



FOCUS Commerce

AVENUE VICTOR HUGO: AU CHIC PARISIEN

Artère typique du 16^{ème} arrondissement avec ses commerces fréquentés essentiellement par une clientèle de quartier, l'avenue Victor Hugo rassemble bon nombre d'enseignes, en particulier de prêt-à-porter. Des enseignes au « turn over » important comme le souligne Mickael Intins. Cependant, le directeur du département retail de CBRE, qui se livre à une analyse détaillée, attire l'attention sur les valeurs locatives demandées par les bailleurs, qui « ne sont pas toujours en adéquation avec les performances envisageables sur cet axe »



« **D**écemment dénommée avenue d'Eylau, l'avenue Victor Hugo a été rebaptisée le 28 février 1881 en hommage au célèbre écrivain » introduit Mickael Intins, qui ajoute : « très appréciée des Parisiens, cette artère incarne le 16^{ème} chic, avec des bâtiments pour la plupart haussmanniens mêlant bureaux et résidentiel. Après la rue de Passy, l'avenue Victor Hugo est l'artère commerçante la plus connue de cet arrondissement ». Et le directeur du département retail de CBRE de souligner : « principalement fréquentée par une clientèle de quartier, plutôt féminine, elle regroupe l'essentiel des enseignes de prêt-à-porter moyen/haut de gamme. Peu de touristes semblent s'y presser pour y faire du shopping »

Un trafic piétons très irrégulier

Précisant que son analyse « porte, en particulier, sur le tronçon de l'avenue le plus intéressant en matière de commerce, un peu moins de 700 mètres reliant la place du Général de Gaulle à la place Victor Hugo », le spécialiste affirme qu'en terme de trafic, « les chiffres sont impressionnants : plus de 2,4 millions de véhicules sortant de l'avenue Victor Hugo vers la place de l'Etoile, constituant un véritable atout pour les enseignes en terme de visibilité. Mais cette avenue est aussi connue, malheureusement, pour ses enlèvements de véhicules, contraignant les commerçants à innover en la matière, en mettant en place, notamment, un service de voituriers pour pallier ce phénomène... A contrario, le trafic piéton est, quant à lui, très

irrégulier, même si la sortie du métro Victor Hugo sur la place draine environ 4 millions de voyageurs par an ».

En terme de valeurs locatives, « il y a peu d'écart dans cette partie de cet axe puisque la moyenne se situe entre 1400 et 2500 euros (HT, HC) du mètre carré. Il existe, cependant, un vide naturel, puisque certains pieds d'immeubles ne sont pas commerciaux, tels les numéros 56, 60, 62 ou 89 de l'avenue.

Un « turn over » important

« Entre la place de l'Etoile et la place Victor Hugo, les boutiques sont généralement de petite taille, pour la plupart d'une surface inférieure à 100 m², même si certaines dérogent à la règle, telles les surfaces occupées par Sephora, Grand Optical ou encore Zara, qui se situent dans des immeubles plus récents » souligne le conseil qui note, également, « l'arrivée d'une surface alimentaire très attendue dans la zone qui souffrirait de ce manque, avec le concept Monop' ». Il fait valoir que « certaines maisons tels Prunier, Lenôtre ou le célèbre établissement L'Aventure demeurent de véritables institutions dans le quartier et concourent à pérenniser le standing de la rue ». Néanmoins, « de nombreuses boutiques changent régulièrement d'enseignes, à l'exemple de Gérard Pasquier ou Guêpes et Papillons qui viennent d'arriver. Le « turn over » est, en effet, assez important. Ceci pour deux raisons : tous les concepts ne trouvent pas leur place et les prétentions financières des bailleurs sont parfois difficiles à supporter, notam-



Massimo Dutti au 27

ment pour les nouvelles enseignes débutant leur développement ».

Plus précisément, « le tronçon impair est plus orienté luxe, avec Céline et Fratelli Rosetti, qui ont une clientèle fidèle privilégiant le côté intimiste de l'expérience shopping. En soulignant, également, l'arrivée de l'italien Pinko le 26 mars dernier, avec une très belle boutique d'angle au numéro 14. Dans cette partie, les valeurs locatives moyennes frôlent les 2 000 euros (HT, HC) du mètre carré. Les enseignes « abordable luxury » de type Sandro, Apostrophe ou Maje répondent aux besoins de la clientèle essentiellement résidentes des environs. Isabel Marrant, totalement centrée, est une destination très prisée ; il suffit de constater le nombre de clients lors des soldes ». Mickael Intins précise que « CBRE, très actif dans le secteur, a participé au transfert de Ventilo, remplacé par The Kooples. Ventilo a repris, sur 68 m² de surface pondérée à 1 551 euros (HT, HC) du mètre carré, le local de Robert Clergerie. The Kooples, déjà présent au numéro 20 de l'avenue, a ouvert une très belle boutique au 51. Balibaris, voisin de ce dernier au numéro 49, s'est installé sur 66 m² pondérés moyennant un loyer pur de 125 000 euros (HT, HC), soit une valeur locative de 1 894 euros (HT, HC) du mètre carré. Twin Set Simona Barbier, l'enseigne de prêt-à-porter italien féminin arrivée l'an dernier sur 56 m², a participé à la flambée des valeurs avec ses 2 283 euros (HT, HC) du mètre carré ».

Sur la place, « essentiellement occupée par des brasseries comme le célèbre Scossa, les valeurs locatives sont les plus

élevées, avec pour illustration André qui a repris l'ancienne boutique George Rech en angle avec un prix de cession de plus de 2 millions d'euros pour 230 m² de surface pondérée, faisant ressortir une valeur locative moyenne de 2 500 euros (HT, HC) du mètre carré ».

Attention aux valeurs demandées

« La seconde partie de l'avenue est très calme en terme de transactions. Elle s'apparente à un petit centre-ville de régions, avec des enseignes plutôt nationales, dites de proximité, telles que Nicolas, McDonald's, Caroll, Etam ou Marionnaud. Les habitants y ont leurs habitudes et les jeunes du quartier se retrouvent régulièrement au numéro 90, chez Starbucks. Les valeurs locatives sont comprises entre 600 et 1 000 euros (HT, HC) du mètre carré » analyse le spécialiste. Au final, Mickael Intins affirme que « la mixité de l'avenue Victor Hugo, avec ses immeubles de bureaux et d'habitations », permet toujours d'attirer les enseignes voulant une adresse plutôt prestigieuse dans le 16^{ème} arrondissement. Attention, cependant, aux valeurs demandées par les bailleurs, qui ne sont pas toujours en adéquation avec les performances envisageables sur cet axe. En effet, les chiffres d'affaires constatés ne permettent pas des loyers disproportionnés. À titre d'exemple, les rumeurs de marché s'amplifient concernant le départ annoncé de Nespresso pour cause, justement, de loyer trop important Une affaire à suivre »

■ Thierry Mouthiez



Mickael Intins, directeur du département retail de CBRE



La Maison Prunier, au 16 de l'avenue, devient dans les années 1920, l'unique restaurant au monde capable de servir du caviar pêche vingt quatre heures plus tôt et le premier à produire son propre caviar en France. Emile Prunier trouve un établissement à l'ouest de Paris, à l'angle de l'avenue Victor Hugo et de la rue de Truttart, qui a décoré dans le plus pur style Art Deco très en vogue à l'époque. Ce nouveau lieu est inauguré en 1925 sous le nom de « Prunier Truttart »



Victor Hugo résida dans un hôtel particulier au 130 de l'avenue, de 1891 au 22 mai, 1885 ou il y decéda. En 1907, cet hôtel particulier fut détruit pour être remplacé par un immeuble haussmannien réalisé par l'architecte Pierre Humbert. Afin de rendre hommage à l'écrivain, Fonsvegnis sculpta son visage au-dessus du porche du numéro 174. Ce superbe édifice remporta un prix lors d'un concours de façades en cette même année 1907.



