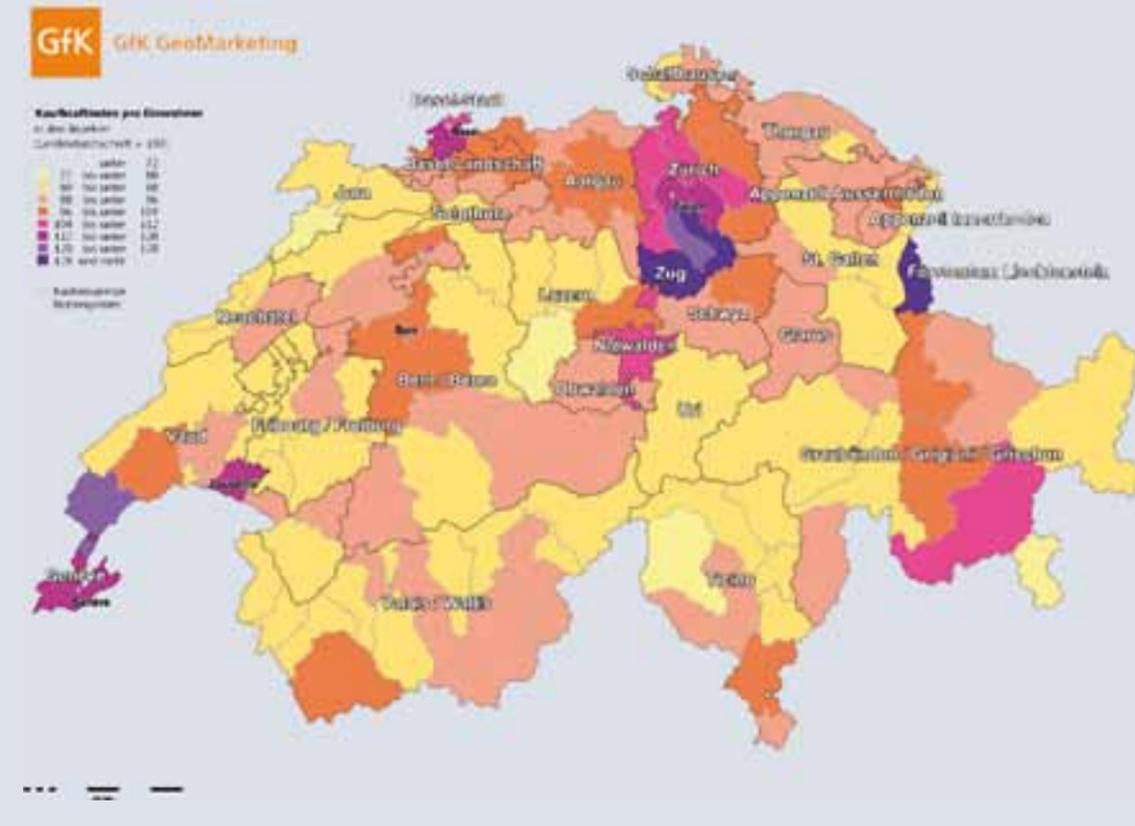
Lucerne et Berne jouissent d'une situation privilégiée en tant que dernières destinations «shopping» au nord des Alpes. Lucerne est la dernière grande ville avant le massif du Gothard, avec une offre commerciale bien étoffée. Bern profite également d'une position stratégique, bien que son avantage soit moins marqué. En particulier, une meilleure offre commerciale à Thoune ferait probablement baisser la centralité de Berne, en attirant notamment des acheteurs de l'Oberland bernois. La centralité de Thoune est déjà à un niveau élevé (150,1).

Le tourisme est la première cause de la bonne performance de Lucerne, qui obtient la centralité la plus élevée des grandes villes. Winterthour, l'une des villes suisses connaissant la plus forte croissance, se place juste derrière Zurich pour l'indice de pouvoir d'achat. La consommation d'articles de mode est de loin la plus élevée dans la plus grande ville suisse, Zurich. Les chiffres montrent que Winterthour est là aussi dans le peloton de tête.

L'analyse des indices de centralité les plus élevés du pays fait apparaître une combinaison récurrente de trois facteurs: excellente desserte, faible population et présence d'un pôle commercial très attractif, comme le centre commercial Shoppi-Tivoli et le premier IKEA implanté hors de Scandinavie à Spreitenbach, ou le centre commercial Glatt à Wallisellen.

La particularité de Lucerne apparaît encore une fois nettement. Les contraintes géographiques locales et les connexions routières avec les communes avoisinantes n'y ont pas permis l'émergence d'un pôle commercial en périphérie comme à Zurich ou Genève, favorisant le commerce de détail en centre-ville.

POUVOIR D'ACHAT SUISSE INCL. LIECHTENSTEIN 2010





Gucci Boutique, Poststrasse à Zurich

Références

Nous remercions les entreprises et journalistes dont les travaux ont servi à la réalisation de cette publication:

Textilwirtschaft (Informations sur l'économie du textile)
<http://www.textilwirtschaft.de>

Retail Week (Hebdomadaire sur le commerce)
<http://www.retail-week.co.uk>

Property Week (Journal sur la propriété foncière)
<http://www.propertyweek.com/news/news-by-sector/retail/forever-21-to-open-flagship-oxford-street-store/5009087.article>

Bloomberg Businessweek (Hédomadaire économique)
<http://www.businessweek.com/news/2010-04-19/uniqlo-s-fifth-avenue-lease-in-new-york-sets-record-update1-.html>

The Real Deal (Magazine immobilier de la région de New York)
<http://therealdeal.com/newyork/articles/behind-the-record-deal-for-666-fifth-avenue>

<http://therealdeal.com/newyork/articles/uniqlo-paying-20m-a-year-for-new-666-fifth-avenue-space>

The Independent (Journal anglais)
<http://www.independent.co.uk/news/business/news/us-fashion-chain-comes-to-london-2137036.html>

Tagesanzeiger (Quotidien suisse)
<http://www.tagesanzeiger.ch/wirtschaft/unternehmen-und-konjunktur/Matter-Rohner-Gaydoul--illustres-T>

NZZ (Quotidien suisse)
http://www.nzz.ch/nachrichten/wirtschaft/aktuell/coop_umsatz_1.8985990.html

http://www.nzz.ch/nachrichten/zuerich/weniger_umsatz_bei_jelmoli_1.7504532.html

Handelsblatt (Journal économique germanophone)
<http://www.handelsblatt.com/unternehmen/koepfe/schmiergeldaffaere-ikea-feuert-korruptions-aufklaerer;2530264>

Stern (Magazine d'information/reportages)
<http://www.stern.de/lifestyle/mode/hm-eroeffnet-flagshipstore-auf-den-champs-elysees-besser-ein-klamottenl>

GfK Switzerland Detailhandel Schweiz 2010 (Etude de marché sur le commerce de proximité en Suisse en 2010, par le groupe spécialisé GfK)
http://www.gfk.ch/imperia/md/content/iha-gfk/publikationen/andere/flyer_2010_subskription.pdf

UBS Research (Entité de recherche de la banque UBS)
http://www.ubs.com/1/g/wealthmanagement/wealth_management_research/prices_earnings.html

Credit Suisse Research (Entité de recherche du Credit Suisse)
<https://emagazine.credit-suisse.com/app/article/index.cfm?fuseaction=OpenArticle&aoid=275353&coid=157&lang=DE>

KPMG Real Estate (Agence immobilière KPMG)
<http://www.kpmg.ch/Themen/20066.htm>

Globus (Grande distribution suisse)
<http://www.globus.ch/de/ueber-globus/medien/2009-10-14-d-globus-expandiert-weiter.pdf>

Umdasch Shop-Concept (Merchandising/marketing)
<http://www.umdach-shop-concept.com/index2.php?local=1&catID=7&subCat=31&subSub=608&req=showNews&id=167&lang=de&flash=on>

CBRE Deutschland (Filiale allemande de CBRE, agence immobilière internationale)
http://portal.cbre.eu/portal/page/portal/research/publications/How%20Active%20are%20Retailers%20in%20EMEA_Exe

JLL Deutschland (Filiale allemande de JLL, agence immobilière internationale)
http://www.joneslanglasalle.de/ResearchLevel1/JLL_Germany_Retail_Ticker_Deutschland_H2-2010.pdf

C&W European Cities Monitor (Le moniteur des villes européennes par l'agence Cushman et Wakefield)
<http://www.cushwake.com/sites/landing/citiesmonitor/European-cities-monitor-2009-holding.pdf>

C&W Main Streets Across the World (Les rues commerçantes vues par l'agence C&W)
<http://www.cushwake.com/cwglobal/jsp/kcReportDetail.jsp?Country=GLOBAL&Language=EN&catId=100003&pld=c31300002p>

Union de la rue Monte Napoleone à Milan
<http://www.viamontenapoleone.org/eng/home.php>

Immo Report Österreich (Rapport immobilier sur l'Autriche)
http://www.immo-report.com/-gesellschaftliche-trends-oesterreich-marktstudie_848_42.php

Marktforschungsstudie der Deutsche Handelskammer in Österreich e.V. (Etude de marché des chambres de commerces allemandes en Autriche)
http://www.g-e-f-a.de/news_terminer/marktstudien/marktstudie_oesterreich_und_ungarn.html

CBRE Österreich (Filiale autrichienne de CBRE, agence immobilière internationale)
http://www.cbre.ie/at_de/research/vienna_reports

Colliers Österreich (Filiale autrichienne de Colliers, agence immobilière internationale)
http://www.colliersinternational.com/Content/Repositories/Base/Markets/Austria/English/Market_Report/PDFs/marketreport

Wüest & Partner
City maps Zurich, Genève

locationgroup

locationretail

locationluxury

locationinvestment

shopmatch.com

LOCATION GROUP · Usterstrasse 23 · CH-8001 Zurich · T +41 (0)44 225 95 00 · www.location.ch



locationgroup