

A la clé de ce grand chambardement, de nombreuses coques rationalisées et agrandies, avec des surfaces commerciales gagnées sur les étages ou en sous-sols, que les grandes enseignes n'auront plus qu'à s'approprier en déployant et en magnifiant leur univers dans un "flagship" spectaculaire dédié à la clientèle touristique et internationale. Car c'est elle qui est prioritairement visée par les enseignes sur les Champs. Elle le sera d'ailleurs de plus en plus au vu des projets hôteliers dans le quartier, à commencer par l'ouverture déjà évoquée d'un luxueux So Sofitel au 144-150, s'ajoutant à l'extension/rénovation de l'hôtel Fouquet's et aux projets de création recensés dans les artères voisines.

**Une offre "lifestyle et mass market" continue de se constituer**

En revanche, les grandes manœuvres immobilières engagées conduisent à une raréfaction des petites cellules commerciales. Il existe pourtant une demande importante en la matière, qui rencontrera de plus en plus de problème à trouver satisfaction et contribue, d'ores et déjà, à la hausse des valeurs locatives.

Cette "uniformisation" progressive au profit des plus grandes surfaces est le principal risque d'altération de l'offre proposée par les Champs. Pour le reste, plusieurs des coques en chantier sont d'ores et déjà commercialisées et il est intéressant de noter que les marques de luxe n'en ont pas le monopole. Une offre commerciale "lifestyle et mass market" continue de se constituer sur les Champs : dans la foulée de l'agrandissement, dix ans après son ouverture en 2006, de la boutique Adidas qui se déploie désormais sur plus de 3 700 m<sup>2</sup> grâce à la fermeture par Banana Republic de son seul magasin français, Nike s'installera sur 4 500 m<sup>2</sup> au 79. Une tendance qui prolonge les arrivées enregistrées en 2017, telles que celles d' Etam (pop-up de 500 m<sup>2</sup> en association avec Undiz), de Foot Locker (1 500 m<sup>2</sup>) et de Citadium (1 700 m<sup>2</sup>). La "premiumisation" n'a donc pas transformé l'avenue en vaste réserve du luxe.

Même le cinéma, dont les Champs-Élysées ont longtemps été une place forte et qui a semblé menacé avec la fermeture en 2016 du Gaumont Ambassade, maintient sa présence. C'est MK2 qui en sera le symbole, avec l'ouverture d'un complexe dans l'enceinte du 144-150. Il en va de même avec la restauration, qui change, mais ne disparaît pas et contribue également à l'attractivité de l'artère. La récente ouverture d'un Five Guys, plus grand restaurant de l'enseigne et parmi les plus performants à l'échelle mondiale, en témoigne.

La "premiumisation" est incontestable.

Antoine Salmon



