

DILS / EOL.

9M 2026 - FRANCE

RETAIL CAPITAL MARKETS

INDICATEURS ÉCONOMIQUES

L'économie française **recule de 0,1 % au T3** et l'objectif de +0,5 % sur l'année s'éloigne. L'inflation repart sous l'effet du choc énergétique (**3,1 % sur un an en septembre**) et pèse sur une consommation déjà freinée par une confiance dégradée et un chômage en hausse. Sur les marchés, **l'OAT 10 ans s'envole à 4,86 %** fin septembre (+121 pb depuis fin juin), renchérissant fortement le coût du capital.

-0,1% ↘
Évolution du PIB au T3 2026 (vs. T2)
Prévision annuelle 2026 : +0,4 %

3,1% ↗
Inflation sur 1 an en septembre 2026 (IPC)
+1,3 pt depuis juin, plus haut depuis 2024

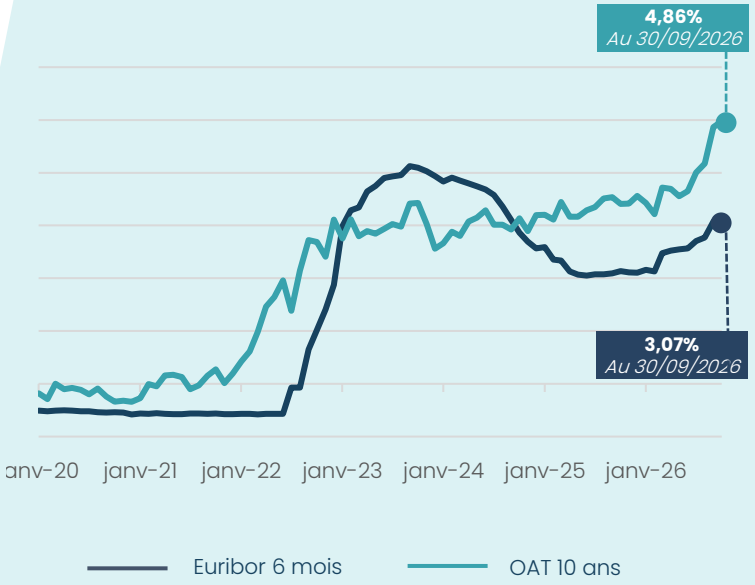
17,2% ↘
Taux d'épargne des ménages au T2 2026
Signe de la prudence des ménages

4,86% ↗
OAT 10 ans au 30/09/2026
Forte hausse de l'OAT : +121 pb depuis le 30/06/2026 (3,65 %)

8,3% ↗
Taux de chômage national au T2 2026
(+0,7 pt sur 1 an)

85 ↘
Confiance des ménages septembre 2026
-3 pts sur 1 an

Evolution OAT 10 ans et Euribor 6 mois



Source : Insee, Investing.com, BCE

MARCHÉ DE L'INVESTISSEMENT

Immobilier d'entreprise – 9M 2026

+16%
Vs. 9M 2025

10,3 Mds €
Volume investi

+16 % sur neuf mois, une hausse portée par deux opérations hors norme

Avec **10,3 Mds€** investis sur neuf mois, le marché progresse de 16 % sur un an. Mais cette hausse repose sur deux opérations hors norme, le portefeuille Proudreed (Blackstone, ≈2,3 Mds€) et Capital 8 (Pontegadea, ≈850 M€), qui pèsent à elles seules 30 % des volumes. **Sans elles, l'activité recule de 19 %** et l'année reste sous sa moyenne quinquennale.

Le marché reste concentré et sélectif : les opérations de plus de 100 M€ captent 56 % des montants, et les bureaux franciliens portent l'essentiel du T3 (58 % des volumes du trimestre). Il est porté par des capitaux peu dépendants de la dette : **les investisseurs étrangers atteignent un niveau record** (près de 60 % des volumes, contre 38 % en moyenne sur dix ans) et **la part des investisseurs privés a presque triplé** (21 %).

À l'inverse, les SCPI (qui investissent largement hors de France), les assureurs et les banques, historiquement au cœur du marché, restent en retrait.

La remontée de l'OAT cet été éloigne la perspective d'un retour aux volumes d'avant la hausse des taux.

BUREAUX

Capital 8 masque un marché au plus bas

Les bureaux totalisent **4,13 Mds€** sur neuf mois (+3,1 % sur un an), dont 2,14 Mds€ au T3. Ce volume reste toutefois 35 % sous sa moyenne quinquennale et, sans la vente de Capital 8 (≈850 M€), il recule de 18 % à 3,3 Mds€, **son plus bas niveau sur neuf mois depuis 2009**.

Le bureau fait face à un défi structurel : **le télétravail et le flex office réduisent durablement les besoins en surfaces**. Les investisseurs se concentrent sur les emplacements centraux : l'Île-de-France capte 86 % des volumes, et le seul QCA 56 % des volumes franciliens.

Avec une OAT supérieure au taux prime, les dossiers core peinent à se conclure et **le value-add pèse plus de la moitié des volumes**.

LOGISTIQUE & LOCAUX D'ACTIVITÉS

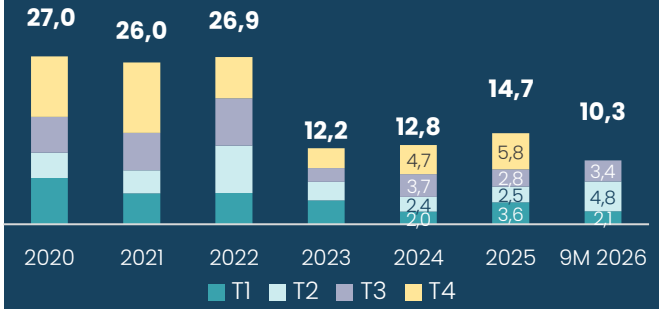
Des fondamentaux intacts, un 1er signal de reprise au T3

Croissance de l'e-commerce, rareté du foncier, position centrale dans les chaînes logistiques européennes : la France reste une cible privilégiée des **investisseurs internationaux, qui représentent 84 % des volumes**, portés par les fonds nord-américains.

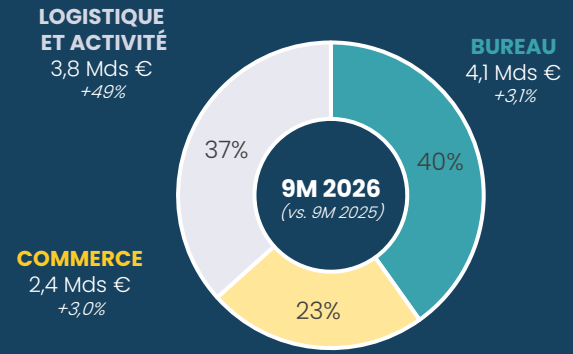
Le T3, le plus actif de l'année, en témoigne : portefeuille Asphalte (Morgan Stanley, 110 M€) et plateforme Som'link près d'Amiens (Clarion Partners, ≈85 M€). Les volumes restent toutefois bas : **la logistique totalise 1,05 Md€ sur neuf mois (-48 %), un point bas sur dix ans**, freinée par l'écart de prix entre vendeurs et acquéreurs sur les grands portefeuilles.

Avec le portefeuille Proudreed (Blackstone, ≈2,3 Mds€), l'ensemble logistique et activités atteint 3,77 Mds€ (+49 %).

Investissement en immobilier d'entreprise en France, par trimestre
(en Mds €)



Montant investi sur 9M 2026 par typologie d'actif*



* Bureau, commerce, logistique et activité

LE MARCHÉ DE L'INVESTISSEMENT

Taux de rendement immobilier d'entreprise

Evolution des taux de rendement « prime » entre T2 2026 et T3 2026

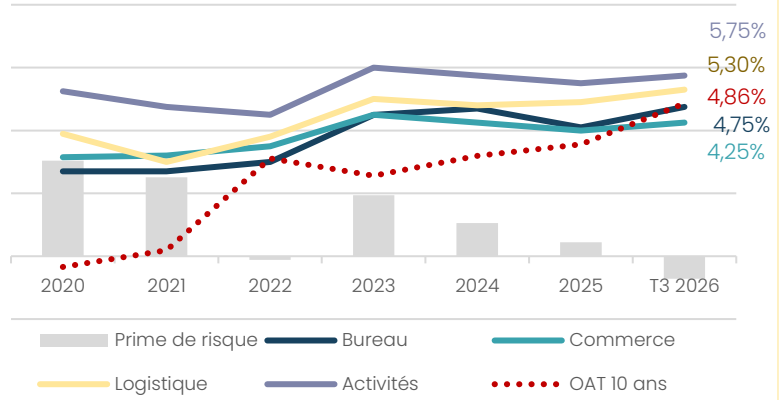
4,75% Bureaux T3 2026 ↗	4,25% Commerce T3 2026 ↗
5,30% Logistique T3 2026 ↗	5,75% Activités T3 2026 =

L'OAT 10 ans a bondi de **121 pb depuis fin juin, à 4,86 %** fin septembre, sous l'effet de l'inflation énergétique, du resserrement de la BCE et des incertitudes budgétaires.

Les taux prime décompressent sur toutes les classes d'actifs sauf l'activité : bureaux (4,75 %), commerce (4,25 %), logistique (5,30 %). **Les primes de risque deviennent négatives sur le bureau (-11 pb) et le pied d'immeuble prime (-61 pb)** ; seules la logistique (+44 pb) et l'activité (+89 pb) conservent une prime positive.

Les taux prime n'ont pas encore intégré toute la hausse de l'OAT, mais le marché a déjà commencé à s'ajuster : de nombreux dossiers en cours sont repricés et **près de la moitié des actifs mis en vente ont été retirés faute d'accord sur le prix**. De nouvelles décompressions sont à prévoir dans les prochains trimestres.

Evolution des Taux de rendement "prime" sur le marché de l'investissement en immobilier d'entreprise (en %)



INDICATEURS COMMERCE

La consommation des ménages en biens progresse de 0,4 % au T3, mais recule en août et en septembre, et **l'habillement chute de 2,3 %** : les ménages restent prudents et le climat des affaires dans le commerce de détail se dégrade (-3 points en un mois). L'e-commerce continue de gagner des parts (+8,5 % sur un an au T2). Dans ce contexte, **les meilleurs actifs tirent leur épingle du jeu** : chez les grandes foncières cotées, les ventes des enseignes progressent de 3 à 5 % et le taux d'occupation atteint 96 à 98 %.

+0,4%

Évolution de la consommation des ménages en biens

Recul en août et septembre ; habillement -2,3 %

52,2 Mds€

CA e-commerce au T2 2026

+8,5 % sur 1 an (Fevad)

96

Climat des affaires du commerce de détail (y compris commerce et réparation automobiles)

-3 pts en 1 mois mais +3 pts sur 1 an (septembre 2026)

+3 à +5 %

Ventes des enseignes (foncières cotées)

9 mois 2026 – FACT : +0,2 %

+0,26%

Variation de l'ILC sur 1 an (T2 2026 / T2 2025)

96 à 98 %

Occupation (foncières cotées)

URW, Carmila, Klépierre, Mercialys

Source : Insee, Fevad, FACT, publications des foncières cotées (URW, Klépierre, Carmila, Mercialys)



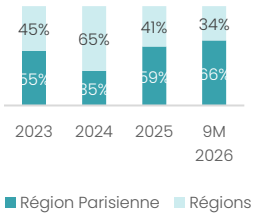
LE MARCHÉ DE L'INVESTISSEMENT

Immobilier de commerce 9M 2026

+3%
Vs. 9M 2025

23%
Part de l'immobilier de commerce

Montant investi en immobilier commercial selon la localisation géographique depuis 2023



Un marché qui maintient son niveau malgré un T3 en retrait

Avec 558 M€, **le T3 est en retrait par rapport au T2** (939 M€). Sur neuf mois, le commerce totalise **2,38 Mds€ (+3 %)**, dont 65,5 % en région parisienne, et les réitérations attendues au T4 devraient porter l'année autour de 3 Mds€. **Le pied d'immeuble parisien, moteur du S1, laisse la place à la périphérie et aux murs alimentaires.**

Pied d'immeuble : un marché à deux vitesses

Le luxe parisien concentre les gros volumes, portés par des fonds et des investisseurs privés, français et internationaux : 29-33 Champs-Élysées (BlackSwan, 402 M€), 91 Champs-Élysées (Foncière Renaissance / Mimco, 320 M€), BHV Marais (Brookfield, 300 M€). Au T3, une opération significative : 49 avenue Montaigne (Aroxys / Indosuez WM, ≈57 M€). **Hors luxe, les volumes sont plus modestes**, portés par les SCPI, les privés et les spécialistes du retail (Uniqlo à Nantes par Corum, portefeuille rue de la République à Marseille par la Régie du Commerce, Bouchara à Versailles par Braxton AM).

Périphérie : la demande excède toujours l'offre

Sans développement neuf, des taux attractifs adossés à **des fondamentaux solides attirent un large spectre d'acheteurs**, sur les meilleures zones et les meilleures enseignes. Foncières, fonds et assureurs se positionnent sur les gros volumes (Hines à Chasse-sur-Rhône, Redevco à Garges-lès-Gonesse, Retail Estates à Osny), tandis que les SCPI et les privés ciblent les tickets de 0 à 20 M€ (Swiss Life AM à Treillières, Midi 2i à Honfleur, Sofidy à Thionville, HSBC REIM à Avignon). Sur ces deux segments, les investisseurs restent très attentifs aux opportunités. **Plusieurs retail parks d'envergure devraient être mis en vente dans les prochaines semaines.**

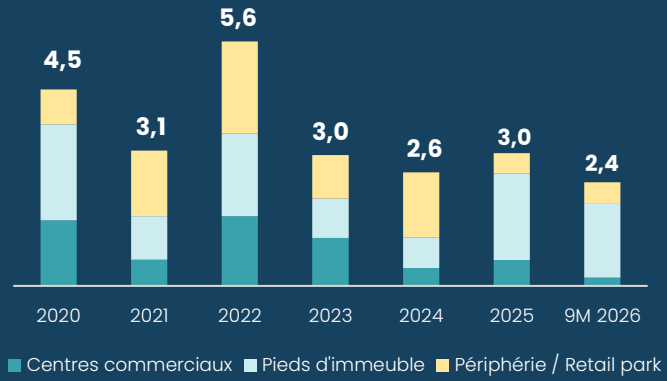
Centres commerciaux : un marché étroit et sélectif

Pas de transaction prime, mais des galeries qui se traitent à 8-9 %. Le plus gros deal de l'année est Aushopping Amiens Sud (70 M€, cédé à des investisseurs privés) ; au T3, les Halles de Chambéry (Magellim RE, ≈35 M€, 8,00 %) et les Fontaines des Clairions à Auxerre (Othrys). **Les foncières cotées redeviennent acheteuses**, de manière sélective (Carmila à Quetigny), portées par des performances d'exploitation solides et des taux attractifs sur des actifs core+.

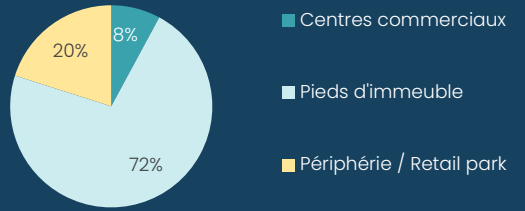
Murs alimentaires : le retour des grands volumes

Plus de 300 M€ investis sur neuf mois, déjà plus que sur l'ensemble de 2025. Le marché est porté par les externalisations des distributeurs : fin septembre, Carrefour a cédé en sale & leaseback 35 magasins (dont 32 en France) à la JV GIC / Atrato pour ≈290 M€. Les opérations unitaires complètent le tableau (Intermarché à Marseille par le groupe YCS, à Toulouse par Swiss Life). En octobre, **l'acquisition par Patrizia de 24 magasins Lidl, dont 6 en France, confirme l'appétit des fonds étrangers** pour cette classe d'actifs.

Investissement en commerce en France par typologie
(en Mds €)



Proportion du montant investi par typologie d'actif commerce sur 9M 2026



LE MARCHÉ DE L'INVESTISSEMENT

Immobilier de commerce au 9M 2026

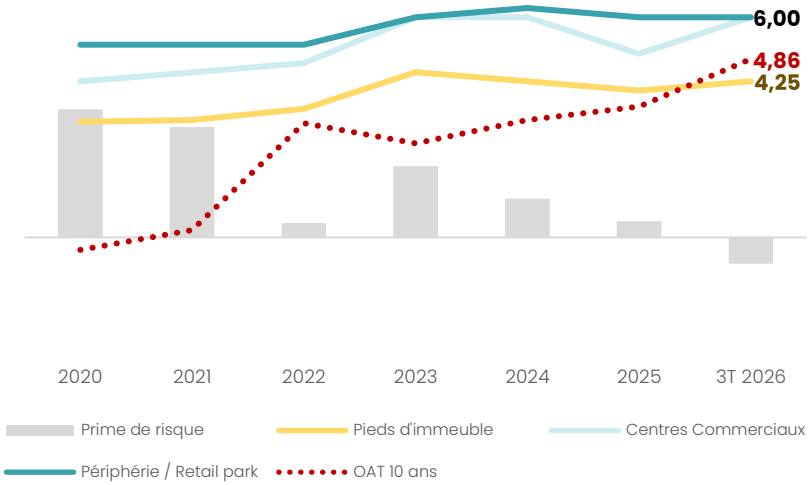
Taux de rendement « prime » Retail au T3 2026

Pieds d'immeuble (Luxe Paris) T3 2026	Périphérie / RP T3 2026	Centres commerciaux T3 2026
4,25% ↗	6,00% =	6,00% ↗

Avec une OAT à 4,86 % fin septembre, **la décompression touche le pied d'immeuble et les centres commerciaux** ; les retail parks, où la demande excède l'offre, résistent.

- **Pieds d'immeuble – 4,25 % (+25 pb)** : prime de risque négative (-61 pb). Ce niveau est réservé au luxe parisien ; hors luxe, le taux prime s'établit autour de 5 %.
- **Périphérie / Retail park – 6,00 % (stable)** : la prime de risque reste confortable (+114 pb). La rareté de l'offre et la solidité des fondamentaux maintiennent la pression acheteuse : la vente de Chasse Sud à Hines, conclue sous les 6 %, conforte ce niveau.
- **Centres commerciaux – 6,00 % (+75 pb)** : taux théorique, faute de transaction prime ; les galeries se traitent entre 8 et 9 % (Halles de Chambéry 8,00 %, Grand Quetigny ≈9 %).

Evolution des taux de rendement « prime » en immobilier de commerce
(en %)



RETAIL CAPITAL MARKETS
Principales transactions T3 2026

Portefeuille alimentaire	Périphérie	High street	Centre commercial
			
35 magasins Carrefour – Sale & leaseback France (32 magasins) et Espagne (3)	**Chasse Sud Chasse-sur-Rhône (38)**	**49 avenue Montaigne Paris 08 (75)**	**Les Halles de Chambéry Chambéry (73)**
T3 2026	T3 2026	T3 2026	T3 2026
NC	52 400 m²	660 m²	14 000 m²
Carrefour (26 Carrefour Market, 6 hypermarchés)	Decathlon, Boulanger, C&A, Gémo, Maxi Toys, ...	NC	NC
≈290 M€ | ≈6,5%	≈100 M€ | < 6 %	57 M€ | < 4 %*	≈35 M€ | ≈8,00 %
Carrefour	TwentyTwo Real Estate	Investisseur(s) privé(s)	Generali
Atrato Group, GIC	Hines	Aroxys / Indosuez WM	Magellim RE

*Taux de rendement net initial

RETAIL CAPITAL MARKETS

Tendances et prospectives

Volume

Atterrissage 2026 autour de **3 Mds€**, stable sur un an, porté par les grandes opérations parisiennes, les ensembles commerciaux et les portefeuilles alimentaires.

Taux

Avec une OAT proche de 5 % et une BCE qui resserre, **la décompression devrait se poursuivre en 2027**, dans un attentisme marqué jusqu'à la présidentielle.

Liquidité

Les tickets de 5 à 20 M€ restent les plus liquides : ils attirent le plus large spectre d'acheteurs (SCPI, privés, foncières, spécialistes retail, utilisateurs).

Pieds d'immeuble

- **Marché à deux vitesses** : le luxe parisien reste ciblé par les investisseurs patrimoniaux et les fonds étrangers, peu sensibles au coût de la dette.
- Hors actifs prime et en région, **la liquidité passe par une correction des taux** : les spécialistes restent actifs sur les marchés locaux dès lors que le rendement offre une prime suffisante sur le coût du financement.

Périphérie / Retail park

- **Demande toujours supérieure à l'offre.**
- Forte demande des fonds étrangers sur les gros volumes.
- Critères décisifs : taux d'effort, loyers soutenables, mix merchandising, WALB, décret tertiaire.
- **Plusieurs retail parks d'envergure** mis en vente dans les prochaines semaines ou en cours de closing.

Centres commerciaux

- Pas de référence core : taux prime théorique, **décompression attendue**.
- **Retour des foncières cotées**, des privés et des asset managers sur les galeries intermédiaires, à 8-9 %.
- Performances opérationnelles solides des foncières spécialisées cotées (occupation de 96 à 98 %).
- **Création de valeur par la diversification des usages** : loisirs, sport, santé, services.

Murs alimentaires

- **Les externalisations des distributeurs deviennent un relais de volume** (Carrefour, Lidl).
- Baux longs et fermes, recherchés par les fonds étrangers et souverains (GIC, Patrizia).
- D'autres portefeuilles sont attendus en 2027.

SPOTLIGHT

Le marché des loisirs et des sports *indoor*

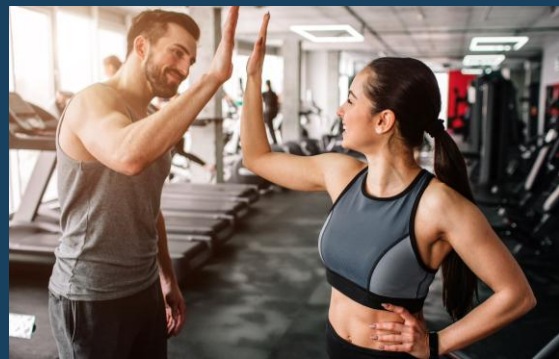
Tendance de fond ou effet de mode ?





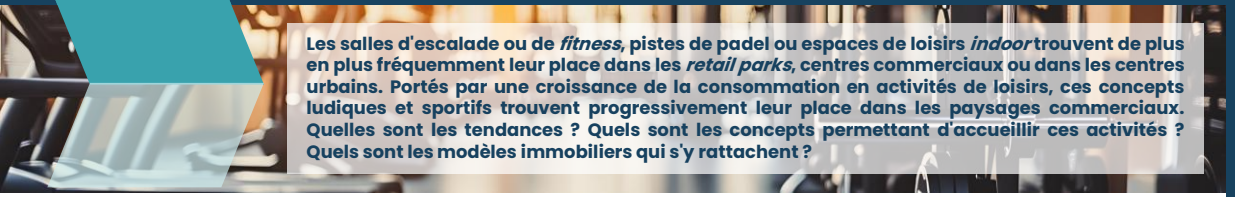






SPOTLIGHT

Le marché des loisirs et des sports indoor : tendance de fond ou effet de mode ?



Les salles d'escalade ou de *fitness*, pistes de padel ou espaces de loisirs *indoor* trouvent de plus en plus fréquemment leur place dans les *retail parks*, centres commerciaux ou dans les centres urbains. Portés par une croissance de la consommation en activités de loisirs, ces concepts ludiques et sportifs trouvent progressivement leur place dans les paysages commerciaux. Quelles sont les tendances ? Quels sont les concepts permettant d'accueillir ces activités ? Quels sont les modèles immobiliers qui s'y rattachent ?

70 ans d'héritage et de transformation des espaces

Déjà en 1954, il y a plus de 70 ans, l'inventeur des *shopping malls*, l'architecte Victor Gruen, imaginait que ces structures urbaines dédiées au commerce, à l'époque nouvelles, aient une fonction plus large de lien social, d'accès à la culture et aux loisirs.

Dans le premier *shopping mall* de Detroit, Victor Gruen imaginait voir cohabiter dans le même ensemble des commerces, mais aussi des cafés, des services de proximité (banque, poste, coiffeur, etc.) et des espaces de rencontre et de loisirs, des terrains de sport, des cinémas, un auditorium…

La cohabitation des fonctions permettait de recréer en périphérie des villes un véritable centre. Les visiteurs laissaient leur voiture sur un parking puis pouvaient, sur un espace réduit, faire leurs achats, rencontrer des amis, profiter de services et de loisirs.

Si tout cela nous semble aujourd'hui commun, il s'agissait à l'époque d'une conception totalement nouvelle de l'espace commercial, dont nous continuons à nous inspirer.

Les loisirs *indoor* : un secteur en pleine croissance, reflet d'une évolution de la consommation

Le SPACE (Syndicat Professionnel des Acteurs des loisirs *indoor*) affirme représenter 2 000 établissements et un chiffre d'affaires de 2 milliards d'euros. En toile de fond apparaît une orientation des dépenses des ménages vers les activités ludiques et sportives. Une récente étude du CRÉDOC indique une croissance en volume de 17 % de ces activités entre 2019 et 2025 alors même que, sur la même période, les dépenses pour les biens diminuaient de 4 %. Cet effet sur la consommation a son néologisme : la *funflation*, reflet d'une transformation de la consommation au profit d'expériences dites « émotionnelles » qui se déclinent sous de multiples formes, dont les loisirs *indoor*.

Derrière ce terme se cache une grande diversité de loisirs, sportifs ou récréatifs, pour tous les types de population, des enfants aux seniors. Parmi les activités sportives, nous retrouvons les salles de *fitness*, le *bowling*, l'escalade en salle, le *trampoline park*, le *karting* mais aussi le tennis, le badminton, le *squash* et le padel. Les activités ludiques sont tout aussi nombreuses, allant des espaces de jeux aux *laser games*, *escape games* et à la réalité virtuelle. Pour les centres-villes mais aussi les *retail parks* et les centres commerciaux, cette transformation de la consommation au profit des loisirs se traduit par de nouveaux usages et par l'accueil de concepts commerciaux répondant à cette demande.

FUNFLATION : LES LOISIRS PORTENT LA CONSOMMATION

Dépenses des ménages en volume, par rapport à 2019



FUNFLATION *fun + inflation*
Expérience dite « émotionnelle » - Appétit croissant des Français pour les loisirs premium (concerts, parcs à thème, événements sportifs, restaurants…) malgré la forte hausse de leurs prix.

1 sur 3
des Français ont acheté une formule de loisirs premium sur 12 mois

1 sur 2
chez les 18-24 ans

LE SECTEUR DES LOISIRS INDOOR

~2 Md€
de chiffre d'affaires

>2 000
établissements

>13 M
de visites par an

Sources : CRÉDOC, Consommation et modes de vie n° 348, juin 2025 ; SPACE (2025), via Toute la Franchise ; FACT, livre blanc mars 2026, via Banque des Territoires (23/03/2026).

SPOTLIGHT

Le marché des loisirs et des sports indoor : tendance de fond ou effet de mode ?



Les complexes multi-activités ont le vent en poupe

Ce concept très récent en France connaît une croissance fulgurante. L'idée assez simple consiste à regrouper dans un même espace couvert, souvent d'assez grande dimension, une diversité d'activités de loisirs et de sport, complétée par une offre de restauration, voire commerciale, le tout dans une ambiance particulière. Ciblant notamment les événements festifs, tant personnels que professionnels, ce concept permet au public de passer d'une activité à une autre, sans changer d'espace, et de profiter d'une ambiance soignée et attractive.

Les acteurs qui se sont positionnés sur cette idée connaissent une croissance, pour certains d'entre eux, impressionnante. C'est le cas du groupe Hadrena, fondé seulement en 2021, qui exploite plus de 150 sites en Europe et aux États-Unis. Ses enseignes *Speedpark*, *Games Factory*, *Eclipso*, *Fort Boyard Aventures* ou *Koezio* s'implantent en périphérie des villes, dans des bâtiments de 4 000 à 5 000 m² accueillant une diversité d'activités. À titre d'exemple, le groupe s'est implanté dans le centre commercial Carrefour de Rennes-Cesson avec un espace *Speedpark* déployé sur 6 000 m² et un espace *Fort Boyard Aventures* sur 1 000 m². On y retrouve une dizaine d'activités différentes sur un même site.

Autre enseigne très présente dans les centres commerciaux dans des surfaces de 1 500 à 4 000 m², *La Tête dans les Nuages* se positionne autour des jeux vidéo et de la réalité virtuelle. Cet acteur soutenu par Bpifrance a déjà développé une douzaine de complexes en France.

Les développeurs de centres commerciaux investissent dans des espaces permettant aux consommateurs de vivre ces expériences nouvelles. En Essonne, la Compagnie de Phalsbourg a inauguré le 21 mai 2026 la première phase de Valvert Croix-Blanche, extension de la zone commerciale de la Croix-Blanche, avec 65 000 m² de commerces organisés autour d'un parc de plus de 11 hectares. Les loisirs y sont centraux : salle de sport, huit terrains de padel, basket, football à cinq, escalade, espaces ludiques et une exposition immersive consacrée aux dinosaures, ainsi qu'un pôle de restauration de 18 enseignes. Le projet a été distingué meilleur nouveau projet de développement aux MAPIC Awards 2026.

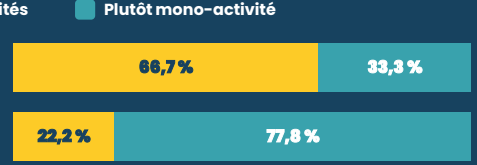
DES PROJETS DE LOISIRS EN FORTE HAUSSE

+51 %
de projets de loisirs livrés en 2025 par rapport à 2024
(+103 % par rapport à 2023)

~30 %
des m² d'ensembles commerciaux produits en France en 2025 sont dédiés aux loisirs

LES SITES MULTI-ACTIVITÉS RÉSISTENT MIEUX

Établissements de loisirs indoor, été 2025 par rapport à l'été 2024



Lecture : parmi les sites dont le CA a progressé, 66,7 % sont plutôt multi-activités.

UN ACTEUR EMBLÉMATIQUE : HADRENA

~150 centres

6 pays

~150 M€ de chiffre d'affaires

>12 M de visiteurs par an

Speedpark, Games Factory, Fort Boyard Aventures, Koezio… · chiffres déclarés par le groupe, septembre 2026

Sources : FACT, Les tendances de l'immobilier de commerce 2026, livre blanc SIEC, mars 2026, p. 7, 9 et 10 (dont Observatoire des loisirs 2025 du SPACE) ; Hadrena : Influencia, 15/09/2026.

SPOTLIGHT

Le marché des loisirs et des sports indoor : tendance de fond ou effet de mode ?





VALVERT CROIX BLANCHE

Inauguration en mai 2026







SPOTLIGHT

Le marché des loisirs et des sports indoor : tendance de fond ou effet de mode ?



Foot5 et padel : effet de mode ou modèle commercial pérenne ?

Loin d'avoir remplacé le tennis, qui compte plus de 30 000 courts en France et entre 3 et 4 millions de pratiquants, le padel, phénomène très récent, compte déjà 4 520 pistes et près d'un million d'adeptes.

Le padel aurait été inventé au Mexique, par un homme d'affaires qui manquait de place pour réaliser chez lui un court de tennis.

Le padel séduit de plus en plus mais est aussi un sujet de rentabilité économique. Le tennis permet de faire jouer 2 à 4 personnes sur un terrain de 650 m² alors que 2 à 3 pistes de padel peuvent être réalisées sur la même surface, permettant de faire jouer simultanément 8 à 12 personnes.

Le *foot5* trouve lui aussi ses origines en Amérique latine, dans les années 1940. Il est apparu en France en 1997 et est pratiqué de façon régulière par 1,5 million de joueurs, sur près de 1 000 terrains.

Deux groupes principaux dominent le marché de l'exploitation de ces salles, souvent avec un modèle mixte *foot5* et padel. Le groupe *Urban*, filiale de la Compagnie des Alpes, exploite ainsi 41 sites en France. Autre acteur de ce secteur, le groupe *Players* exploite en propre et en franchise plus de 40 sites mixtes de *foot5* et de padel. Il prévoit 3 à 5 ouvertures nouvelles par an.

Plusieurs autres acteurs développent des clubs *indoor* spécialisés dans le padel. Le groupe *Padelshot*, qui a démarré il y a seulement 6 ans, a déjà 16 clubs *indoor* et en ouvre 4 par an. Avec un réseau moins étendu, *Casa Padel*, *All in Padel* ou *WinWinpadel* se positionnent comme des réseaux spécialisés, pour certains avec des orientations régionales. La multiplicité des acteurs indépendants sur ce marché en croissance témoigne d'un potentiel de regroupement, soit vers des acteurs spécialisés, soit vers des acteurs multisports intégrant cette activité.

Ces complexes, qui peuvent aussi regrouper d'autres activités sportives ou de loisirs, sont souvent localisés dans des zones d'activité, avec une partie *indoor* et une partie *outdoor*.

Après le padel, place au *pickleball*

Créé aux États-Unis en 1965, ce jeu d'enfants, intermédiaire entre le ping-pong et le tennis, est devenu une discipline sportive en simple ou en double. Apparu récemment en France, il a déjà, depuis juillet 2026, son championnat. Joué sur un terrain de la dimension du badminton double, il permet, d'un point de vue spatial, une bonne optimisation. Il s'intègre assez facilement dans des installations existantes en plaçant 4 terrains sur l'espace d'un court de tennis.

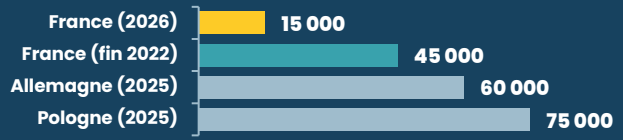
Ce sport est encore confidentiel en France mais est largement pratiqué aux États-Unis (7,5 millions de joueurs) et dans de nombreux pays d'Asie. Le *pickleball* trouvera sans nul doute en France sa place dans les espaces sportifs *indoor* !

PADEL : UN ÉQUIPEMENT EN FORTE ACCÉLÉRATION

4 520
pistes de padel
+41 % en un an · 1 348 clubs

850 000
pratiquants
+70% en un an

Nombre d'habitants par piste de padel *(plus c'est bas, mieux le pays est équipé)*



FOOT À 5 ET PADEL : LE RÉSEAU URBAN (France)

41
centres fin 2026

~20
Nouveaux centres en projet sur 2 ans

300
pistes de padel visées en France d'ici 2027

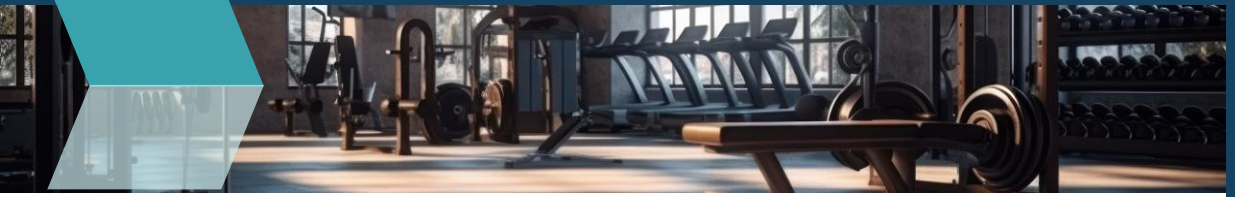
~150M€
de CA visé d'ici 2029 avec PadelCity

Filiale de la Compagnie des Alpes ;

Sources : FFT, via Padel Magazine (09/09/2026) ; Compagnie des Alpes (28/07/2026 et 14/03/2024) ; FFT, via Nice-Matin et Pickleballactu (octobre 2026).

SPOTLIGHT

Le marché des loisirs et des sports indoor : tendance de fond ou effet de mode ?



L'escalade : un sport adapté à l'*indoor*

C'est dans les années 1990 que ce sport s'est développé en France. Devenu discipline olympique aux Jeux de Tokyo, il a connu un fort engouement et continue d'attirer de nouveaux adeptes. On compterait aujourd'hui 300 salles spécialisées. Cinq réseaux principaux dominent ce marché très éclaté : *Climb Up*, *Arkose*, *Altissimo*, *Vertical'Art* et *Bloc Session*.

Climb Up a déjà créé 33 salles. Le concept intègre une salle de bloc (1 000 à 1 500 m²) nécessitant 6 mètres de hauteur et souvent adossée à un concept de restauration, ou une salle multi-activités de 1 500 à 2 000 m² nécessitant 10 à 15 mètres de hauteur.

Le marché continue de se développer. Par exemple, le groupe *Vertical'Art* vient d'ouvrir sa quinzième salle à Auxerre, dans un ensemble de 1 900 m² comprenant une salle de blocs de 600 m² et des espaces de restauration et de services.

Les salles de *fitness* : un marché mature qui connaît une montée en gamme

Le marché des salles de *fitness* représente un volume d'affaires de 2,5 milliards d'euros et 5 000 clubs. Leader incontesté, *Basic-Fit* exploite essentiellement en propre plus de 900 salles et continue d'en ouvrir une centaine par an. Ce groupe néerlandais, dont le concept est le *fitness* « *low cost* », n'est installé en France que depuis 2015 et constitue une autre réussite exceptionnelle d'un concept commercial *low cost*…

Loin derrière, l'acteur français *Fitness Park* exploite plus de 400 salles, essentiellement en franchise. D'autres acteurs, comme le groupe *Keepcool-Neoness* (300 salles) et le réseau *L'Orange Bleue* (400 salles), présent dans de nombreuses villes moyennes, complètent ce paysage marqué par une grande concentration auprès de quelques acteurs.

Malgré la maturité de ce marché, qui a connu une très forte croissance au cours des dernières années, le secteur continue de se développer, à un rythme plus modeste de 5 à 6 % par an, avec notamment un développement en parallèle d'offres *low cost* (portées par Basic-Fit) et de concepts de clubs haut de gamme offrant une diversité d'activités sportives.

Si les activités, tant ludiques que sportives, relèvent parfois de l'effet d'une mode, les groupes qui portent ces projets rivalisent d'imagination pour s'adapter aux tendances, répondre aux demandes des différents publics et concevoir des modèles évolutifs. Au-delà des effets de mode, la transformation de nombreux espaces commerciaux en espaces de services, et dans le présent cas, de loisirs ou de sports, est une réalité. Les tendances de consommation montrent que cette orientation des dépenses des ménages est pérenne. L'immobilier sait s'adapter à ces évolutions profondes de la consommation. Nul doute que, dans la redynamisation engagée des espaces commerciaux centraux ou périphériques, ce secteur fera figure de locomotive.

ESCALADE : UN RÉSEAU DE SALLES PRIVÉES

~300	~2 M	10 M
salles privées	de grimpeurs	d'entrées par an

FITNESS : UN MARCHÉ EUROPÉEN EN CROISSANCE

39,1 Md€
CA du fitness en Europe en 2025

+9,1 % sur un an
75,5 M d'adhérents
~67 500 clubs

Basic-Fit France

902 clubs
au 30/06/2026 (883 un an plus tôt)

Part du marché français revendiquée
~30 %

Fitness Park ensemble du groupe, fin 2025

403	1,38 M	461 M€
clubs (+19 % en un an)	d'adhérents	de chiffre d'affaires

France, Espagne, Portugal, Maroc

Sources : PlanetGrimpe (29/07/2026) ; Deloitte et EuropeActive, EHFMR 2026 ; Basic-Fit, rapport semestriel 2026, via Caption (26/08/2026) ; EHFMR 2026, via Filière Sport (11/05/2026).

EOL.
A Dils company

Is now a part of

DILS

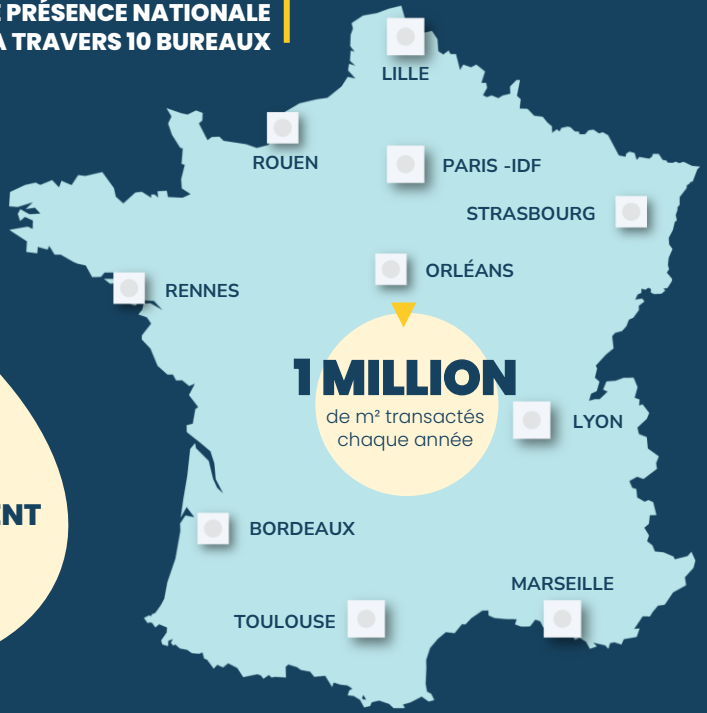
5 Countries	**700+** professionals	Since 1971 **50+** Years of experience	**1 + million** Annual square meter leased
4 + million Square meters managed		**5 + billion** Euros in annual transactions	

Office. Retail. Logistics. Hospitality. Living.

EOL
EN QUELQUES CHIFFRES

70 COLLABORATEURS

UNE PRÉSENCE NATIONALE A TRAVERS 10 BUREAUX



3 MÉTIERS STRATÉGIQUES

- **COMMERCIALISATION**
- **INVESTISSEMENT FINANCEMENT**
- **AMO & CONSTRUCTION**

3 PÔLES OPÉRATIONNELS

LOGISTIQUE
Plateformes logistiques, cross-dock et messagerie

ACTIVITÉ
Locaux d'activité, entrepôts, bureaux

COMMERCE
Retail park, pied d'immeuble et centres commerciaux

A PROPOS
D'EOL RETAIL

PRÈS DE 200 MISSIONS
DE CONSEIL À LA VENTE
ET À L'ACQUISITION

500 000
MÈTRES CARRÉS
DE COMMERCES VENDUS

20 ANS
D'EXPERTISE
EN IMMOBILIER DE COMMERCE

Retail park, **commerce de centre-ville et de proximité**, **centres commerciaux**, depuis plus de 20 ans, EOL Retail accompagne les commerçants, les investisseurs, les promoteurs et les collectivités locales sur le marché de l'immobilier de commerce en France.

4 MÉTIERS
COMMERCIALISATION
CONSEIL EN IMPLANTATION
CONSEIL EN INVESTISSEMENT
MONTAGE & DÉVELOPPEMENT

680 000 M2
DE SURFACES LOCATIVES
COMMERCIALISÉES

CONSULTEZ
toutes nos références dans notre brochure digitale



EQUIPE
RETAIL



Emmanuel CLOËREC
Head of Retail – Leasing & Capital Markets



Maëla BELLAHOUEL
Office Manager

CAPITAL MARKETS



Fanny BOUCHEZ
Analyst
CAPITAL MARKETS



Lucas MASSIMI
Consultant
CAPITAL MARKETS

RESEARCH



Géraldine BINTEIN
Research and communication project officer

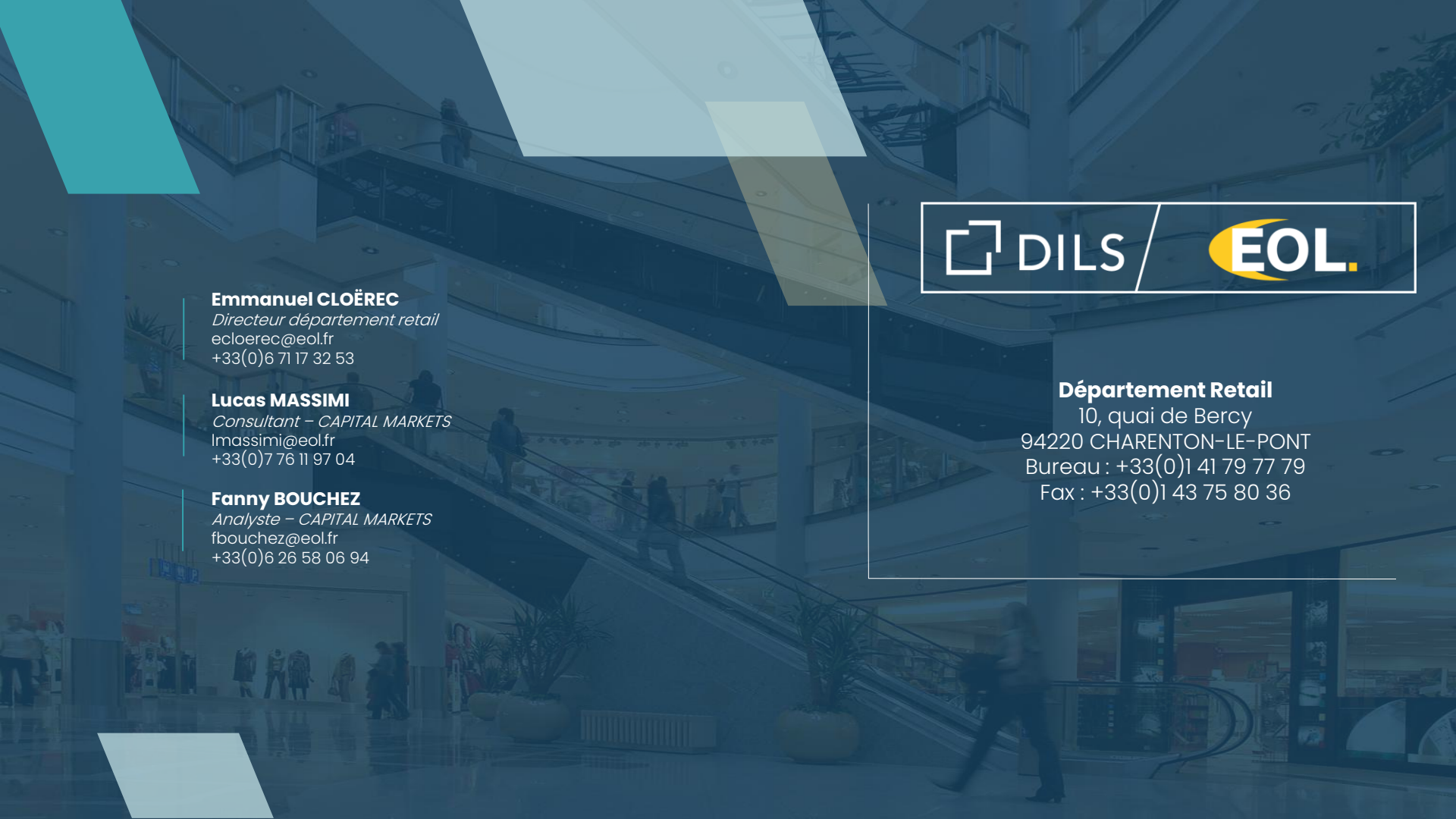


Patricia COIFFIER
Project manager

LEASING



Mélanie LEBON
Consultante
RETAIL PARK FRANCE



Emmanuel CLOËREC
Directeur département retail
ecloerec@eol.fr
+33(0)6 71 17 32 53

Lucas MASSIMI
Consultant – CAPITAL MARKETS
lmassimi@eol.fr
+33(0)7 76 11 97 04

Fanny BOUCHEZ
Analyste – CAPITAL MARKETS
fbouchez@eol.fr
+33(0)6 26 58 06 94

DILS / EOL.

Département Retail
10, quai de Bercy
94220 CHARENTON-LE-PONT
Bureau : +33(0)1 41 79 77 79
Fax : +33(0)1 43 75 80 36