



LE MANS – PARIS - NANTES

20 ANS
D'EXPÉRIENCE
DANS TOUTE LA FRANCE

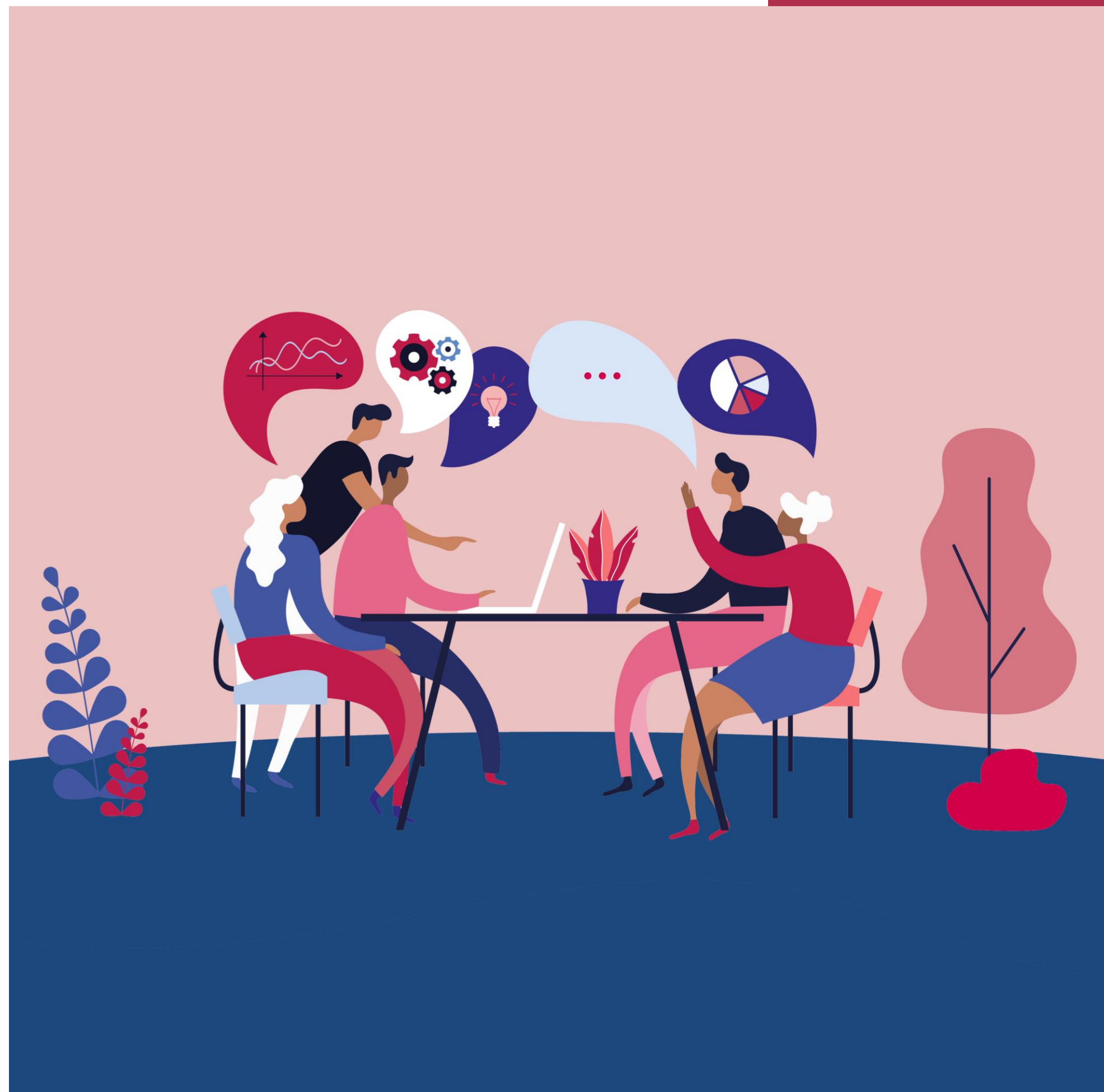
PLUS DE 400
ÉTUDES DE MARCHÉ
SUR CES THÈMES RÉALISÉES CHAQUE ANNÉE

fff Fédération
Française
Franchise
EXPERTS

FCA
EXPERTS

Géoxia | Application géomarketing pour piloter et développer votre réseau de points de vente

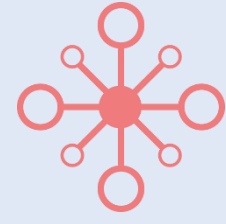
EMPRIXIA.COM | SERVICE.COMMERCIAL@EMPRIXIA.COM | 02 53 49 10 40



COMPOSITION ET ORGANISATION DE L'ÉQUIPE

NOTRE SAVOIR FAIRE

3 pôles d'activités



Etudes de marché

POINTS DE VENTE & RESEAUX DE DISTRIBUTION
Étude de potentiel - Étude d'impact concurrentiel - Etude de programmation commerciale - Etude de maillage
DIP : Etats Généraux et Locaux de marché



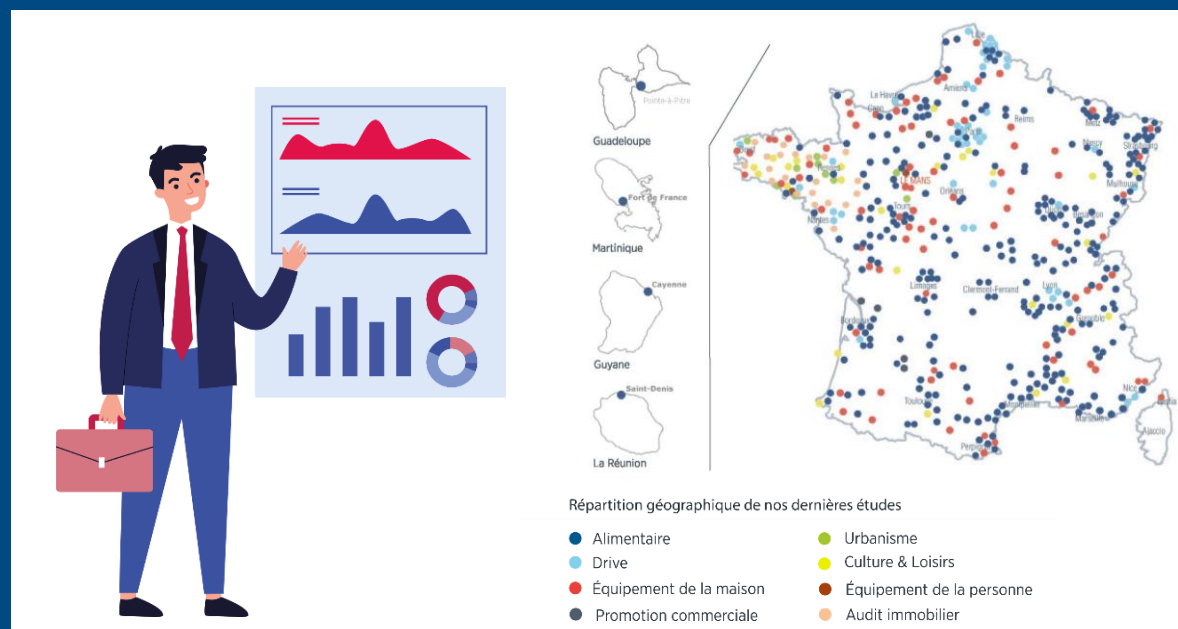
Dossiers réglementaires

IMPLANTATIONS COMMERCIALES
CDAC - Analyse d'impact centre-ville - Étude de trafic routier - Certificat de conformité



Urbanisme commercial

COLLECTIVITES LOCALES
Commerce et logistique - Diagnostic - Scénario de développement -
Plan d'actions - Concertation (entretien - enquête - atelier)



NOTRE PÉRIMÈTRE D'INTERVENTION

France entière
(y compris DROM-COM)



NOTRE ÉQUIPE : UNE QUINZAINNE DE COLLABORATEURS



Olivier FOUQUERÉ
Directeur fondateur

Expert dans les études
pour le commerce
depuis 30 ans.



Une dizaine de chargés d'études,
spécialistes de la cartographie, statistique
et de l'urbanisme commercial, de niveau Master II



EQUIPE DE MANAGER



Alexis TILLY
Responsable
Études



Benoit FOUQUERÉ
Responsable
développement
commercial



Anne-Sophie DRONNE
Responsable
administrative et
comptable



Alexandra AUDUC
Responsable
Dossiers AEC –
Analyse Impact
– C. Conformité



Nicolas LEROY
Responsable
Urbanisme
commercial

PARTENARIAT JURIDIQUE

Cabinet CGCB - Maître Rémy DEMARET,
Avocat spécialiste en Urbanisme commercial

PARTENARIAT DATA

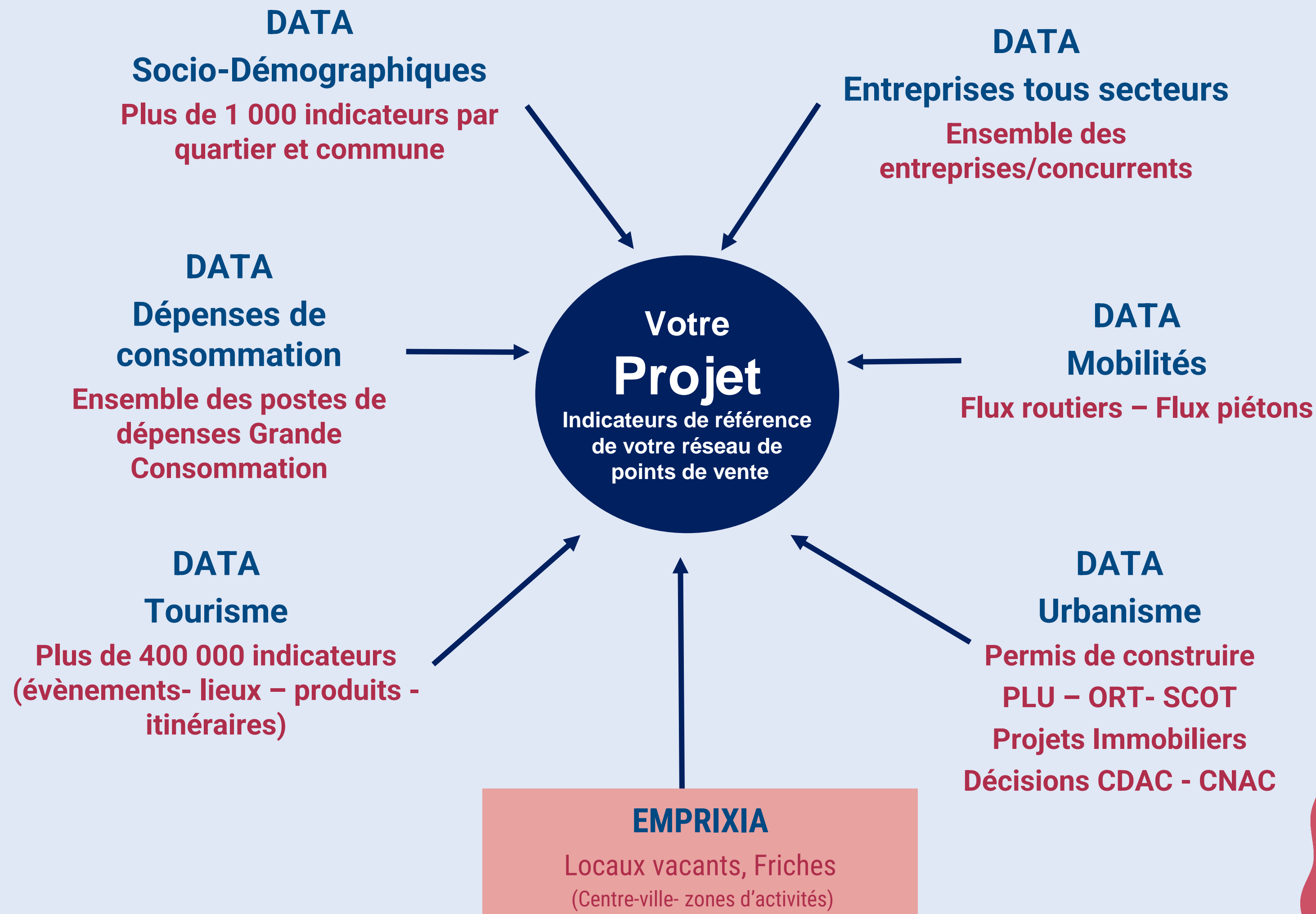


04

PARTENARIAT INSTITUTIONNEL



DATA au cœur de notre process



LES SOURCES DES DATA

INSEE
(socio-démographie)
Tourisme



INSEE Base Sirene
(ensemble des entreprises françaises)

sirene.fr

LSA Expert et Nielsen Panorama
(bases de données commerces)



CCI - IDC
(Dépenses de consommation locales),

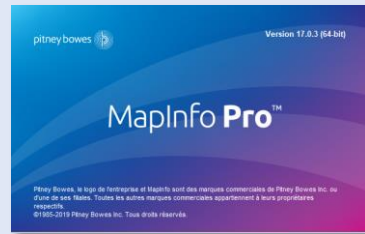


Géoportail / Observatoire des Territoires
(SIG en ligne),



NOS MOYENS TECHNIQUES

NOS LOGICIELS TECHNIQUES



REPRÉSENTATION CARTOGRAPHIQUE : **Mapinfo v17**



TRAITEMENT STATISTIQUE : **Langages R et Python**
(Gestion des Bases de Données, Analyse statistique)



CONCEPTION DE RAPPORTS :
Pack Office : conception des tableaux sous Excel,
rapports conçus sous Power Point



Inkscape (logiciel de dessins vectoriels)



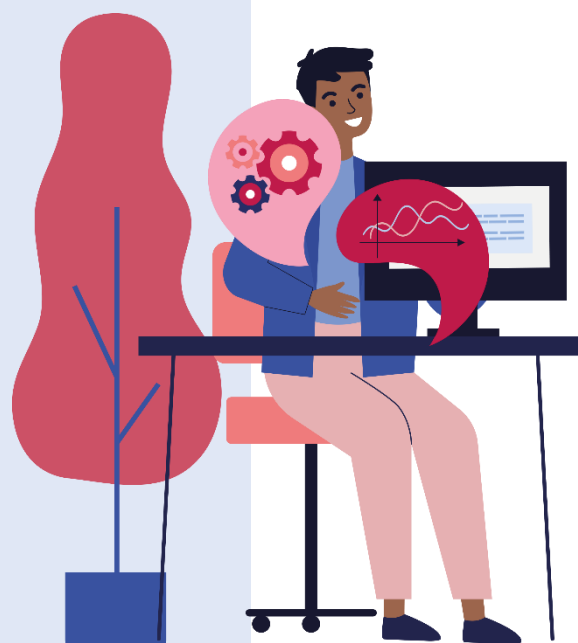
Adobe Creative Suite (conception de visuel, maquettage)



VISUALISATION DE DONNEES : **Power BI** (Tableaux de bord dynamiques)



CONCEPTION ET ANALYSE D'ENQUÊTES : **Sphinx IQ3**
(élaboration de questionnaire, administration Web, Réseaux sociaux et face à face, traitement et rapport)



NOTRE APPLICATIF GEOMARKETING *by EMPRIXIA*

Traitement et analyse de vos projets facilités, simples et automatisés



- **Piloter votre réseau de points de vente :**
 - Visualisation de vos points de vente et leur zone de chalandise
 - Affichage des caractéristiques de chaque point de vente
 - Adresse, nom des exploitants, historique...
 - Performance commerciale (CA, Panier moyen, Evolution,...)
- **Développer votre réseau de points de vente :**
 - Traitement et édition de vos Etudes
 - Etats Local de Marché
 - Etude de potentiel
 - Etude de zonification



PRESTATIONS

ÉTUDES DE MARCHÉ

ÉTUDES GÉOMARKETING

ÉTUDE DE POTENTIEL POINT DE VENTE

CARACTÉRISTIQUES

Objectif :

Déterminer le **chiffre d'affaires prévisionnel** d'un projet

Nombre d'études par an en moyenne : **250**

Année d'exécution: *Depuis 2004*

Présentation du site

Adresse : Cours Prince Impérial.
Surface de vente : 960 m².
Localisation : Le magasin est situé dans le centre-ville en bordure de l'axe majeur (T21) qui le relie à l'aéroport.
 Il est intégré à un ensemble mixte composé de commerces et d'immeubles.
Tendance de CA 2022 : M€, soit €/m² (+11,8% /CA 2019 (année de référence avant période COVID-19))



Note site sur 10

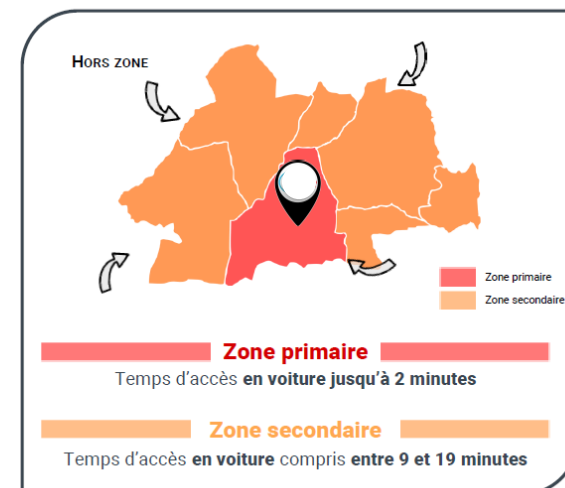
de bonne qualité
6,9
 Note moyenne des projets France **7,4**

Indicateur	Note moyenne sur 5	Note moyenne sur 5 des projets France	Qualité
VISIBILITÉ	4,4	3,6	très favorable
AMBIANCE D'ACHAT	2,8	3,7	de proximité
ACCESSIBILITÉ	4,1	3,6	favorable
SÉCURITÉ	2,5	3,9	limitée

Délimitation de la zone de chalandise

La zone de chalandise est déterminée par expérience en fonction de plusieurs critères d'appréciation :

- de la taille du projet (surface de vente de 580 m²)
- de l'analyse site (visibilité, accessibilité, ambiance d'achat)
- de l'attraction vers les villes-centres
- des barrières naturelles (espaces verts, relief)
- des barrières artificielles (axes de circulation)
- de la pression concurrentielle dans et hors de la zone



Superficie de la zone de chalandise

ZONE DE CHALANDISE : **173 km²** (7 communes)
 ÉTUDES COMPARABLES : **135 km²**

La zone de chalandise est étendue en raison d'une faible présence concurrentielle dans un périmètre d'environ 15 minutes de voiture.

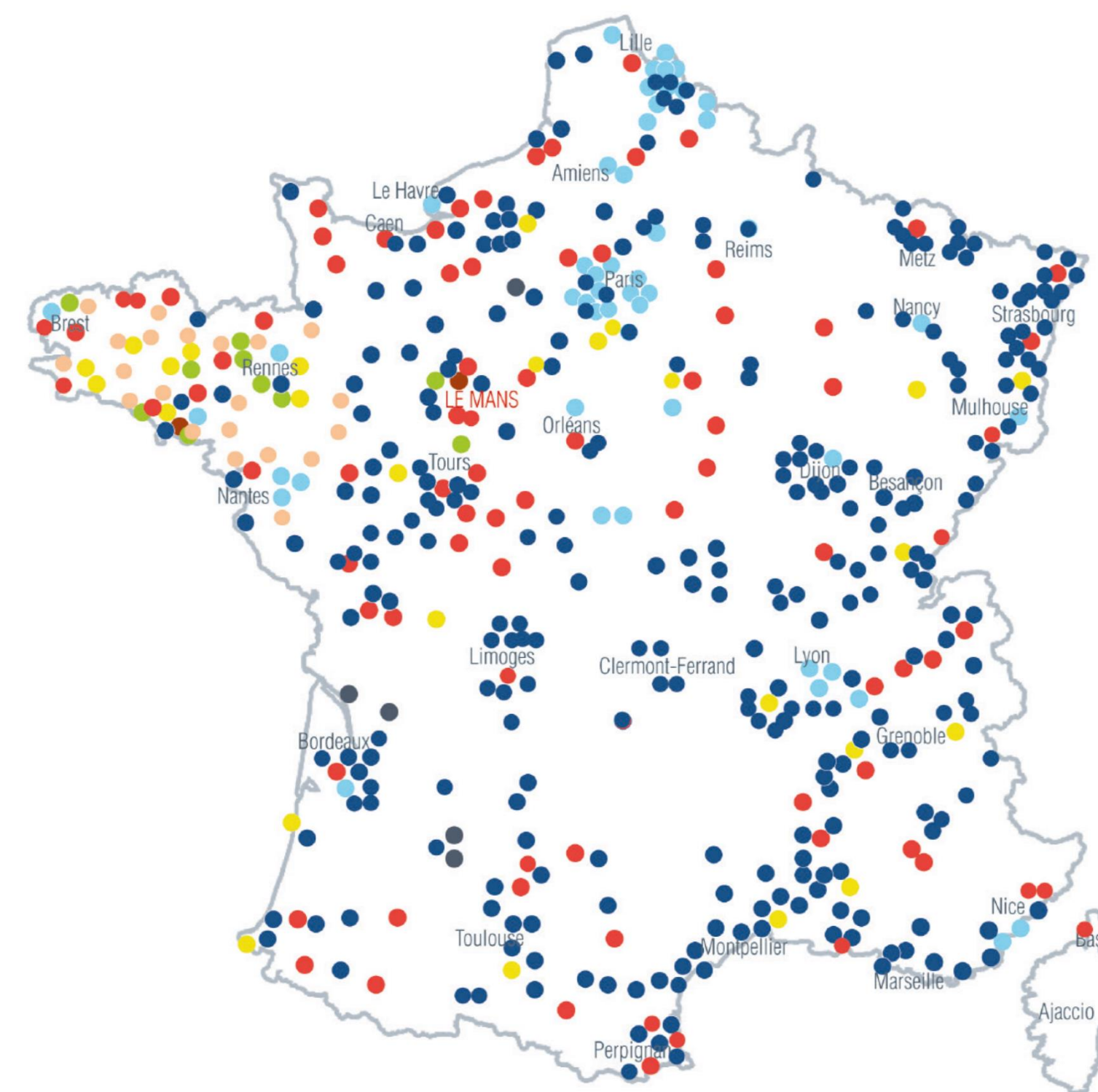
Le CA de la clientèle de flux hors de la zone est estimé à **19,0%** du CA prévisionnel du projet.

Parts de marché des circuits de distribution des produits de Grande Consommation (PGC) en France

Circuit	Représentation	CA estimés dans la ZC	Part locale	Part nationale
HYPER	Circuit non-représenté	0 K€	0,0%	26,9%
SUPER	Circuit non-représenté	0 K€	0,0%	22,1%
PROXI. / SUPÉRETTE	Circuit sur représenté	962 K€	5,3%	9,5%
SDMP	Circuit non-représenté	0 K€	0,0%	7,2%
DRIVE GSA	Circuit non-représenté	0 K€	0,0%	3,2%
MAG. BIO	Circuit non-représenté	0 K€	0,0%	1,6%
GSA	Circuit sous-représenté	962 K€	5,3%	70,5%
ALIM. SPÉ.	Circuit très représenté	2 808 K€	15,4%	22,2%
AUTRES (Pure player, marchés ventes directes,...)	Norme nationale estimée	1 324 K€	7,3%	7,3%
(CA PGC estimé actuellement dans la ZC)		5 095 K€	28,0%	100,0%
(CA PGC estimé actuellement dans la ZC)		2 525 K€	13,9%	

Le circuit GSA est peu représenté dans la zone de chalandise. Le circuit Supérette est sur représenté car avec le circuit pèse 19,2% contre 9,5% au niveau national.

La concurrence dans la zone capte 28,0% du marché potentiel, soit 5 095 K€.



Répartition géographique de nos dernières études

- Alimentaire
- Drive
- Équipement de la maison
- Promotion commerciale
- Urbanisme
- Culture & Loisirs
- Équipement de la personne
- Audit immobilier

ÉTUDES GÉOMARKETING

ÉTUDE D'IMPACT CONCURRENTIEL

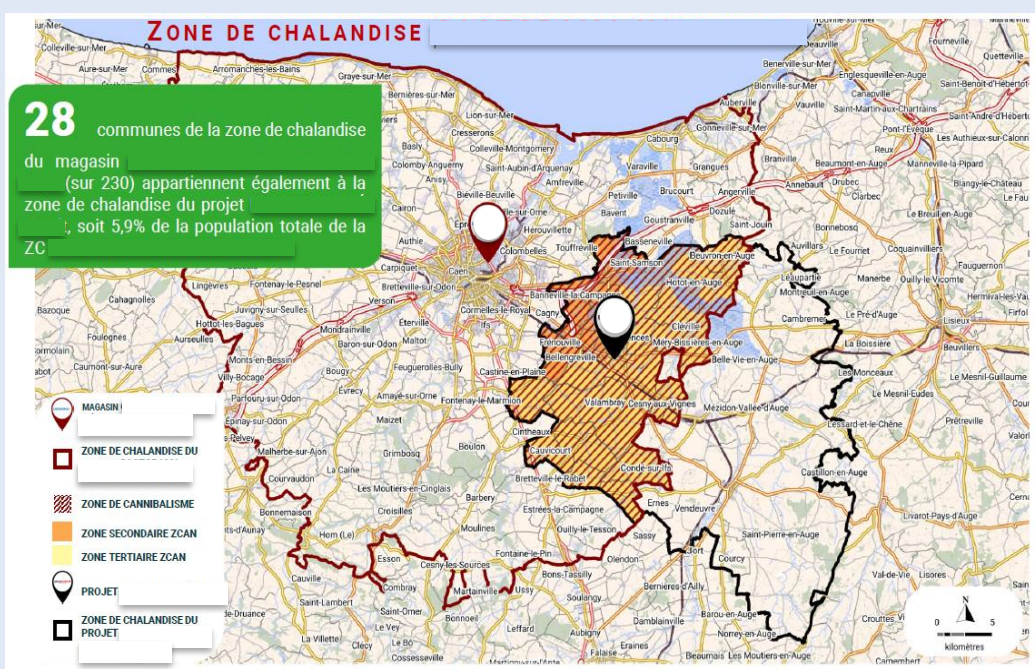
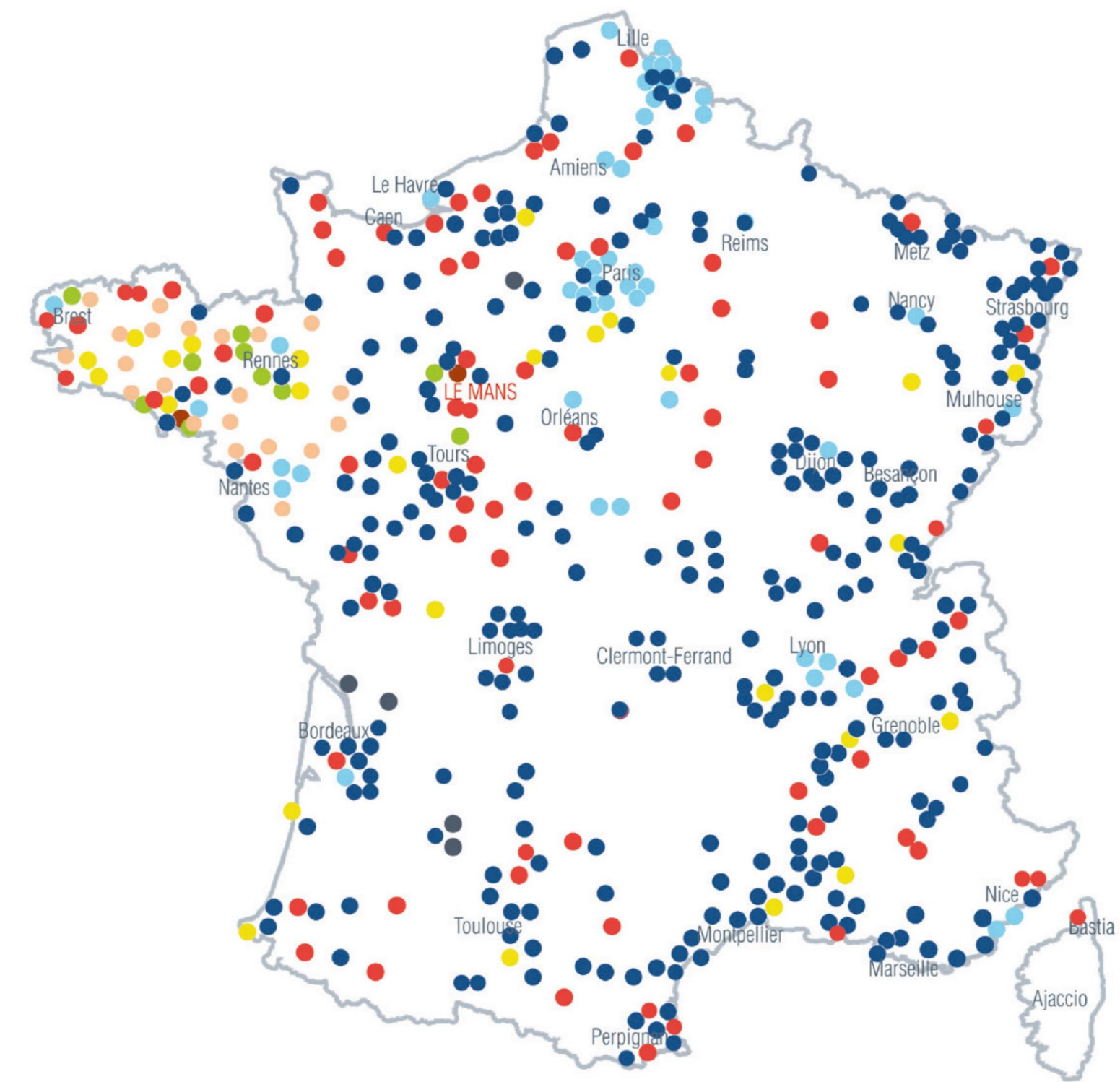
CARACTÉRISTIQUES

Objectif :

Estimer le **risque de perte de part de marché et de chiffre d'affaires** d'un point de vente suite à l'arrivée d'un concurrent

Nombre d'études par an en moyenne : 250

Année d'exécution: Depuis 2004



MAGASIN				PROJET				Parts captées		MAGASIN	
ZC	TPS	DEP	COMMUNES	ZC	TPS	DEP	COMMUNES	CA estimé CA généré par le projet	Extension	CA capté	CA capté
BILAN GLOBAL											
Bilan		CA MAGASIN AVANT IMPACT		CA MAGASIN APRES IMPACT		Parts captées (en €)		Parts captées (en %)			
CA TOTAL DANS LA ZC ZCAN MAGASIN		937 110		889 257		-47 853		-5,1%			
CA des autres communes de la ZC MAGASIN		26 696 345		26 674 988		-21 357		-0,08%			
CA TOTAL DANS LA ZC MAGASIN		27 633 455		27 564 244		-69 210		-0,25%			
CA Hors zone et CA Divers		3 565 545		3 530 993		-34 552		-1,00%			
CA TOTAL MAGASIN		31 200 000		31 095 124		-104 876		-0,34%			

-0,34%
de parts captées au MAGASIN dès la 1^{ère} année
soit **-105 K€**

Chiffre d'affaires prévisionnel du MAGASIN

Années	Chiffre d'affaires prévisionnel	Évolution de CA		Ratio CA/m² couvert
		en %	en valeur	
AVANT IMPACT				
Tendance de CA estimée	31 200 000 € TTC	-	-	3 131 €
APRES IMPACT				
1 ^{ère}	31 095 124 € TTC	-0,34%	-105 K€	3 120 €
2 ^{ème}	31 250 600 € TTC	+0,5%	+155 K€	3 136 €
3 ^{ème}	31 563 106 € TTC	+1,0%	+313 K€	3 167 €
4 ^{ème}	32 036 553 € TTC	+1,5%	+473 K€	3 215 €

Au total, l'impact global du projet sur le magasin r est limité à **-105 K€ (-0,34%)** jusqu'à l'année rebond (année 2 après le projet).

Ratio CA/m² cc à **3 120 €/m² cc** en année 1 après impact contre **3 131 €/m² cc** en CA estimé.

Répartition géographique de nos dernières études

- Alimentaire
- Drive
- Équipement de la maison
- Équipement de la personne
- Promotion commerciale
- Audit immobilier
- Urbanisme
- Culture & Loisirs

ÉTUDES et SOLUTIONS GÉOMARKETING

ÉTUDES FRANCHISEURS – FRANCHISES

FRANCHISEURS

Objectif :

Dans le cadre du DIP, réalisation d'**Etat Général de Marché**, description du marché national (caractéristiques de la Demande et de l'Offre)

Etude d'impact concurrentiel : estimer l'impact d'un nouveau magasin sur le réseau existant

Etude de zonification : ciblage des villes où s'implanter en priorité, définir les zones de chalandise, d'exclusivité de vos projets

Enquêtes de comportement, d'attentes, de satisfaction : bien orienter le concept de point de vente en fonction des attentes des consommateurs

Solutions Géomarketing : Application GEOXIA pour piloter votre réseau de points de vente et son développement

FRANCHISÉS

Objectif :

Dans le cadre du DIP, réalisation d'**Etat Local de Marché** (Description locale de la Demande (Pop – Marché) et de l'Offre (Recensement Concurrence))

Etude de potentiel : estimer le CA prévisionnel de votre projet de magasin franchisé, selon les normes de performance du réseau

The collage displays several market study reports from Emprixia, each with a specific brand and location:

- Kiosque Pizzas (34) - Montpellier:** Étude de potentiel, projet de création. Adresse: Parking Casino#HyperFrais à Montpellier (34). Visite du site: 28/06/2023.
- PIZZA & PASTA - Bains-de-Bretagne (35):** État local de marché. Adresse: Rue Lancera, Zac Château Gaillard.
- MAMIE BIGOUBE - Canet-en-Roussillon (66):** Étude de potentiel, projet de création. Adresse: 2 Avenue de Catalogne à Canet-en-Roussillon (66). Reprise du Restaurant L'Atelier Cuisine.
- FOTOKABINE - Bains-de-Bretagne (35):** État local de marché.
- BODY HOUSE - Bains-de-Bretagne (35):** Développement réseau, création de points de vente. Adresse: Bains-de-Bretagne (69).
- à ciel ouvert - Bains-de-Bretagne (35):** État général de marché. Adresse: A Ciel Ouvert.
- Cultura - La Réunion (974):** État général de marché.
- Feu Vert - La Réunion (974):** Étude de potentiel, projet de création. Adresse: 12 Baies. Visite du site: 13 décembre 2023.

Each report features the Emprixia logo and a set of performance metrics: 15 ANS D'EXPERIENCE, 400 ETUDES DE MARCHÉ, and FFF EXPERTS.

ÉTUDES GÉOMARKETING

ÉTUDE DE POTENTIEL MULTI-ACTIVITÉS

CARACTÉRISTIQUES

Objectifs :

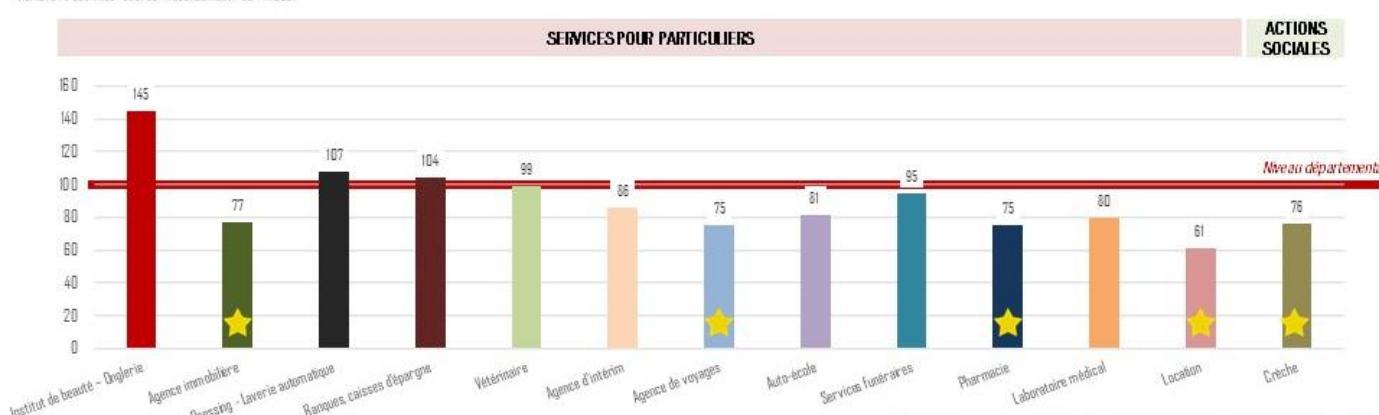
Orienter la **programmation commerciale d'un futur ensemble commercial** vers les marchés les plus porteurs, où la concurrence est sous-représentée

Nombre d'études par an en moyenne : **250**

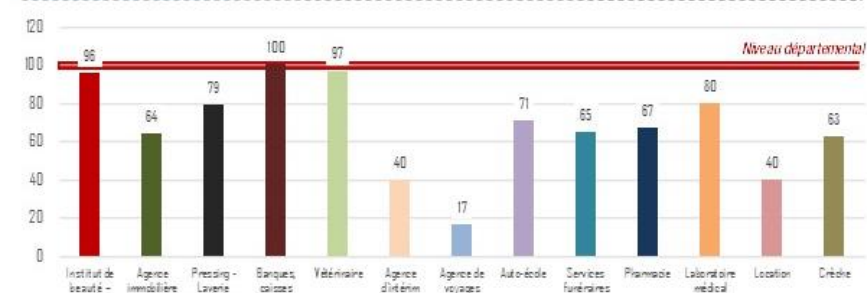
Année d'exécution: *Depuis 2004*

INDICES DE DENSITÉ DES PRINCIPAUX SERVICES

INDICES DE DENSITÉ POUR L'ENSEMBLE DE LA ZONE DE CHALANDISE (en Nombre d'activités, Base 100 niveau départemental)



INDICES DE DENSITÉ POUR LES ZONES PRIMAIRE ET SECONDAIRE



Nota. Parmi les 13 services présentés ici, seulement 5 ont un indice de densité inférieure à 80.

Les services Agence immobilière, Agence de voyages, Pharmacie, Location, crèche apparaissent les plus sous-représentés dans la zone.

En zones primaire et secondaire, les agences d'intérim sont sous-représentés.

PROGRAMMATION COMMERCIALE MARCHÉ PAP-CHAUSSURES

PROGRAMMATION COMMERCIALE MODE - CHAUSSURES

(À DÉFINIR PRÉCISÉMENT EN FONCTION DE L'ENSEIGNE ENVISAGÉE ET DE LA SURFACE DE VENTE RETENUE)



Les enseignes visant un profil de population senior (+45 ans) sont peu présentes dans la zone actuellement.

Enseignes proposées en adéquation avec le revenu médian de la zone (19 892 € dont 21 064 € en zone primaire contre 21 313 € au niveau France)

Enfin d'autres enseignes à plus forte notoriété pourraient venir compléter l'offre actuelle

LE SITE DU PROJET

ACCESSIBILITÉ VOITURE FAVORABLE

Le site du projet de retail park est situé **en bordure d'un axe majeur**, la RD 555, accessible via la RN 7 depuis un échangeur. Le site est ensuite **accessible via un giratoire** et des **voies internes** permettant de **desservir les différents parkings** à disposition.



ACCESSIBILITÉ MODE DOUX PARTAGÉE

Le site est légèrement décalé du bâti de la commune des Arcs ce qui rend le projet **difficilement accessible à pied pour ses habitants**. En revanche, **au sein du retail park** la **déambulation piétonne sera optimale** et agréable. Pour les vélos, des **pistes cyclables** se trouvent à proximité du projet, ce qui rend la circulation à vélo possible vers le site du projet.

L'arrêt « Bréguières » **desservi** par la **ligne 9** du réseau de transport « MyBus » se situe à 500 mètres du projet. Cependant, cette ligne dispose d'une trop faible fréquence.

VISIBILITÉ PARTAGÉE

Le site du projet est **bien visible** depuis la RD 555 dans les **deux sens de circulation**, le site disposant d'une vue dégagée depuis l'axe. En revanche, **depuis la RN 7**, le site sera **moins visible** pour les automobilistes.



AMBIANCE D'ACHAT FAVORABLE

Le projet de retail park se situera à **proximité du Centre Commercial Sud Dracenie** composée d'une **locomotive alimentaire HYPER U de 7 100 m²** à terme (extension en cours) ainsi que d'autres enseignes nationales telles que NOCIBÉ, JULES et un SPORT 2000, des petits commerces de proximité (flaunerie, pressing, boulangerie, etc.) et des activités de restauration (McDonald's, etc.) offrant une attractivité à la zone.

De plus, le retail park sera composé de **moyennes surfaces**, de point de restauration et d'un **complexe sportif et loisirs** qui accentuera la **bonne ambiance d'achat**.

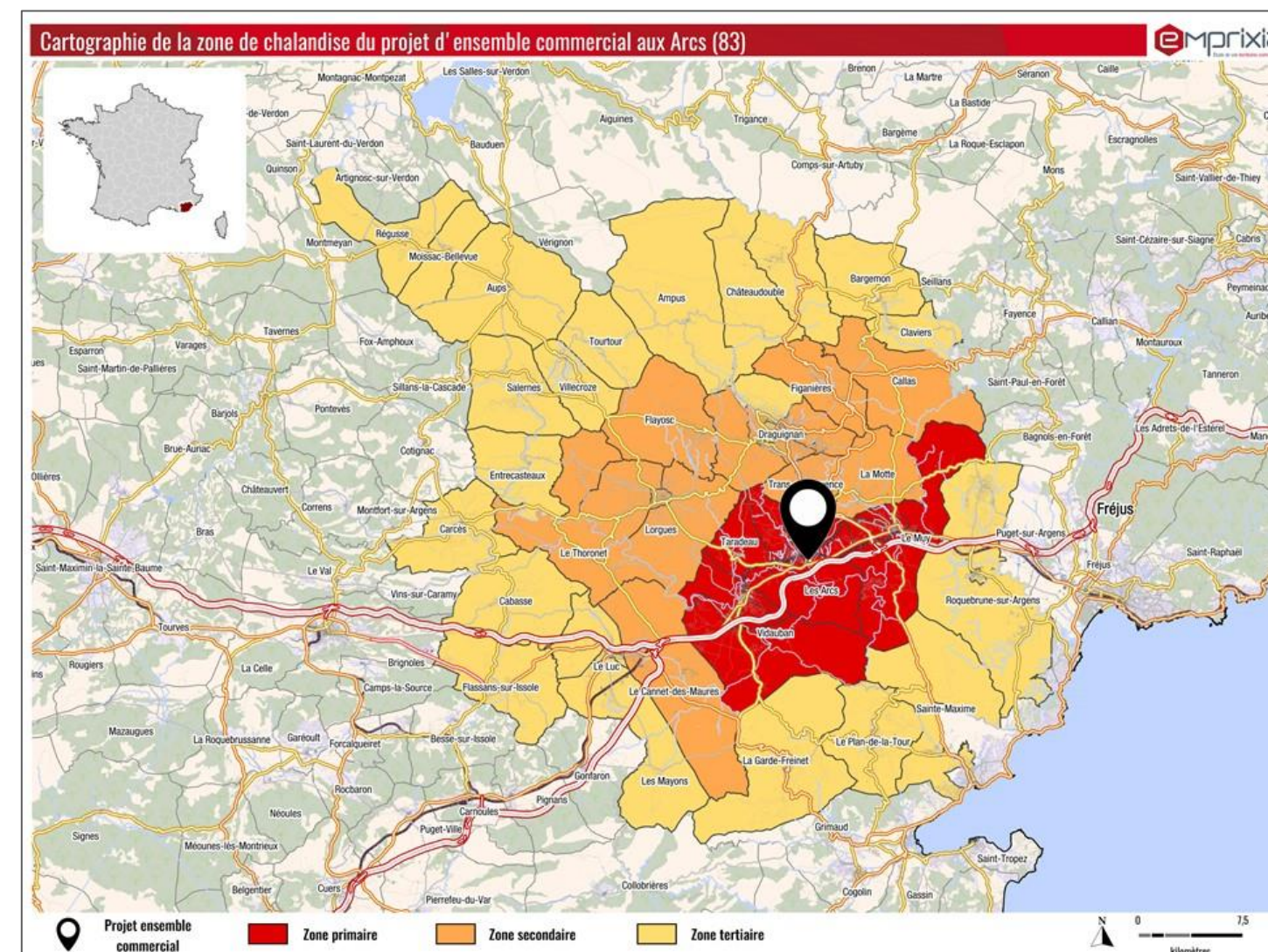


SÉCURITÉ FAVORABLE

Le **giratoire** sur la RD 555 favorise la sécurité pour les véhicules accédant au retail park. Sur le site, les **aménagement permettront de pacifier la circulation** entre les flux véhicules et piétons.

Pour les déplacements doux, les **aménagement** au sein de la zone sont adaptés et **sécurisés pour tous les usagers**.

Phase 1 : Analyse du territoire



CLIENTS

ILS NOUS FONT CONFIANCE

ET BIEN D'AUTRES ...



PRESTATIONS

DOSSIERS RÉGLEMENTAIRES DES IMPLANTATIONS COMMERCIALES

ÉTUDES RÉGLEMENTAIRES IMPLANTATION COMMERCIALE

DOSSIER A.E.C - ANALYSE D'IMPACT- ÉTUDE DE TRAFIC - CERTIFICAT DE CONFORMITE

Maître d'ouvrage :

ENSEIGNES NATIONALES et PROMOTEUR

Personne à contacter :

Benoit FOUQUERÉ, Responsable commercial

Alexandra AUDUC, Responsable dossiers réglementaires

Année d'exécution : Depuis 2004

CARACTÉRISTIQUES

L'histoire : EMPRIXIA intervient sur ces thèmes depuis près de 20 ans et réalise aujourd'hui plus de 100 dossiers réglementaires par an :

- Analyse préalable du projet (localisation, plans,...) par rapport aux documents d'urbanisme et à la législation (Loi Climat et Résilience, ...)
- Dossiers d'Autorisation d'Exploitation Commerciale (A.E.C.)
- Etude de trafic routier : Mesure d'impact du projet sur les flux routiers
- Dossier CNAC
- Accompagnement en Commission CDAC – CNAC
- Formation de vos équipes à l'urbanisme commercial

Nous sommes habilités par les Services Préfectoraux dans l'ensemble des départements français pour traiter des :

- Analyses d'Impact Centre-ville
- Certificats de Conformité.



1. Secteurs d'activités et surface de vente du projet

Le projet porte sur la création d'un ensemble commercial intégré à la ZAC mixte Baud-Chardon, création de 3 cellules commerciales.

L'une des 3 cellules sera occupée sous l'enseigne et proposera une surface de vente de 1 956 m², faisant partie du secteur 1 fixé à l'article R. 752-3 du Décret N°2008-1212. La classe NA à ce magasin est 4711D (Supermarchés).

En ce qui concerne les deux autres cellules commerciales, elles proposeront des surfaces de 128 m² et 72 m² pour des activités de secteurs 1 et 2 (Alimentaire et Non alimentaire).

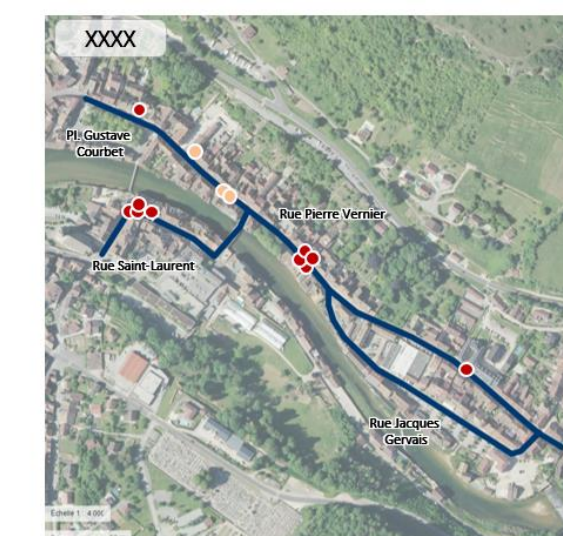
TABLEAU DES SURFACES DE VENTE

Enseigne	Secteur d'activité	Surface de vente
1	Cellule 1	1 - Alimentaire 128 m ²
2	Cellule 2	2 - Non alimentaire 72 m ²
3	Cellule 3 -	1 - Alimentaire 1 956 m ²
Total de l'ensemble commercial		2 156 m ²

• **Vacance commerciale de la commune d'XXXX**
Au sein du parcours marchand étudié, 13 locaux vacants ont été identifiés, sur un total de 100 locaux (y compris locaux vacants).

Taux de vacance du parcours marchand d'XXXX : 13,0%
Inférieur au niveau national centre-ville : 13,5%

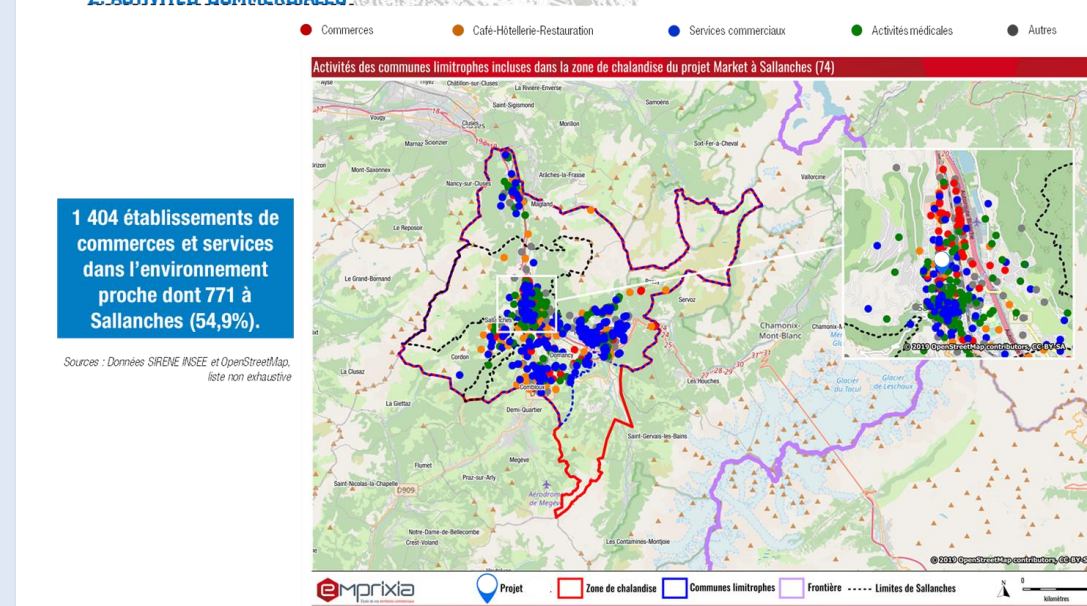
Analyse de la vacance :
La commune d'XXXX est la seule commune disposant d'une offre commerciale diversifiée qui bénéficie à l'ensemble des ménages du territoire.
La vacance commerciale de la commune d'XXXX se concentre le long de la Rue Pierre Vernier et de la rue Saint-Laurent. La majorité des locaux vacants est caractéristique d'une vacance structurelle, à l'image de ceux de la Rue Saint-Laurent. En mauvais état, ils nécessitent des travaux de réhabilitation et de mise aux normes pour les personnes à mobilité réduite afin d'être repris.
Les trois cellules vacantes restantes sont d'origine conjoncturelle. En bon état général, elles se situent le long du linéaire commercial de la rue Pierre Vernier. Elles retrouveront facilement une nouvelle activité.
Le taux de vacance commerciale du parcours marchand s'explique par différents facteurs :
• XXXX est la seule commune de l'environnement proche bénéficiant d'une réelle centralité, et proposant une offre commerciale dynamique aux habitants.
• Le revenu médian des ménages à XXXX est similaire au revenu médian national (22 440€ contre 22 397€ pour la France métropolitaine).
• Un taux de chômage inférieur au taux de la France (12,2% contre 13,4% à l'échelle nationale).
• La part de logement vacant à XXXX est de 7,2% contre 8,2% à l'échelle nationale.



Taux de la vacance nette du parcours marchand d'XXXX : 3,0%

XXXX bénéficie également d'un périmètre ORT en son centre, intégrant une partie du parcours marchand étudié. Dans le cadre de la convention ORT, diverses actions en faveur de l'habitat et du commerce seront mises en place pour redynamiser le centre-ville en améliorant le patrimoine, l'habitat et le commerce pour recréer une impulsion sur le territoire.

2. ACTIVITÉS COMMERCIALES

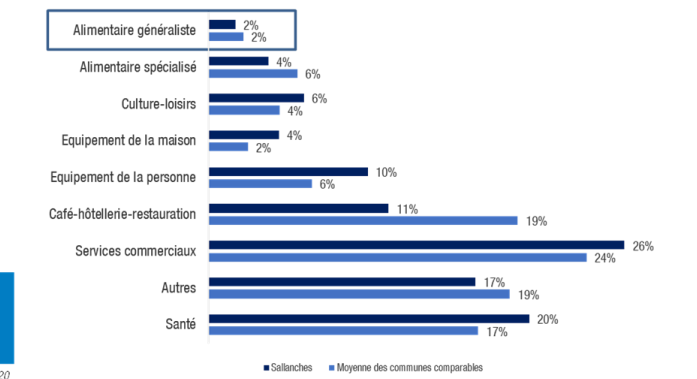


2. ACTIVITÉS COMMERCIALES

• Armature commerciale de la commune de Sallanches

La base de données SIRENE établie par l'INSEE recense 771 établissements de commerces et services à Sallanches.
L'offre commerciale est diversifiée.
Le taux de commercialité (hors établissement de santé) est plus élevé à Sallanches que dans les communes comparables (32% contre 25%).
L'alimentaire généraliste est autant représenté à Sallanches que dans les communes comparables (2%).

Taux de commercialité supérieur à la moyenne à Sallanches : 32%
Taux moyen dans les communes comparables : 25%



Taux de commercialité : part des commerces alimentaires, d'équipement de la personne, de la maison et de culture-loisirs dans le nombre total d'activités hors locaux vacants et activités médicales.
Exemples de services commerciaux : banque-assurance, coiffeur, esthétique...
Autres : garage automobile, bricolas, salon de tatouage...
Méthodologie : communes comparables retenues selon les critères de taille de population, poids des résidences secondaires, revenu médian et zone d'influence d'une petite ville, ville moyenne, grande ville ou ville centre

À partir des données de comptage Trafic Moyen Journalier et de l'enquête origines-destinations, un diagnostic précis du fonctionnement actuel de l'intersection peut être établi. Ce diagnostic présente de manière schématisée le fonctionnement de l'intersection afin d'établir son taux de saturation et de mettre en avant ses réserves actuelles de capacité.

Fonctionnement de l'intersection CD01

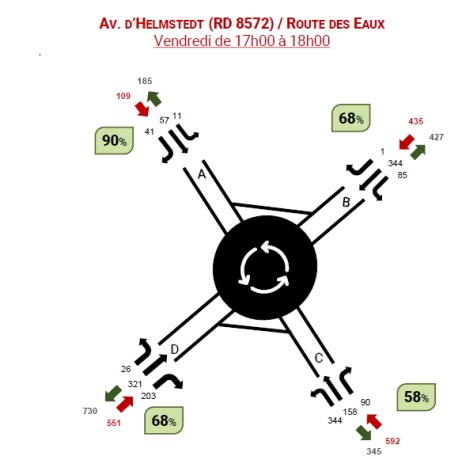
Vendredi 17h00 à 18h00 - UVP (État de Véhicule Particulier)

DE/VERS	A	B	C	D	TOTAL
A - Rue des Eaux (Nord)	0	11	57	41	109
B - Av. d'Helmsstedt (Nord)	11	5	65	344	425
C - Rue des Eaux (Sud)	158	90	0	344	592
D - Av. d'Helmsstedt (Sud)	26	321	203	1	551
TOTAL	185	427	345	730	1 687

Résultat Vendredi 17h00 à 18h00 - UVP - Situation actuelle

Branche	Réserves de capacité (%)	Longueur de stationnement (gèbe de véhicules)	Temps d'attente (s)	Taux de saturation (%)
A - Rue des Eaux (Nord)	1 025	0	2	0,1
B - Av. d'Helmsstedt (Nord)	944	0	3	0,2
C - Rue des Eaux (Sud)	817	0	3	0,3
D - Av. d'Helmsstedt (Sud)	1 180	0	2	0,1

Synthèse
L'étude de l'intersection n°1 sur l'avenue d'Helmsstedt ne montre pas de situation de saturation le vendredi soir à l'heure de pointe. On observe des réserves de capacité favorables pour l'ensemble des branches.
Ainsi, l'intersection peut absorber un trafic supplémentaire sans contraindre son fonctionnement.



À retenir
À l'heure de pointe : Avec des réserves de 25% de réserves de capacité, la situation est favorable. Entre 5% et 25%, des ralentissements peuvent survenir. En dessous de 5%, des blocages apparaissent et l'intersection est saturée.



PRESTATIONS

URBANISME COMMERCIAL

COLLECTIVITÉS LOCALES

MARCHÉS PUBLICS ET COLLECTIVITÉS

REVITALISATION – STRATÉGIE COMMERCIALE LOGISTIQUE URBAINE

Maître d'ouvrage :

Collectivité territoriale en France

Personne à contacter :

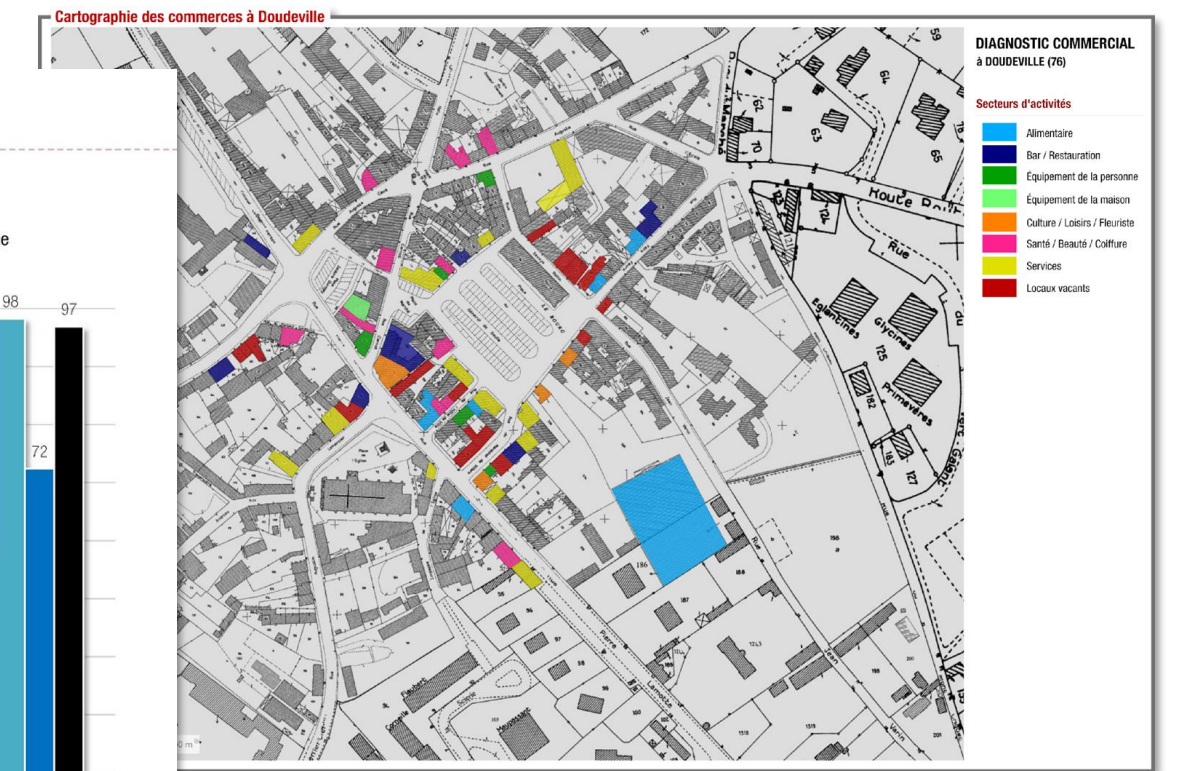
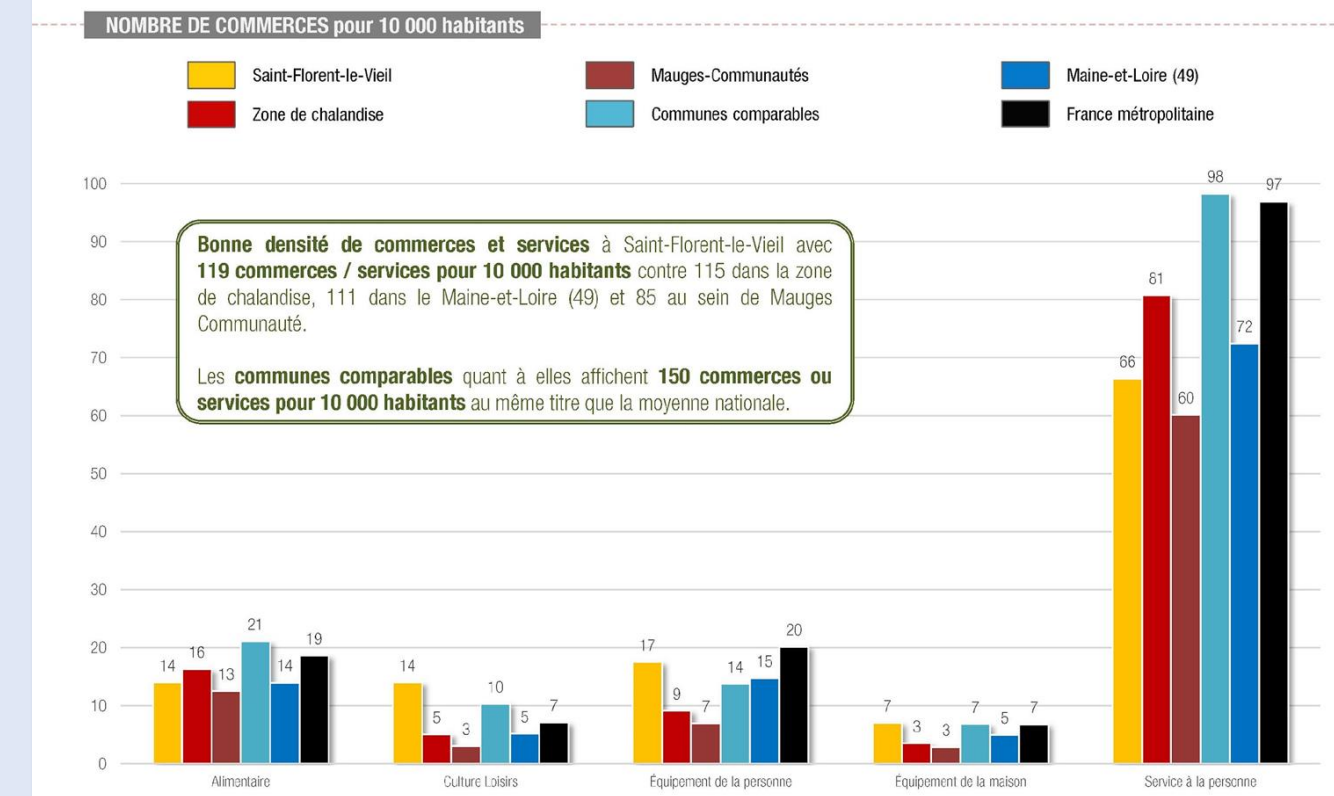
Nicolas LEROY, Responsable du pôle Urbanisme commercial

Année d'exécution : Depuis 2004

L'histoire : Face aux évolutions du commerce actuel (achats sur internet,...), et aux contraintes (multiplication des locaux vacants en centre-ville, coût de l'immobilier, problématique des livraisons, stationnement, zéro artificialisation, ...), EMPRIXIA propose aux élus un **accompagnement personnalisé, sur les thèmes du commerce (dynamisation de centre-ville, centre-bourg, locaux vacants), des zones d'activités (recensement des entreprises et des friches) et de la logistique urbaine (livraison des magasins, dernier km)**

EMPRIXIA apporte ainsi son expertise depuis près de 20 ans pour bâtir un **diagnostic précis et partagé**, et définir des **stratégies commerciales** adaptées aux territoires étudiés, en valorisant la **concertation**.

• Les commerces de proximité sur le territoire de Mauges-sur-Loire



Le Te

CONTEXTE / CONSTAT / ENJEUX

La place de la Févrière se situe sur la ville basse, développée au sud de la ville historique qui borde la Loire. La Place se positionne comme l'entrée sud de la ville historique. Au carrefour des axes majeurs (départementales) nord-sud et est-ouest, c'est une place centrale de Saint-Florent-le-Vieil. Aujourd'hui, la place est dédiée essentiellement aux flux routiers et au stationnement, pourtant elle rassemble commerces et services.

Aménagement de la place avec la construction du premier lotissement en 1955

Paroles d'habitants

La place de la Févrière est qualifiée de « lieu de ralliement, un des centres de Saint-Florent, « lieu d'anciennes fêtes, « le lieu que tout le monde connaît à Saint Florent. »

Fiche action

CARACTÉRISTIQUES

PROCESSUS DE CONCERTATION

ENQUÊTE – ATELIER COLLABORATIF – ENTRETIENS – SÉMINAIRE

Maître d'ouvrage :

Collectivité territoriale en France

Personne à contacter :

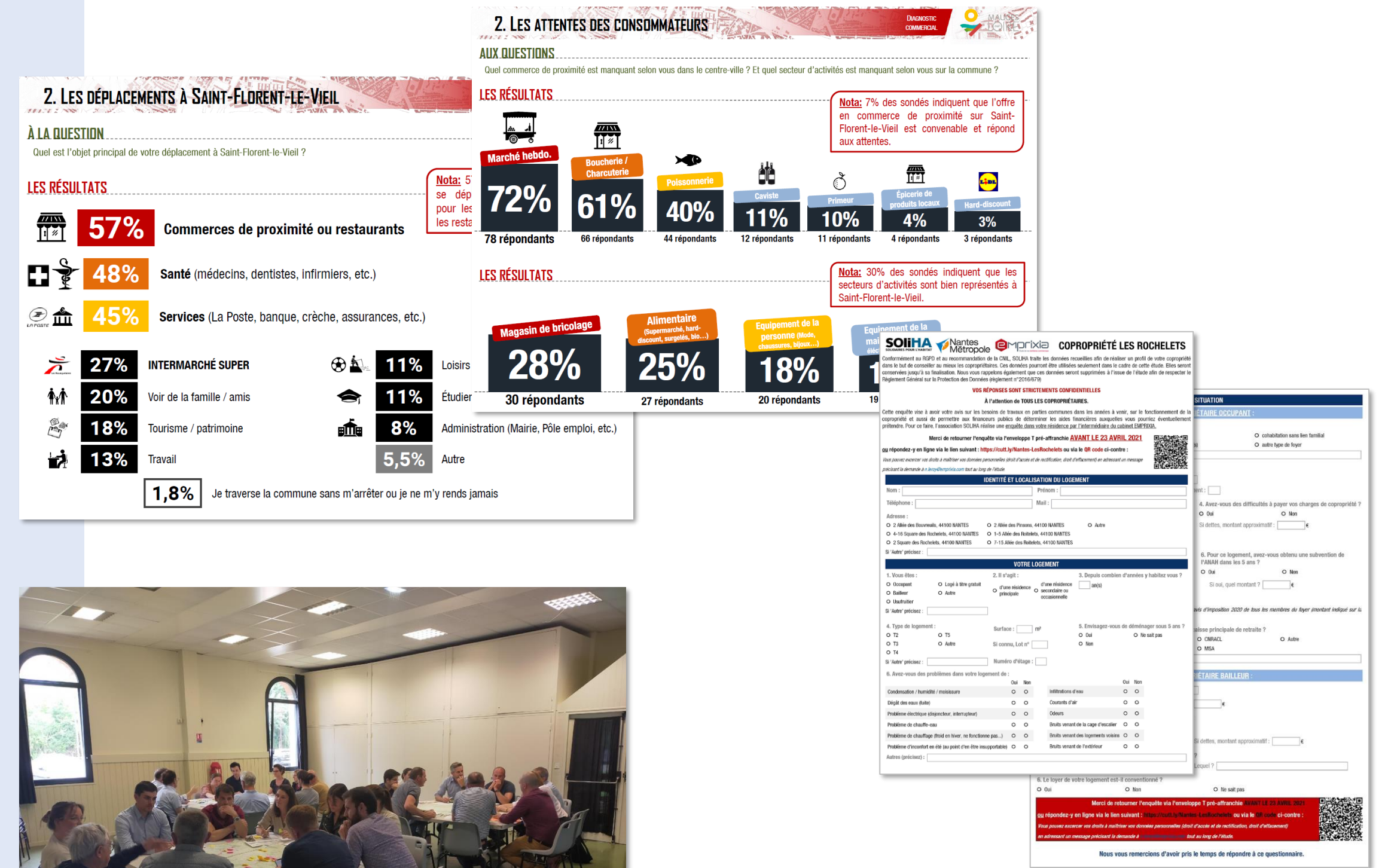
Nicolas LEROY, Responsable du pôle Urbanisme commercial

Année d'exécution : Depuis 2004

Montant du marché : sur devis

L'histoire : Dans toutes nos études, la **concertation est au cœur du processus**. Cette volonté d'associer les acteurs locaux, les consommateurs et les résidents est primordial pour construire une vision partagée.

EMPRIXIA accompagne ainsi les collectivités lors d'études relatives aux activités économiques et logistiques, en proposant différentes formes de concertation (enquête, entretien, atelier, réunion publique, séminaire, etc.)

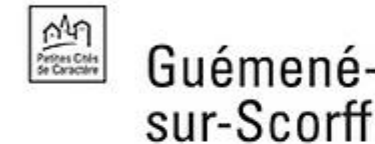


CARACTÉRISTIQUES



Ils nous font confiance... Collectivités locales

CLIENTS





LE MANS – PARIS - NANTES

20 ANS
D'EXPÉRIENCE
DANS TOUTE LA FRANCE

PLUS DE **400**
ÉTUDES DE MARCHÉ
SUR CES THÈMES RÉALISÉES CHAQUE ANNÉE

fff Fédération
Française
Franchise
EXPERTS

FCA
EXPERTS



Application géomarketing pour piloter et
développer votre réseau de points de vente

EMPRIXIA.COM

SERVICE.COMMERCIAL@EMPRIXIA.COM

02 53 49 10 40