

## Le travel retail en route vers de nouveaux sommets

### Xerfi vient de publier une étude sous le titre :

«Le renouveau du marché du travel retail en France - Modernisation des gares et aéroports, retour de la clientèle internationale, inflation : quelles perspectives d'ici 2025 ? »

Le commerce dans les zones de transit (aéroports, gares, aires d'autoroutes ou stations de métros) retrouve enfin des couleurs. Après le trou d'air lié à la pandémie, le travel retail a ainsi rebondi en 2022 pour s'établir à 6,7 milliards d'euros en France (dont plus de la moitié pour les seuls aéroports). A l'évidence, la reprise du trafic aérien, le retour des touristes asiatiques mais aussi les Jeux Olympiques de Paris 2024, l'inauguration de nouvelles surfaces commerciales (comme celle du terminal de Paris Charles de Gaulle) lui donnent des ailes. Sans oublier la très forte dynamique du marché du luxe. Dans ce contexte, les ventes dans les zones de transit s'apprécieront de 7% par an en moyenne d'ici 2025 à 8,2 milliards d'euros, [selon les prévisions des experts de Xerfi Precepta](#). Le travel retail affichera donc une hausse à faire pâlir d'envie le commerce de détail en France. Si les frais de transport figurent parmi les premières victimes des arbitrages de consommation en période de crise du pouvoir d'achat, notons que les ménages aisés, surreprésentés dans les aéroports, sont moins pénalisés par l'inflation. Pour le plus grand bonheur des acteurs de l'écosystème du commerce en zones de transit, en tête desquels ADP.

Les grands hubs du transport aérien internationaux se distinguent de plus en plus par leur offre de loisirs pour attirer les voyageurs en transit sur leur plateforme. Ils représentent environ un tiers du flux de voyageurs à Paris Charles de Gaulle et disposent en général des temps d'attentes les plus importants, propices à la consommation. **Ce n'est donc pas le fruit du hasard si les produits de luxe restent au cœur de l'offre des espaces duty free des grands aéroports parisiens.** Dans le cadre de l'extension du terminal 1, Paris Charles de Gaulle a ainsi accueilli une quinzaine de boutiques de luxe supplémentaires (Cartier, Celine, Chanel, Dior, etc.).

**Avec leurs projets d'extension et de rénovation ambitieux, qui intègrent le développement de nouvelles surfaces commerciales, les aéroports de province ne sont pas en reste.** Bordeaux Mérignac finalisera ainsi son extension de 17 000 m<sup>2</sup> en 2023. Les projets portés par les aéroports de Marseille Provence et Nice Côte d'Azur sortiront eux de terre respectivement en 2024 et 2026.

### Les gares, de nouveaux « pôles de vie » ?

**Pour sa part, SNCF Gares & Connexions continue à investir massivement dans la rénovation de ses gares.** D'ici 2025, les chantiers des gares de Toulouse Matabiau, Lyon Part Dieu et Paris Austerlitz arriveront à leur terme avec à la clé des surfaces commerciales décuplées. La filiale de l'opérateur ferroviaire SNCF a en réalité changé de stratégie. Elle tourne ainsi le dos aux projets de rénovation des grandes gares en développant de vastes centres commerciaux. Les contestations locales sont de fait de plus en plus vives comme en témoigne l'abandon du projet initial de rénovation de la gare du Nord pour les JO 2024 (plusieurs recours sont encore en cours pour Austerlitz).

**Le gestionnaire a donc revu sa copie et compte maintenant transformer ses gares en « pôle de vie » avec des commerces et services de proximité davantage intégrés à leur quartier.** Un modèle aussi plus adapté aux villes moyennes, à l'image de celle d'Annemasse. Concrètement, les boutiques des gares sont désormais accessibles directement depuis leur parvis quand cela est possible, comme dans le cas du projet de réaménagement de la gare d'Annemasse. **L'enjeu pour la SNCF Gares & Connexions est de renforcer l'attractivité de ses centres commerciaux en s'intégrant au mieux au tissu commercial du quartier, pour s'adresser aussi à leur zone de chalandise locale et non plus seulement aux voyageurs.**

**Avec la construction de nouvelles lignes de métro, le chantier du Grand Paris Express donnera naissance à de nouvelles stations à forte fréquentation entre 2024 (extension de la ligne 14) et 2030.** D'après certaines estimations, près de deux millions de passagers circuleront chaque jour sur ce nouveau réseau de 68 gares dont 28 « hubs » multimodaux connectés avec le réseau de la SNCF, soit l'équivalent d'un centre commercial de 25 000 à 35 000 m<sup>2</sup>. **Cela va forcément aiguïser l'appétit des spécialistes du commerce en gare et des gestionnaires.** Fin 2017, SNCF Gares & Connexions et la Société du Grand Paris ont signé un partenariat pour optimiser l'offre de commerces et de services dans les futures gares en interconnexion du Grand Paris Express.

A cet effet, SNCF Gares & Connexions mise bien sûr sur toute une gamme d'enseignes, du point presse à la restauration rapide en passant par la distribution automatique. Elle propose également davantage de services du quotidien comme des centres de santé ou des espaces de coworking.

## Un écosystème complexe

[Le marché du travel retail](#) est un écosystème complexe qui rassemble plusieurs types d'opérateurs. **Le groupe ADP, la SNCF et Eiffage s'imposent ainsi comme les principaux gestionnaires de zones de transit en France.** Le premier exploite les aéroports parisiens (50% du trafic aérien en France), le deuxième l'intégralité des gares ferroviaires et le troisième la moitié du réseau autoroutier. **Les transporteurs sont les clients des gestionnaires de la zone de transit.** Il s'agit principalement de la SNCF et de la RATP pour les gares, des compagnies aériennes pour les aéroports ainsi que des transporteurs routiers et des conducteurs particuliers pour les autoroutes.

**Altarea et Klépierre, les deux principales foncières commerciales, se partagent elles l'exploitation des centres commerciaux des cinq grandes gares parisiennes.** Parmi les leaders, **Lagardère Travel retail est incontournable dans les aéroports et les gares,** notamment avec son enseigne de convenience store Relay. **Areas est quant à lui le leader de la restauration en gare.** **Les majors de la restauration rapide (Brioche Dorée, Paul, Starbucks ou encore McDonald's) se sont fait une place de choix dans toutes les zones de transit.** Leur offre répond logiquement au besoin des voyageurs de se restaurer rapidement ou d'emporter leur repas pour leur voyage.

**Le commerce dans les aéroports se caractérise par une très forte présence des marques enseignes de luxe (Hermès, Dior, etc.) et des boutiques de duty free.** Ce dernier est le terrain de jeu des enseignes de Lagardère Travel Retail, comme Buy Paris (50 boutiques dans les aéroports parisiens) et Aelia duty free.

*Auteur de l'étude : **Benoît Samarcq***

**BESOIN DE PLUS D'INFORMATIONS ?** Un dossier de presse est à votre disposition, sur demande

*Le groupe Xerfi est en France le leader des études économiques sectorielles. Il présente le plus grand catalogue de travaux sur la France et l'International. Editeur indépendant, il apporte à ses clients par son expertise professionnelle, sa liberté éditoriale, son ouverture intellectuelle, l'accès rapide, fiable, clair, à la connaissance actualisée des évolutions sectorielles, des stratégies des acteurs économiques et de leur environnement.*