

RAPPORT PUBLIÉ PAR LE DEPARTEMENT RECHERCHE DE PROLOGIS | Mars 2021

Les cartes rebattues : l'avenir de la demande dans le secteur de l'immobilier logistique



Prologis Park Grande, Mexico City, Mexique

La pandémie mondiale a durablement modifié le secteur de l'immobilier logistique : les décisions relatives à la chaîne d'approvisionnement s'inscrivent désormais dans une démarche plus globale, elles s'appuient davantage sur l'analyse de données et sont plus urgentes que jamais. Cette évolution est sous-tendue par les mêmes forces – l'urbanisation, la numérisation et la démographie – qui ont changé notre façon de vivre, de travailler et de consommer.

Ce rapport a pour objectif de faire la distinction entre la nature transitoire du comportement des hommes et des entreprises pendant la pandémie, et les véritables impacts durables qui transformeront la supply chain à l'avenir.

Par exemple, le département de recherche de Prologis anticipe un pic des dépenses de loisir (telles que les voyages et les divertissements) et des achats en magasin au second semestre 2021, après une demande contenue par les mesures de restriction liées à la pandémie de COVID-19. Les forces durables qui façonnent la demande d'actifs immobiliers logistiques comprennent :

1. Le taux de croissance structurelle à long terme de l'immobilier logistique a augmenté. S'agissant de la demande d'actifs logistiques, la proportion des utilisations orientées vers la consommation a augmenté, tandis que les utilisations orientées vers la production et le commerce ont diminué.

2. La technologie et la démographie impactent le commerce de détail. Les attentes des consommateurs se sont renforcées de manière définitive. Selon Prologis Research, la part mondiale du commerce en ligne devrait augmenter d'environ 150 pb/an au cours des cinq prochaines années. Pour pouvoir être compétitifs, les points de vente physiques devront pouvoir se réapprovisionner beaucoup plus rapidement.

3. Les meilleures pratiques logistiques se mondialisent. La résilience de la supply chain est mise à l'épreuve dès lors que les entreprises se développent à l'international, renforçant le besoin de biens modernes et de réseaux décentralisés. Couplée à la hausse des consommateurs, cette modernisation mondiale devrait générer un besoin de 300 à 400 millions de m² ou plus d'actifs logistiques modernes au cours du prochain cycle¹.

4. L'emplacement est plus important que jamais pour les clients de l'immobilier logistique. Les chaînes d'approvisionnement sont une source essentielle d'avantage concurrentiel et continueront de stimuler les performances financières.

5. L'élasticité de la demande par rapport au prix a diminué. Les décisions en matière de planification des réseaux peuvent générer des revenus et offrir des avantages en termes de contrôle des coûts qui dépassent largement les dépenses immobilières, qui ne représentent que 5 % des coûts globaux de la chaîne d'approvisionnement².

Si la corrélation avec les variables économiques a changé, certaines facettes de l'activité n'évolueront pas. De nombreux clients de petite et moyenne taille dépendent des tendances locales sur les plans de l'économie et de l'investissement. Pour les clients qui répondent plus directement à l'évolution des stratégies liées à la vente au détail et à la supply chain, l'avenir de la chaîne d'approvisionnement et son effet simultané sur la vente au détail conditionneront la demande et façonneront les profils des clients pendant de nombreuses années.

1. Le taux de croissance structurelle à long terme de l'immobilier logistique a augmenté.

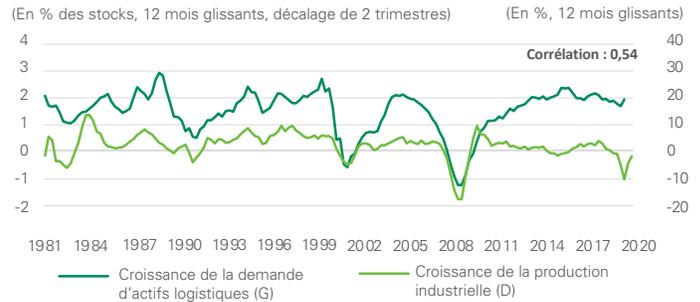
La croissance économique exige aujourd'hui davantage de biens immobiliers logistiques que par le passé.

La consommation est devenue le principal moteur de la demande au niveau mondial. Les ventes au détail présentent une corrélation plus élevée avec la croissance de la demande de biens logistiques que les précédents moteurs de cette croissance, à savoir l'industrie manufacturière et le commerce (voir graphiques 1 à 4). En outre, les changements dans notre façon de consommer amplifient encore cette évolution, car le commerce en ligne nécessite davantage de superficie.

2. La technologie et la démographie transforment le commerce de détail.

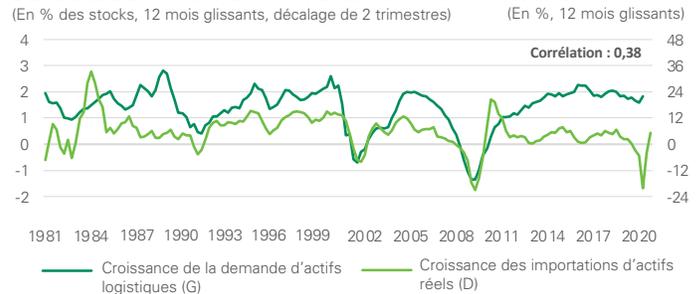
Les tendances démographiques, le rythme rapide de l'évolution technologique et la COVID-19 ont transformé notre mode de vie et notre conception de ce qui est possible, entraînant ainsi une évolution du commerce de détail et stimulant la demande d'actifs logistiques. Génération Y : ils sont nés avec le numérique et représentent aujourd'hui 23 % de la population mondiale³, ils ont accès à des tranches de revenus plus élevées et constituent une cible privilégiée pour les distributeurs. Dans le même temps, le nombre de ménages à double revenu continue d'augmenter⁴. Internet en tant que plateforme commerciale continue de se développer dans le monde entier ; ces dix dernières années, environ 2 milliards de personnes ont obtenu un accès internet⁵.

Graphique 1
DEMANDE D'ACTIFS LOGISTIQUES VS. PRODUCTION INDUSTRIELLE



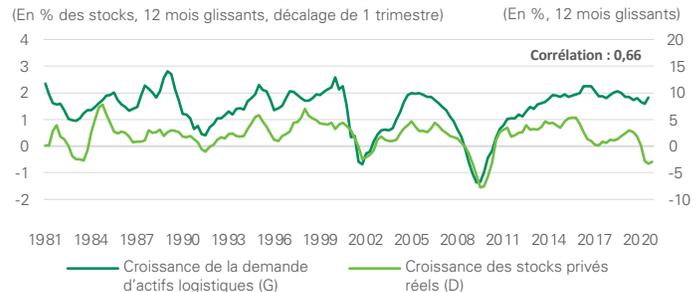
Remarque : La demande de biens logistiques correspond à l'absorption nette en pourcentage des stocks, principaux marchés américains ; Production industrielle : Indice manufacturier (2012=100)
Sources : CBRE, Cushman & Wakefield, JLL, Colliers, CBRE-EA, Conseil des gouverneurs de la Réserve fédérale, Prologis Research.

Graphique 2
DEMANDE D'ACTIFS LOGISTIQUES VS. IMPORTATIONS



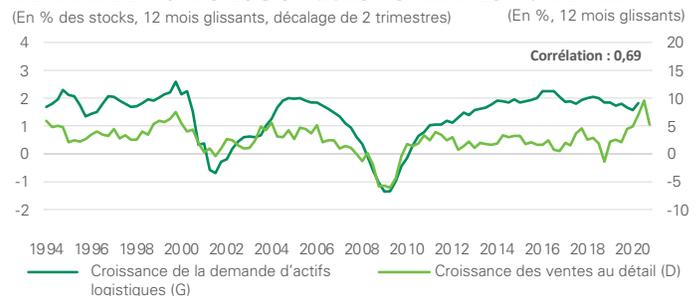
Remarque : La demande de biens logistiques correspond à l'absorption nette en pourcentage des stocks, principaux marchés américains ; les importations sont exprimées en dollars de 2012
Sources : CBRE, Cushman & Wakefield, JLL, Colliers, CBRE-EA, U.S. Bureau of Economic Analysis, Prologis Research

Graphique 3
DEMANDE D'ACTIFS LOGISTIQUES VS. STOCKS



Remarque : La demande de biens logistiques correspond à l'absorption nette en pourcentage des stocks, les stocks sont exprimés en dollars de 2012. Sources : CBRE, Cushman & Wakefield, JLL, Colliers, CBRE-EA, U.S. Bureau of Economic Analysis, Prologis Research.

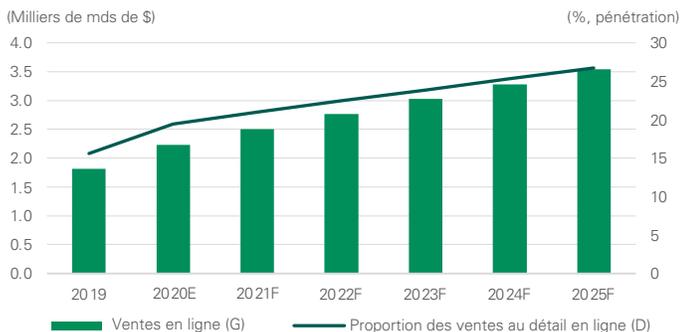
Graphique 4
DEMANDE D'ACTIFS LOGISTIQUES VS. VENTES AU DÉTAIL



Remarque : La demande de biens logistiques correspond à l'absorption nette en pourcentage des stocks, principaux marchés américains ; les ventes au détail « core » excluent l'automobile, le gaz et les services alimentaires. Sources : CBRE, Cushman & Wakefield, JLL, Colliers, CBRE-EA, U.S. Census Bureau of Economic Analysis, Prologis Research.

Graphique 5

VENTES MONDIALES E-COMMERCE ET TAUX DE PENETRATION



Source : Euromonitor, prévisions de Prologis Research

Les attentes des consommateurs n'ont sans cesse augmenté, privilégiant la commodité, le choix, la fiabilité et l'immédiateté. Naturellement, les nouvelles options numériques et le désir de commodité a favorisé l'adoption du e-commerce. Sa part dans le total des ventes au détail à l'échelle mondiale est passée d'environ 4 % en 2011 à près de 20 % en 2020⁶.

La crise de la COVID-19 et les commandes à domicile ont favorisé l'expansion du e-commerce, ce qui a encouragé les investissements dans la chaîne d'approvisionnement qui entraîneront de la croissance future.

À l'échelle mondiale, le commerce en ligne a enregistré une croissance exceptionnelle de 390 points de base en 2020 en raison de la pandémie, ce qui correspond à environ cinq ans d'expansion (voir le graphique 5). C'est par nécessité que les populations âgées et les adeptes tardifs, ainsi que les distributeurs, ont surmonté les obstacles aux achats en ligne. Compte tenu des contraintes liées à la pandémie en matière de dépenses dans les services et en magasins, il est possible que la croissance du e-commerce ralentisse temporairement lorsque les vaccins seront distribués à grande échelle, et que les consommateurs apprécient de pouvoir à nouveau effectuer des achats en personne, voyager et sortir se divertir. Cependant, avant la pandémie de COVID-19, un changement structurel dans la distribution était déjà en cours.

Graphique 6

VARIATION NETTE DU NOMBRE DE POINTS DE VENTE AU DÉTAIL, ÉTATS-UNIS



Source : Coresight

Le département de recherche de Prologis prévoit que l'expansion du e-commerce continuera à augmenter pour les raisons suivantes :

- Les habitudes des consommateurs ont tendance à s'installer une fois adoptées
- Les investissements réalisés dans l'innovation et la chaîne d'approvisionnement pendant ou à la suite de la pandémie devraient accroître la compétitivité des options d'achat en ligne. Cela est particulièrement vrai pour les segments où la pénétration du e-commerce était faible avant la pandémie, comme l'épicerie ou le bricolage.
- Les défis auxquels seront confrontés les points de vente physiques à court terme devraient atténuer la concurrence future pour les consommateurs. En net, plus de 15 000 points de vente ont été fermés aux États-Unis entre 2017 et 2020 (voir le graphique 6)⁷.

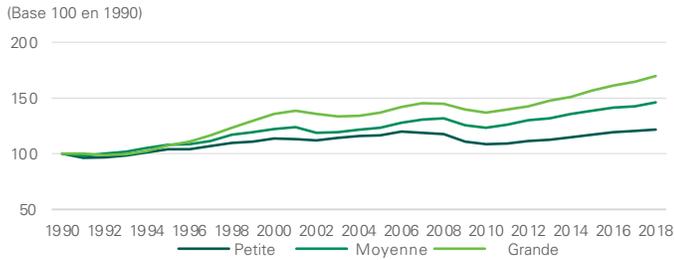
Mais pour être compétitif, les points de vente physiques devront répondre aux mêmes exigences de commodité et de fiabilité que les achats en ligne. Les options d'achat en ligne et de retrait en magasin pourraient stimuler le trafic et les ventes après la pandémie, mais elles exerceraient une pression accrue sur les stocks des magasins, ce qui nécessiterait une opération de réapprovisionnement rapide pour que les étagères restent achalandées.

L'exécution des commandes en ligne nécessite plus de trois fois l'espace logistique des magasins traditionnels⁸ car :

- Tous les stocks sont gardés dans un entrepôt.
- Les boutiques en ligne offrent un plus large choix de produits.
- Une plus grande diversité des modèles de vente nécessite des niveaux de stocks plus importants.
- L'expédition de colis nécessite davantage d'espace que les palettes d'expédition.
- La gestion de commande en ligne comprend des activités à valeur ajoutée telles que la préparation et la logistique retour.

Dans l'ensemble, cette intensité d'utilisation génère une demande supplémentaire importante car une plus grande proportion de biens est vendue en ligne. L'évolution prévue des parts de marché du e-commerce (en maintenant les ventes constantes) devrait à elle seule entraîner un besoin supplémentaire de 12 millions de m² d'espace logistique ou plus par an jusqu'en 2025 rien qu'aux États-Unis et en Europe⁹.

Graphique 7
CROISSANCE DE L'EMPLOI PAR TAILLE D'ENTREPRISE



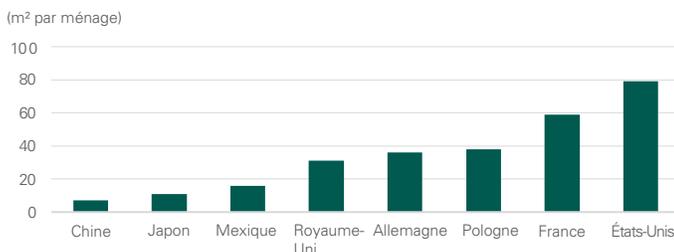
Remarque : Les petites entreprises ont moins de 500 salariés, les moyennes entre 500 et 999, et les grandes plus de 10 000. Sources : U.S. Census Bureau, Prologis Research.

3. Les bonnes pratiques logistiques se sont mondialisées.

L'exploitation des données et de la technologie dans la distribution et la gestion de la supply chain crée un avantage concurrentiel qui peut aider les entreprises à étendre plus efficacement leurs activités à l'échelle mondiale. L'augmentation du nombre de consommateurs à travers le monde a favorisé les opportunités de croissance pour les entreprises capables d'implanter avec succès leurs activités dans de nouvelles régions. Lorsque les entreprises s'implantent à l'étranger, elles apportent avec elles leurs exigences en matière d'immobilier logistique et les meilleures pratiques au niveau de la chaîne d'approvisionnement, d'où la nécessité de plateformes logistiques modernes.

Les grandes entreprises, qui disposent souvent de ressources financières et technologiques plus importantes, se sont développées à un rythme plus rapide que les moyennes et petites entreprises. Ces dernières, en effet, n'ont généralement pas la même capacité à déployer les bonnes pratiques et à tirer parti de la croissance dans d'autres régions (voir le graphique 7). En moyenne, le taux d'adoption d'espaces logistiques modernes est actuellement d'environ 3 m² par ménage (voir le graphique 8). Une hausse de ce ratio à 4 ou 5 m² d'ici 2030 signifierait un besoin de trois cents à quatre cents millions de m² sur les principaux marchés logistiques mondiaux¹⁰.

Graphique 8
TAUX D'ADOPTION DES ACTIFS IMMOBILIERS LOGISTIQUES MODERNES



Note : Stock d'actifs modernes représenté en pourcentage des ménages (ceux qui gagnent au moins 20 000\$ par an (PPA et inflation corrigée)). La ville de Mexico est considérée comme un indicateur de la distribution intérieure du Mexique. Sources : CBRE, JLL, Colliers, Cushman & Wakefield, Gerald Eve, Oxford Economics, Armstrong & Associates, Inc., Prologis Research ; au 31 décembre 2020

Les perturbations de la chaîne d'approvisionnement

ont accentué la nécessité de résilience. Depuis des décennies, les chaînes d'approvisionnement s'orientent vers la mondialisation, tirent parti des écarts de coûts et se restructurent en fonction d'un modèle dit « du juste-à-temps » afin de réduire les coûts de stockage (voir le graphique 9). Dans le même temps, les catastrophes naturelles, les engorgements et les conflits sur les conditions de travail ne sont plus les seules perturbations, qui comprennent aussi les renégociations commerciales essentielles et une pandémie mondiale. Parmi les risques liés à la chaîne d'approvisionnement :

- Des stocks minimaux, ce qui entraîne des ruptures de stock lorsque la demande des consommateurs évolue rapidement.
- Une source d'origine unique et une faible visibilité de la chaîne d'approvisionnement, qui limitent la capacité à s'approvisionner en marchandises en cas de perturbations.
- Des délais d'exécution longs et des goulets d'étranglement commerciaux, qui empêchent les marchandises de parvenir aux consommateurs finaux aussi rapidement que nécessaire.

Graphique 9
RATIO STOCKS/VENTE DANS LA DISTRIBUTION



Sources : U.S. Census Bureau, Prologis Research

Des stocks plus élevés sont synonymes de plus grande résilience et stimulent le besoin d'actifs logistiques.

L'évolution des chaînes d'approvisionnement du « juste-à-temps » au « pour le cas où » pourrait faire augmenter les stocks de plus de 5 à 10 %. Aux États-Unis, Prologis Research estime que cette évolution pourrait créer 5 à 11 millions de m² de demande logistique supplémentaire par an au cours des cinq prochaines années, sans tenir compte de l'augmentation des ventes¹¹.

Le maintien de sites de production à proximité des marchés finaux raccourcit les délais de production pour les entreprises et offre une protection contre la perte de revenus, la perte de clients et l'augmentation des coûts.

Cependant, les salaires sont prohibitifs pour une relocalisation à grande échelle aux États-Unis et une grande partie de l'Europe. Les multinationales ont plutôt opté pour une « délocalisation proche », en établissant des sites de production sur des marchés voisins de ceux des consommateurs finaux, comme

le Mexique et l'Europe centrale et orientale. Pourtant, l'essentiel de la production de biens de consommation et des opérations en amont de la chaîne d'approvisionnement devraient rester en Asie, où vit la moitié de la classe moyenne mondiale et qui possède des bassins de main-d'œuvre et des infrastructures industrielles intéressants, notamment en Chine¹². Cette stratégie présente un double avantage, car l'essor de la consommation en Chine a entraîné une transformation de ses chaînes d'approvisionnement : initialement configurées pour les exportations, elles sont aujourd'hui conçues pour servir la consommation intérieure.

4. L'élasticité du prix des loyers a diminué car le choix de l'emplacement est plus important que jamais.

Désormais, les clients sont plus enclins à payer des loyers plus élevés. Cela s'explique en partie par le fait que le loyer ne représente pas une part importante des coûts de la chaîne d'approvisionnement (environ 5 % seulement)¹³. Plus important encore, les chaînes d'approvisionnement sont de plus en plus considérées de manière holistique et utilisées comme un avantage concurrentiel. Pour la plupart des utilisateurs, les bénéfices générés par la capacité à répondre aux demandes des consommateurs en matière de disponibilité des produits, de choix et de rapidité de livraison l'emportent largement sur les coûts immobiliers supplémentaires. Le fait de se rapprocher des consommateurs réduit les coûts de transport, qui représentent environ 50 % des coûts de la chaîne d'approvisionnement¹⁴. Une étude récente du MIT sur les émissions de CO₂ a révélé que l'ajout d'un centre de distribution urbain pourrait réduire de moitié les émissions du secteur des transports (et donc les coûts) par rapport à un mode de distribution en dehors de la ville¹⁵. La technologie a atténué la sensibilité au prix car elle a permis aux clients d'accroître leur productivité, notamment dans les zones urbaines à faible taux d'occupation, où les loyers et les coûts de main-d'œuvre sont plus élevés que dans les zones non urbaines.

L'urbanisation et les attentes croissantes des consommateurs rendront de plus en plus avantageuse une implantation urbaine. La population urbaine mondiale a doublé au cours des 30 dernières années et devrait encore doubler au cours des 30 prochaines¹⁶, ce qui aura des répercussions majeures sur la consommation, les transports et l'utilisation des sols.

Que ce soit dans les rayons ou à leur domicile, les consommateurs ont été conditionnés à exiger davantage. La densification des centres de consommation créera de plus grandes opportunités de revenus, tandis que les attentes croissantes des consommateurs et la congestion poseront de plus grands défis aux chaînes d'approvisionnement mondiales. Les actifs logistiques situés à proximité des consommateurs finaux offrent la possibilité d'atteindre rapidement les foyers et les points de vente, et de réaliser des économies sur les

coûts de transport – des sources clés d'avantage concurrentiel aujourd'hui et à l'avenir.

En synthèse

Les mégatendances démographiques, économiques et technologiques continueront de déterminer l'avenir de la planification de la vente au détail et de la chaîne d'approvisionnement, augmentant le taux de croissance structurel à long terme de la demande d'immobilier logistique au cours de la prochaine décennie et au-delà. Dans un prochain article, le département de recherche de Prologis continuera d'analyser l'évolution de la chaîne logistique et examinera comment l'offre répondra aux futurs changements structurels.

Notes

1. Oxford Economics, Prologis Research
2. Deloitte, AT Kearney, IMS Worldwide, archives des entreprises publiques, Prologis Research
3. Nations Unies
4. UNESCO Institute for Statistics (uis.unesco.org) ; données au 30 septembre 2020
5. International Telecommunication Union, World Telecommunication/ICT Development Report and database, et estimations de la Banque mondiale
6. Euromonitor, Prologis Research
7. Coresight Research en date de mars 2021, net = ouvertures de magasins – fermetures de magasins
8. <https://www.prologis.com/logistics-industry-research/covid-19-special-report-6-accelerated-retail-evolution-could-bolster>
9. <https://www.prologis.com/logistics-industry-research/covid-19-special-report-5-supply-chain-shifts-poised-generate>
10. Prévisions des ménages d'Oxford Economics en mars 2021 ; les principaux marchés sont les États-Unis, l'Europe, la Chine, le Japon, le Mexique et le Brésil.
11. <https://www.prologis.com/logistics-industry-research/covid-19-special-report-5-supply-chain-shifts-poised-generate>
12. Forum économique mondial
13. Deloitte, AT Kearney, IMS Worldwide, archives des entreprises publiques, Prologis Research
14. Deloitte, AT Kearney, IMS Worldwide, archives des entreprises publiques, Prologis Research
15. <https://www.prologis.com/logistics-industry-research/logistics-real-estate-and-e-commerce-lower-carbon-footprint-retail>
16. Division de la population des Nations unies. Perspectives de l'urbanisation à l'échelle mondiale : Révision de 2018.

Déclarations prospectives

Le présent document ne doit pas être interprété comme une proposition commerciale ou une sollicitation en vue de l'acquisition de valeurs mobilières. Le présent document ne requiert aucune action. Il est destiné à informer les clients de Prologis.

Le présent rapport est fondé, en partie, sur des informations publiques que nous jugeons fiables, mais que nous ne qualifions pas d'exactes ou d'exhaustives, et elles ne doivent pas être considérées comme telles. L'exactitude ou l'exhaustivité de ces informations ne sont pas déclarées. Les opinions exprimées sont nos opinions à la date apparaissant dans le présent rapport uniquement. Prologis décline toute responsabilité relative à ce rapport, y compris, sans limitation, toute déclaration ou garantie exprimée ou induite, toute erreur ou omission contenue ou non dans ce rapport.

Toutes les estimations, projections ou prévisions figurant dans le présent rapport doivent être considérées comme des déclarations prospectives. Les attentes exprimées à travers ces déclarations prospectives nous semblent raisonnables. Nous ne pouvons toutefois pas garantir que ces déclarations prospectives se révéleront exactes. Ces estimations sont sujettes à des risques connus et inconnus, à des incertitudes et à d'autres facteurs qui pourraient faire en sorte que les résultats réels diffèrent sensiblement des résultats prévus. Ces déclarations prospectives ne sont valables qu'à la date du présent rapport. Nous déclinons expressément toute obligation ou tout engagement de mettre à jour ou de réviser toute déclaration prospective contenue dans le présent document afin de refléter tout changement dans nos prévisions ou tout changement de circonstances sur lesquelles cette déclaration serait fondée.

Aucune partie du présent rapport ne peut être (i) copiée, photocopiée ou reproduite sous aucune forme, par quelque moyen que ce soit ou (ii) distribuée sans le consentement préalable écrit de Prologis.

À propos du département Recherches de Prologis

Le département de recherche de Prologis étudie les tendances fondamentales et d'investissement ainsi que les besoins des clients Prologis afin d'identifier les opportunités et d'éviter les risques sur les quatre continents. Outre la publication de livres blancs et autres rapports de recherche, il participe aux décisions d'investissement et aux initiatives stratégiques à long terme. Prologis publie des études sur les dynamiques de marché qui impactent ses clients, y compris les enjeux et changements au niveau mondial de la Supply Chain, pour logistique et l'immobilier. L'équipe de recherche Prologis travaille en collaboration avec tous les autres services de l'entreprise pour contribuer à conquérir de nouveaux marchés, à favoriser son expansion, ses acquisitions et ses stratégies de développement.

À propos de Prologis

Prologis Inc. est leader mondial de l'immobilier logistique agissant sur des marchés très fermés, à forte croissance. Au 31 décembre 2020, la société possède ou détient des parts, dans des propriétés immobilières achevées ou en développement, pleinement ou conjointement, qui s'élèvent à environ 91 millions de mètres carrés dans 19 pays.

Prologis loue des entrepôts logistiques modernes à environ 5 500 clients variés répartis dans deux grandes catégories : le B2B et la vente au détail/en ligne.

Prologis
3, avenue Hoche
75008 Paris
France
+33 (0)1 48 14 55 55
www.prologis.fr