



LE MANS – PARIS – NANTES – TOULOUSE - NANCY

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

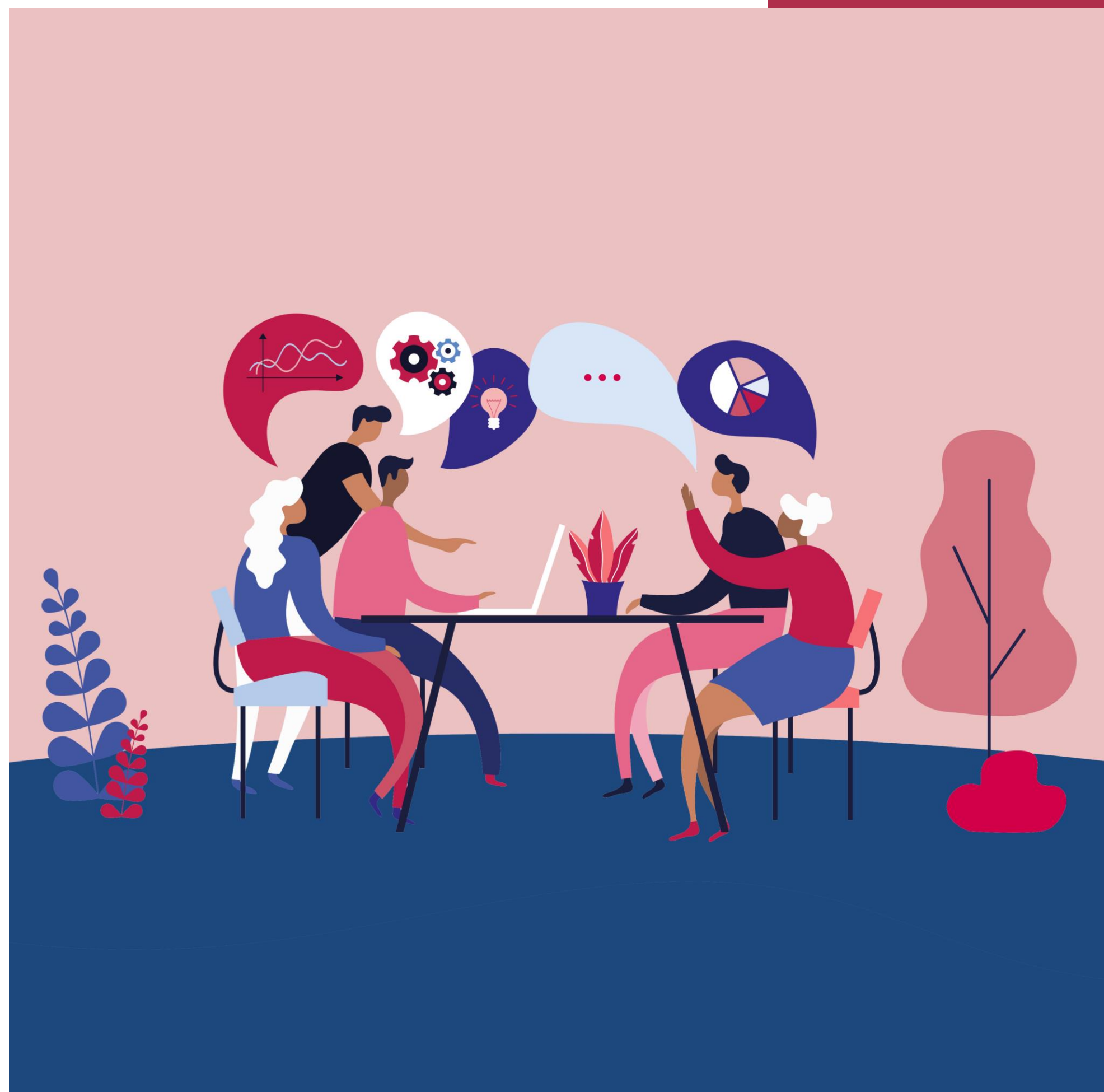


Application géomarketing pour piloter et
développer votre réseau de points de vente

EMPRIXIA.COM

SERVICE.COMMERCIAL@EMPRIXIA.COM

02 53 49 10 40



COMPOSITION ET ORGANISATION DE L'ÉQUIPE

PRÉSENTATION D'EMPRIXIA

NOTRE ÉQUIPE : UNE QUINZAINES DE COLLABORATEURS



Olivier FOUQUERÉ
Président 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 DIRECTION



Benoit FOUQUERÉ
Directeur Général



Alexis TILLY
Directeur Études

EQUIPE DE MANAGER



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



Nicolas LEROY
Responsable
Urbanisme
commercial



Anne-Sophie DRONNE
Responsable
administrative et
comptable

PARTENARIAT JURIDIQUE

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

PARTENARIAT DATA



PARTENARIAT INSTITUTIONNEL



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

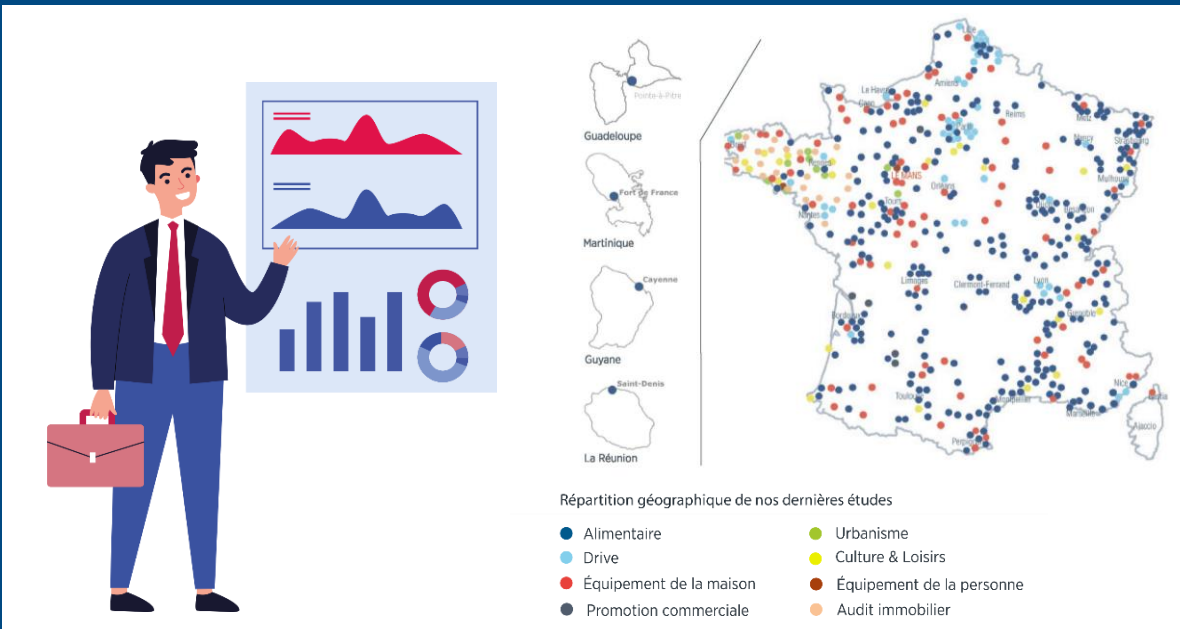
Dossier AEC (CDAC) - Analyse d'impact centre-ville - Étude de trafic routier - Certificat de conformité



Urbanisme commercial

COLLECTIVITES LOCALES

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



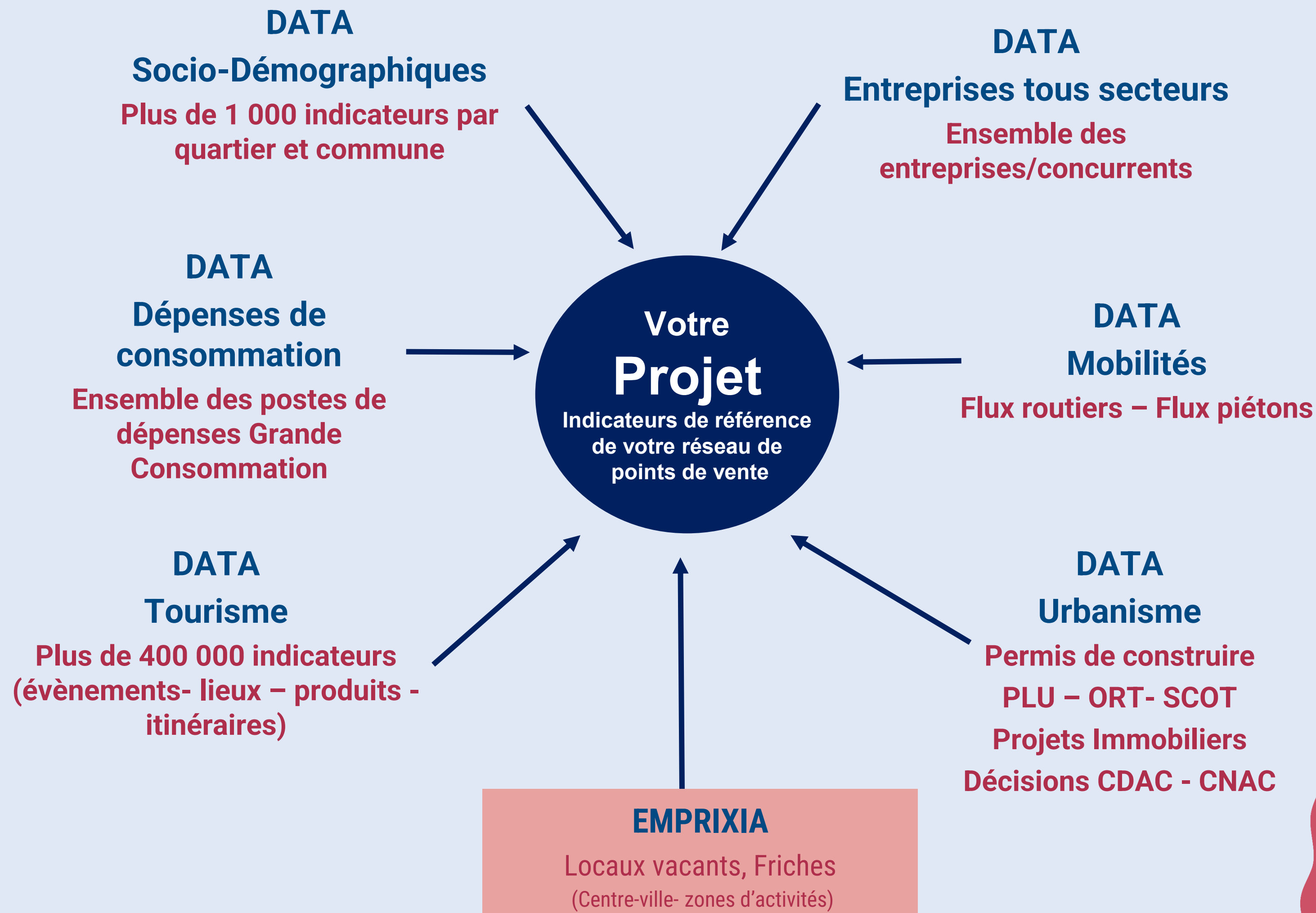
NOTRE PÉRIMÈTRE D'INTERVENTION

France entière
(y compris DROM-COM)



NOS MOYENS DATA

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),

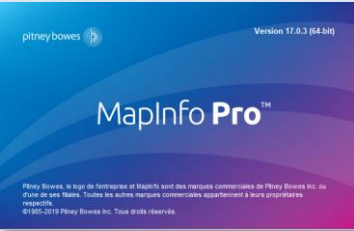


Géoportail / Observatoire des Territoires
(SIG en ligne),



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*

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



PRESTATIONS

ÉTUDES DE MARCHÉ

FRANCE ENTIÈRE : LES ENSEIGNES GRANDE DISTRIBUTION - FRANCHISE

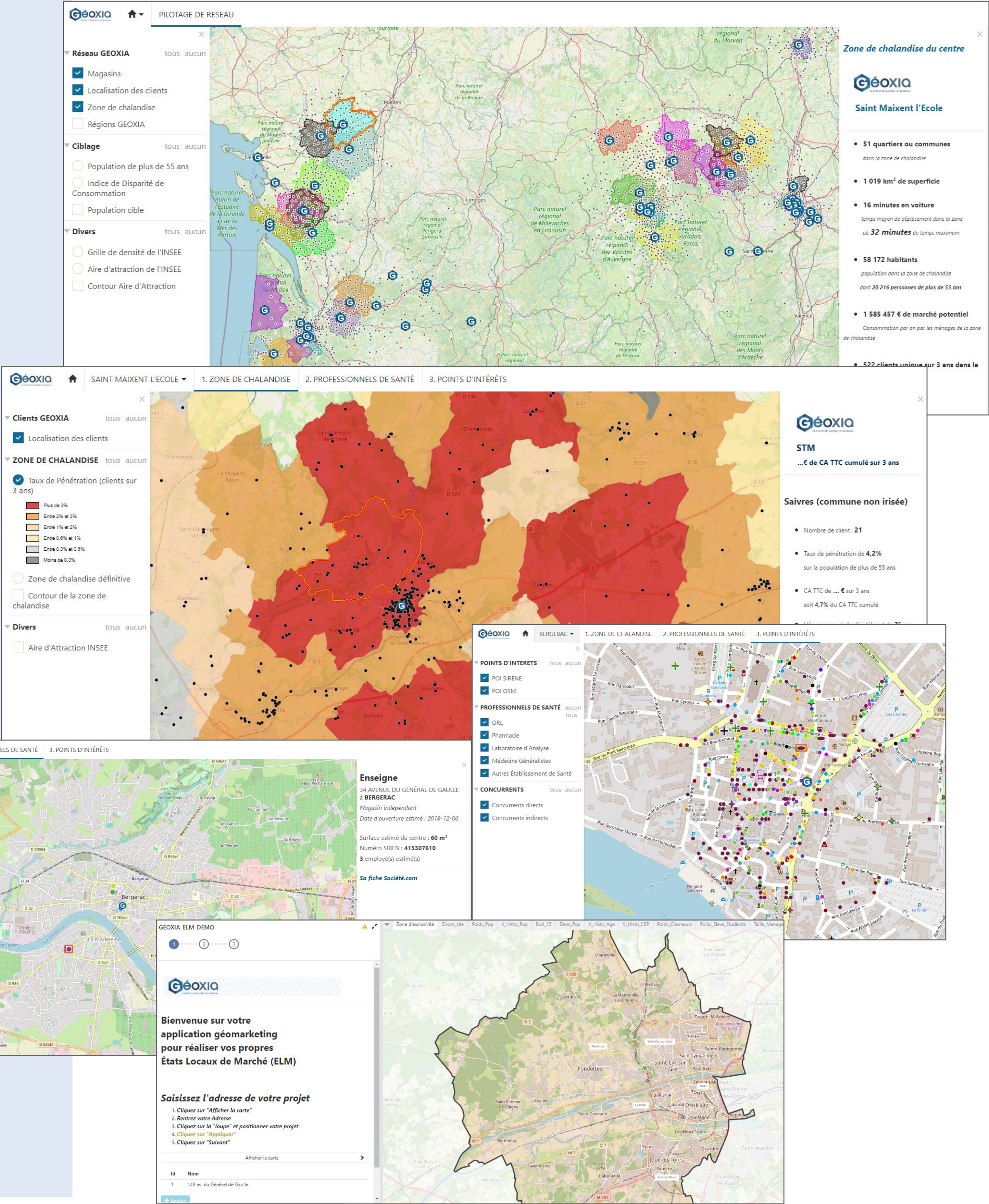
Traitement et analyse de vos projets facilités, simples et automatisés



NOTRE APPLICATIF GEOMARKETING *by EMPRIXIA*

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

- 📍 **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



ÉTUDES GÉOMARKETING

ÉTUDE DE POTENTIEL POINT DE VENTE

CARACTÉRISTIQUES

Objectif :

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

Secteurs d'activités : *Grande consommation, notamment **Equipement de la Maison***

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

Année d'exécution: *Depuis 2004*

Analyse site

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'immuables.

Tendance de CA 2022 : MC, 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**

VISIBILITÉ
AMBIANCE D'ACHAT
ACCESSIBILITÉ
SÉCURITÉ

Note moyenne sur 5

4,4
2,8
4,1
2,5

Note moyenne sur 5 des projets France

3,6
3,7
3,6
3,9

très favorable
de proximité
favorable
limitée

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

		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)		2 525 K€	13,9%	

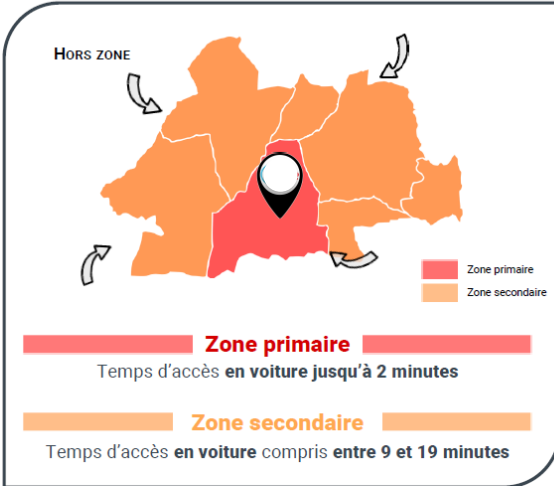
Le circuit GSA est peu représenté dans la zone de chalandise. Le circuit Supérette est sur représenté car avec actuel, le circuit pèse 19,2% contre 9,5% au niveau national.

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

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

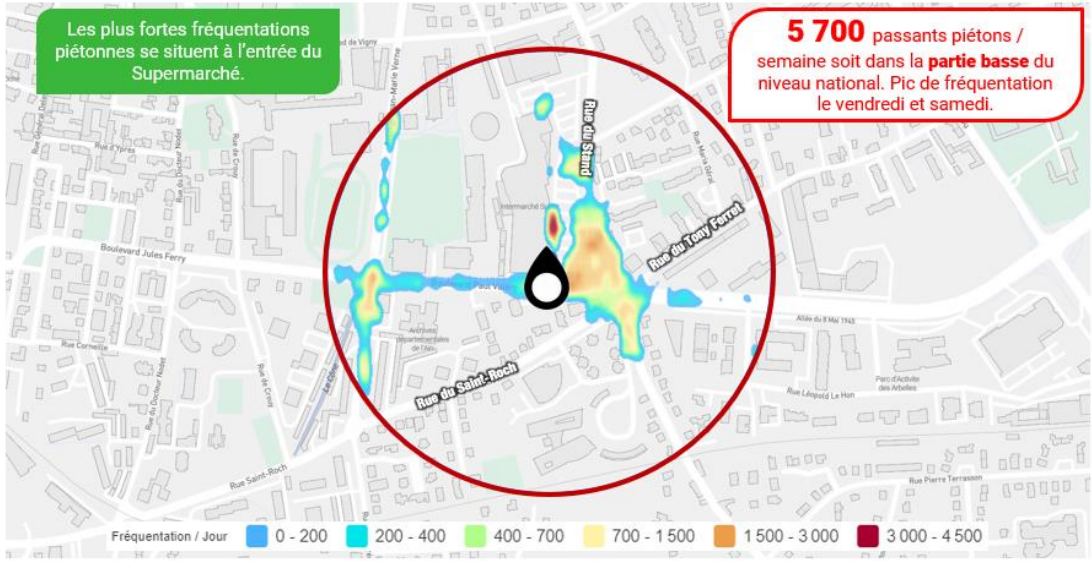
ZONE DE CHALANDISE
173 km²
(7 communes)

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.

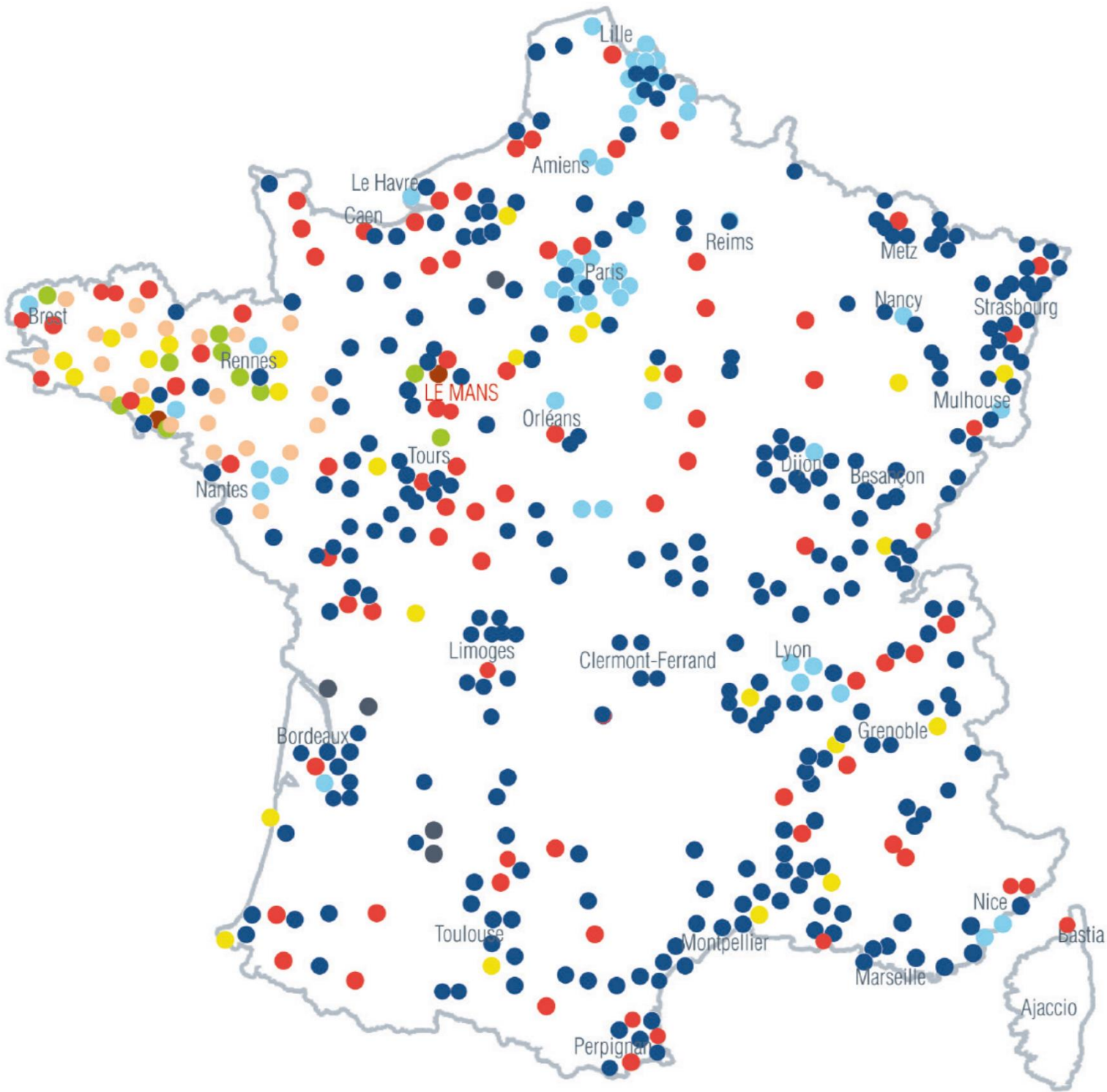
CLIENTÈLE HORS-ZONE
Le CA de la clientèle de flux hors de la zone est estimé à **19,0%** du CA prévisionnel du projet.

Carte de chaleur de la fréquentation piétonne (rayon de 400 m autour du site d'implantation)



Zone de chalandise

Flux piétons



Répartition géographique de nos dernières études

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

Evasion commerciale

ÉTUDES GÉOMARKETING

ÉTUDE D'IMPACT CONCURRENTIEL

CARACTÉRISTIQUES

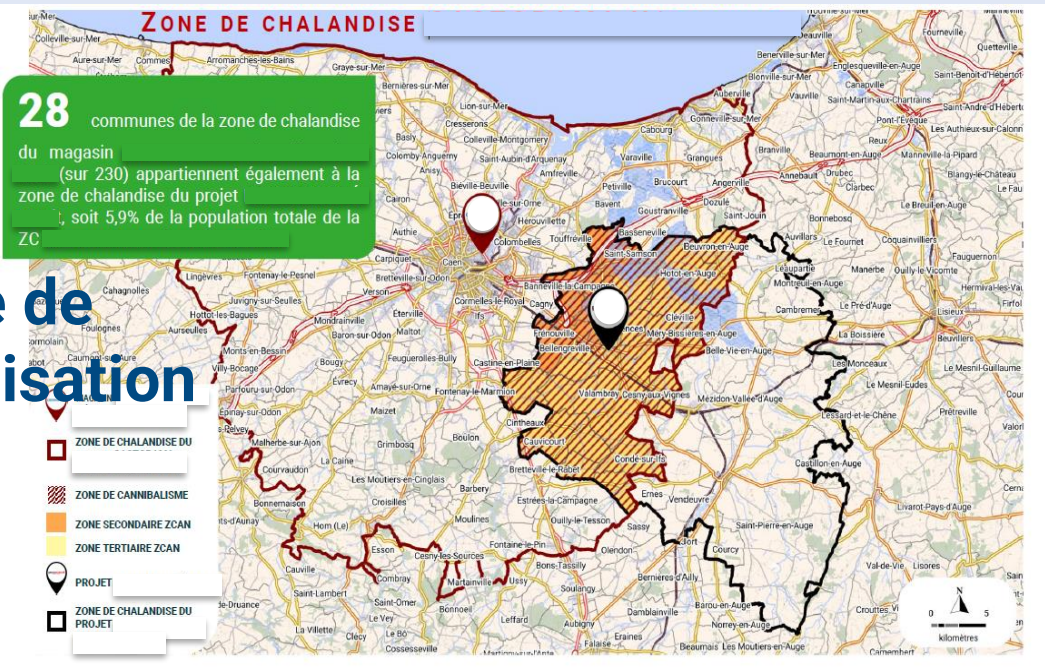
Objectif :

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

Zone de cannibalisation



MAGASIN							PROJET							MAGASIN		
ZC	TPS	DEP	COMMUNES	POP. 2020	CA ACTUEL	% CA	ZC	TPS	Diff Tps	CA estimé CA généré par le projet	CA capté	Partis captées au CA	CA capté	CA après impact		
Zone primaire							0	0	0,0%	0	0	0,0%	0	0		
2	14	14	Enlécaille	683	59 100	0,2%	3	10	-4	18 646	1 692	2,0%	1 102	12,7%		
2	14	14	Frénoville	1 981	150 088	0,2%	3	10	-4	18 307	4 864	2,0%	3 182	12,7%		
2	16	14	Banneville-la-Campagne	171	12 093	0,0%	3	15	-1	2 635	439	2,0%	242	10,8%		
2	17	14	Belleville	1 470	88 323	0,2%	2	6	-11	176 581	4 415	3,0%	2 652	9,7%		
2	17	14	Troarn	3 435	221 100	0,7%	3	14	-3	97 220	8 838	3,0%	6 633	9,7%		
2	18	14	Saint-Pair	244	14 833	0,0%	2	11	-7	27 197	654	4,0%	391	8,6%		
2	19	14	Saint-Samson	315	18 331	0,1%	3	15	-3	5 495	916	3,0%	553	7,8%		
2	19	14	Vernon	836	35 582	0,1%	1	5	-14	142 241	8 693	6,0%	3 022	7,3%		
Zone secondaire							9 075	604 454	1,9%	3	18	0	548 343	30 913		
3	18	14	La Coudre	1 719	56 118	0,2%	3	16	0	24 476	4 079	2,0%	122	2,4%		
3	18	14	Cantecourt	590	15 523	0,0%	3	16	-2	25 050	4 079	4,0%	621	4,3%		
3	21	14	Juville	386	10 198	0,0%	2	12	-9	59 676	1 376	7,0%	774	3,3%		
3	22	14	Moult-Chicheboville	3 344	63 762	0,2%	1	6	-16	619 115	1 453	12,0%	7 693	3,1%		
3	22	14	Saint-Pierre-du-Jonquet	272	5 940	0,0%	2	10	-12	27 944	36 419	9,0%	85	3,2%		
Zone tertiaire							17 230	322 686	1,1%	—	—	—	8,9%	23 692		
Total zone de cannibalisme				26 405	937 110	3,0%	3 000 121				179 401	5,1%	47 633	5,4%	889 257	

Lecture de la colonne : Pour la commune d'Enlécaille, ses habitants mettront 4 minutes de moins pour aller au projet que se rendre au magasin.

Communes plus proches du projet que du magasin

Suite et fin du tableau en Annexe 2

BILAN GLOBAL

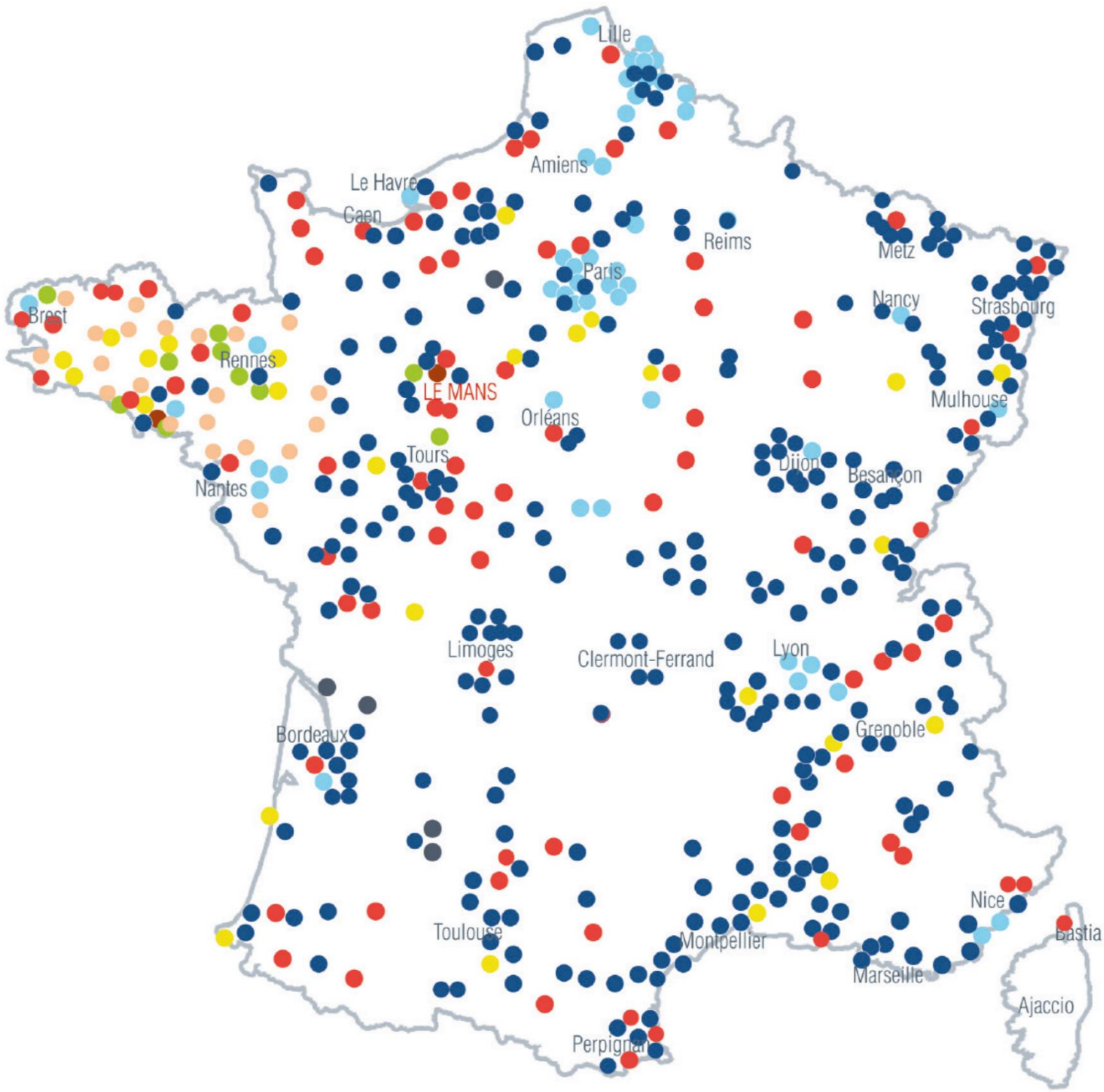
Bilan	CA MAGASIN AVANT IMPACT	CA MAGASIN APRES IMPACT	Partis captées (en €)	Partis captées (en €)
CA TOTAL DANS LA ZCZAN MAGASIN	937 110	889 257	-47 853	-5,11%
CA des autres communes de la ZC MAGASIN	26 696 345	26 674 988	-21 357	-0,08%
CA TOTAL DANS LA ZC MAGASIN	27 633 455	27 564 244	-69 210	-0,25%
CA Hors zone et CA Divers	3 566 545	3 530 893	-35 652	-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€**

CA Capté



Répartition géographique de nos dernières études

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

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 estimé	31 200 000 € TTC	-	-	3 131 €
APRÈS 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.

CA cumulé perdu

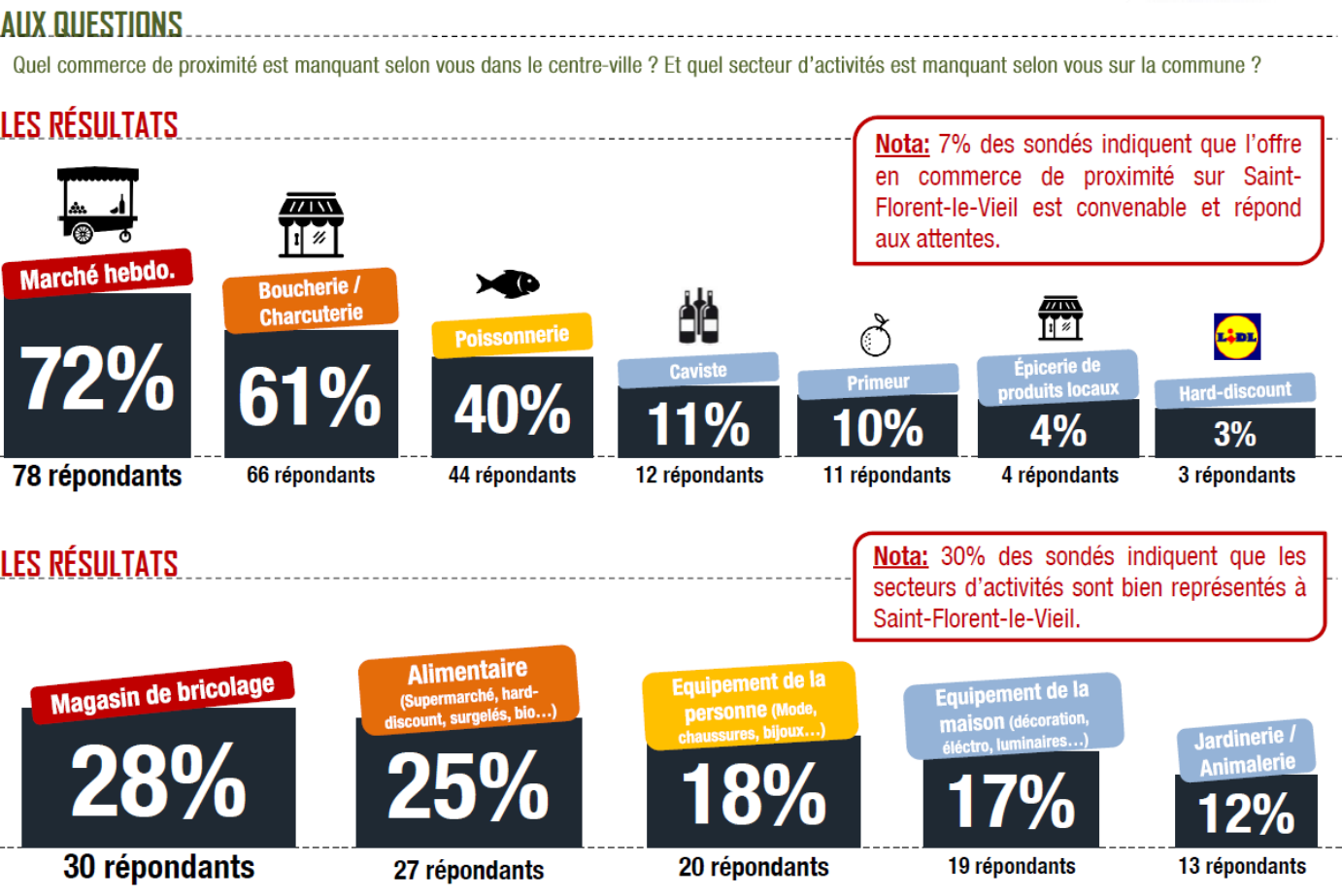
ENQUÊTE CONSOMMATEURS
(Satisfaction, Attitudes et attentes)

CARACTÉRISTIQUES

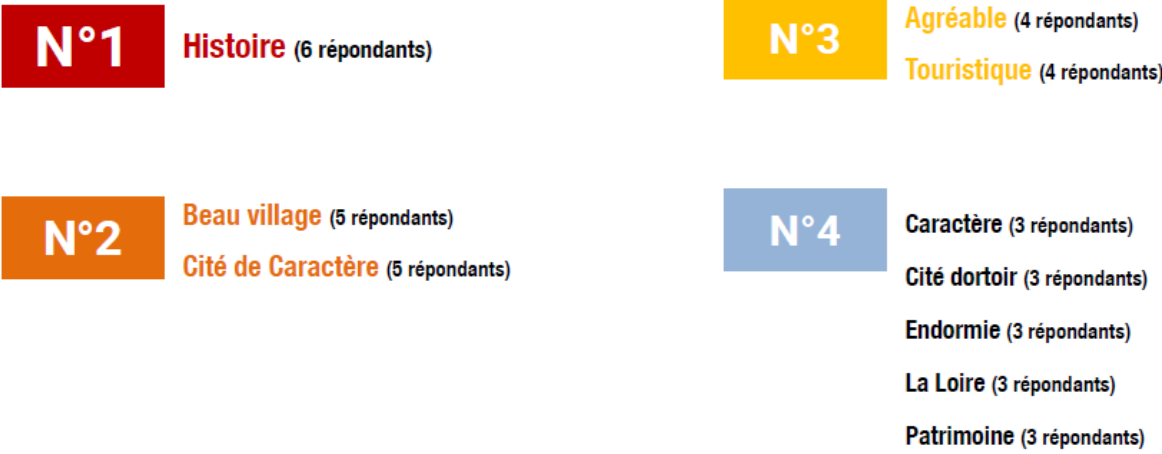
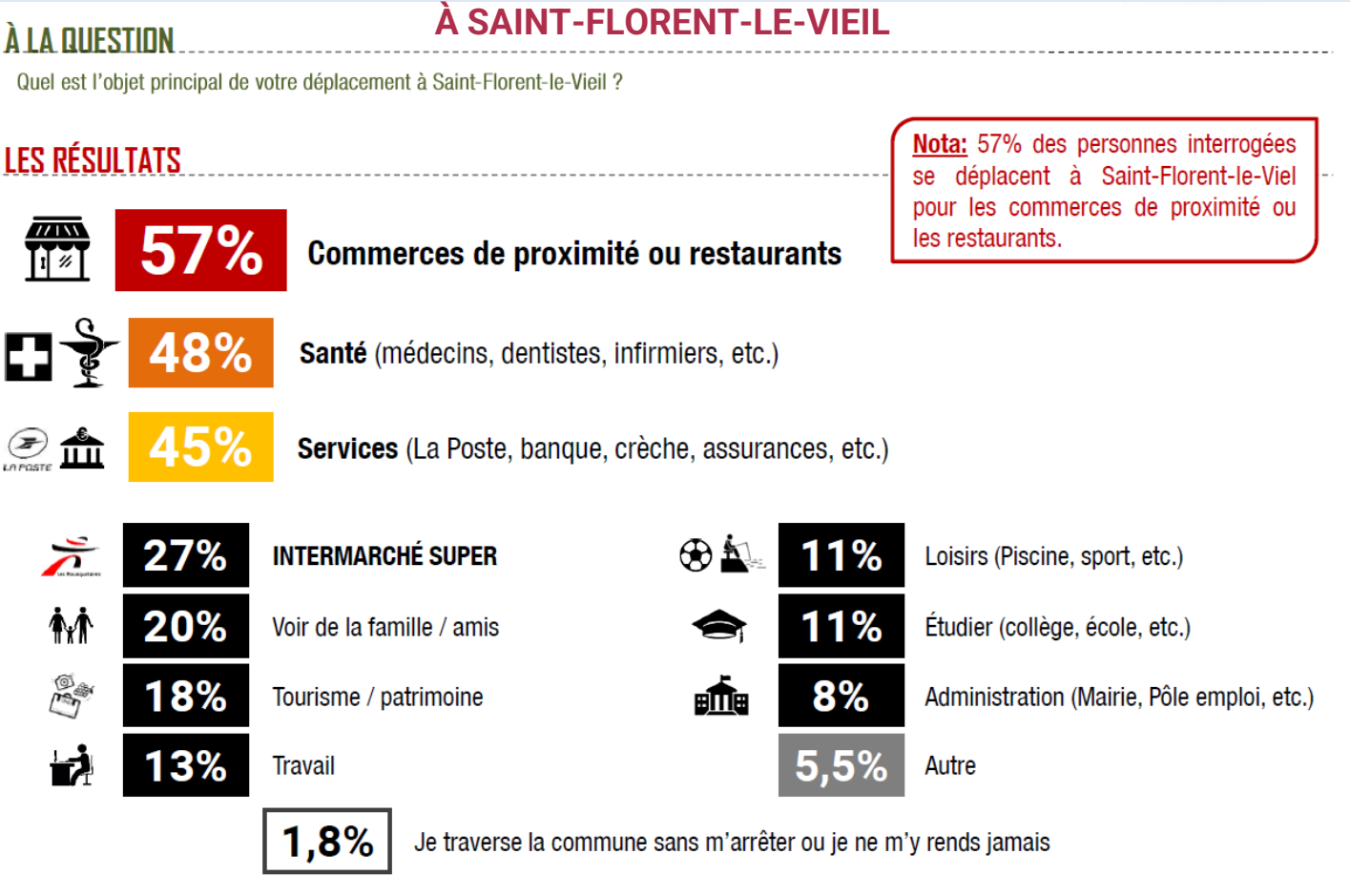
Objectifs : Identifier le **niveau de satisfaction, les comportements d’achat et les attentes** de la population locale
Méthode : En face à face, Réseaux sociaux

Année d’exécution: *Depuis 2004*

LES ATTENTES DES CONSOMMATEURS



LA FREQUENTATION DES COMMERCES DE PROXIMITE



CARACTÉRISTIQUES

ÉTUDES GÉOMARKETING

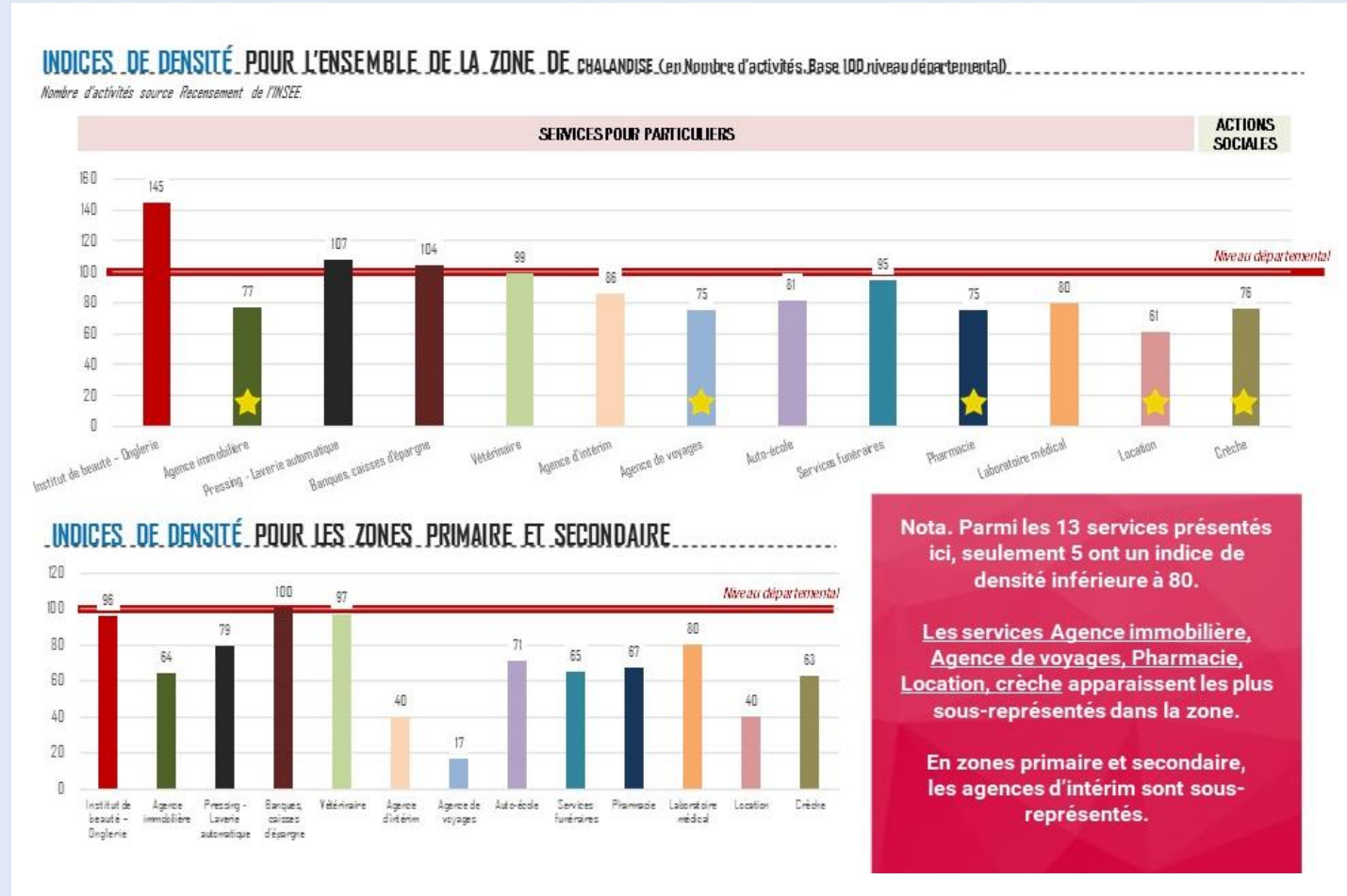
ÉTUDE DE POTENTIEL MULTI-ACTIVITÉS

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



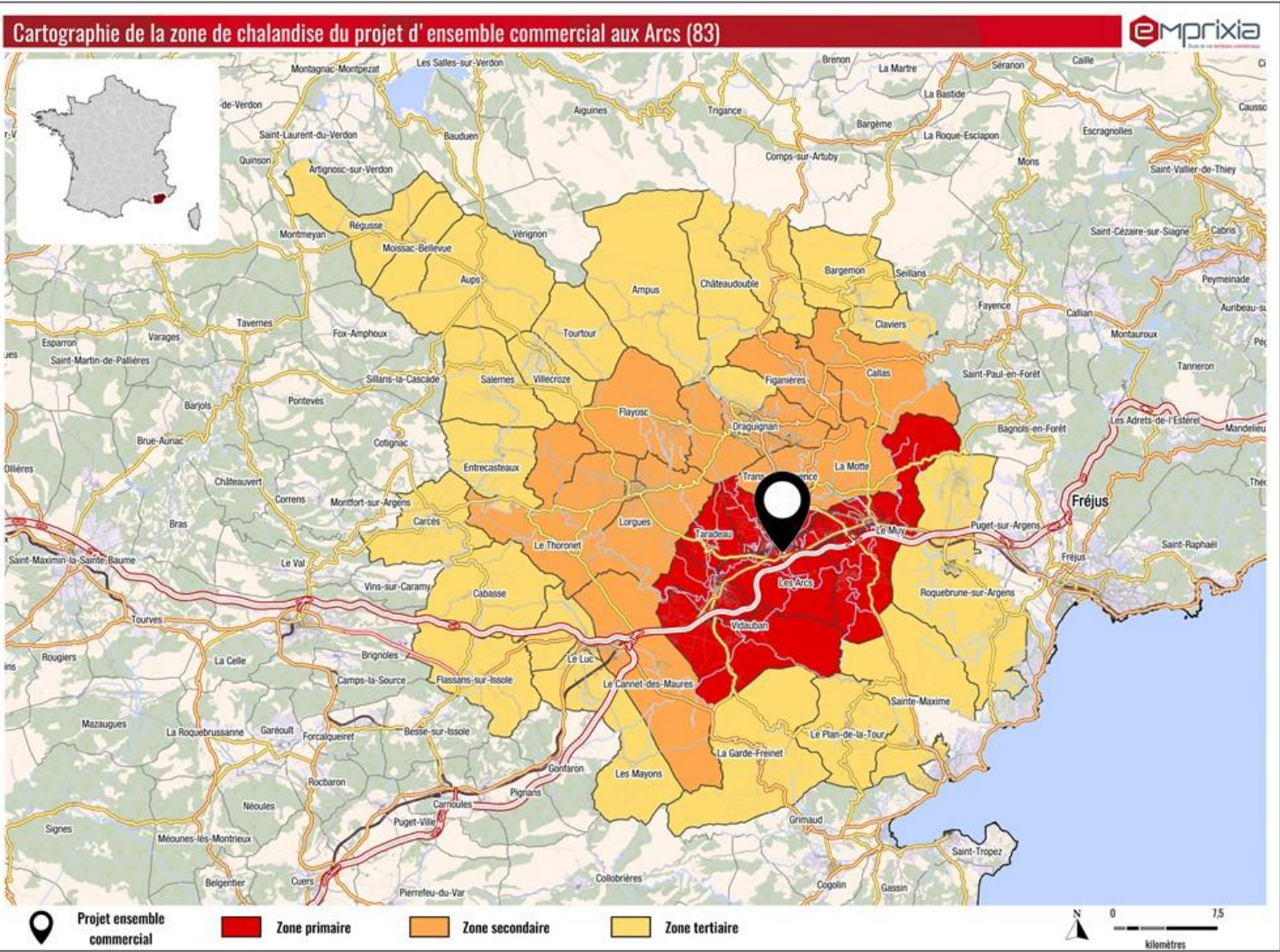
PROGRAMMATION COMMERCIALE MARCHÉ PAP-CHAUSSURES



LE SITE DU PROJET



Phase 1 : Analyse du territoire



CLIENTS

ILS NOUS FONT CONFIANCE







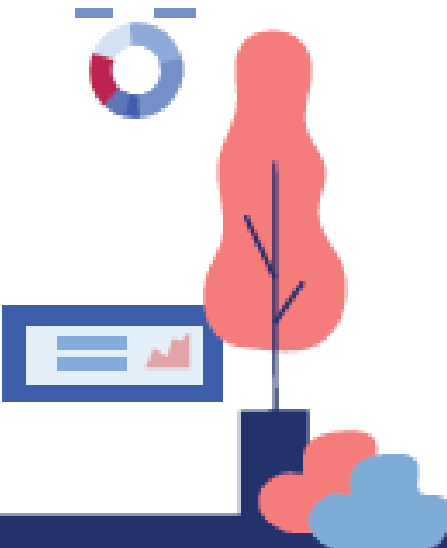








ET BIEN D'AUTRES ...





PRESTATIONS DOSSIERS RÉGLEMENTAIRES DES IMPLANTATIONS COMMERCIALES

ÉTUDES RÉGLEMENTAIRES
IMPLANTATION COMMERCIALE

DOSSIER A.E.C – ÉTUDE DE TRAFIC

Maître d’ouvrage :

ENSEIGNES NATIONALES et PROMOTEUR

Personne à contacter :

Benoit FOUQUERÉ, Responsable commercial

Alexandra AUDUC, Responsable dossiers réglementaires

Année d’exécution : Depuis 2004

📁 Analyse préalable du projet (localisation, plans,...) par rapport aux documents d’urbanisme et à la législation (Loi Climat et Résilience, ...)

📁 Dossier d’Autorisation d’Exploitation Commerciale (A.E.C.)

- 📁 Réunion de cadrage avec les parties prenantes ;
- 📁 Echange et conseil auprès du porteur de projet ainsi qu’auprès de l’architecte ;
- 📁 Possibilité d’accompagnement juridique auprès de notre avocat conseil (en sus).

📁 Etude de trafic routier : Mesure d’impact du projet sur les flux routiers

📁 Dossier CNAC

- 📁 Réunion de cadrage avec les parties prenantes ;
- 📁 Echange et conseil auprès du porteur de projet ainsi qu’auprès de l’architecte ;
- 📁 Possibilité d’accompagnement juridique auprès de notre avocat conseil (en sus).

📁 Accompagnement en Commission CDAC – CNAC

📁 Formation de vos équipes à l’urbanisme commercial



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-Chardonnet, par la création de 3 cellules commerciales.

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

En ce qui concerne les deux autres cellules commerciales, elles proposeront des surfaces de ventes 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 future
1	Cellule 1	1 - Alimentaire	128 m²
2	Cellule 2	2 – Non alimentaire	72 m²
3	Cellule 3 -	1 - Alimentaire	1 956 m²
Total de l’ensemble commercial			2 156 m²

• 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.



Parcours marchand Local vacance conjoncturelle Local vacance structurelle

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 commerces 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.

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 (Unité de Véhicule Partagé)					
DEVERS	A	B	C	D	TOTAL
A - Rue des Eaux (Nord)	0	11	57	41	109
B - Av. d’Helmstedt (Nord)	1	5	85	344	435
C - Rue des Eaux (Sud)	158	90	0	344	592
D - Av. d’Helmstedt (Sud)	25	321	203	1	550
TOTAL	185	427	345	730	1 687

* Exemple : Le vendredi entre 17h00 et 18h00, 57 véhicules circulent entre la rue des Eaux (Nord) et l’Avenue d’Helmstedt (Nord) »

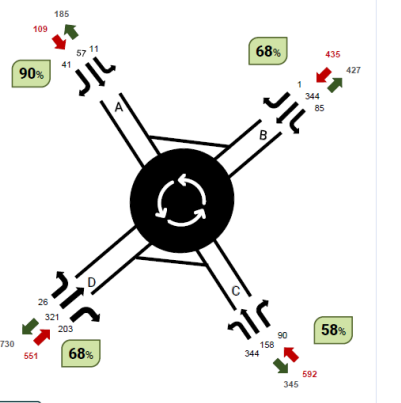
Résultat Vendredi 17h00 à 18h00 – UVP – Situation actuelle					
Branche	Réservoir de capacité UVP(%)	%	Longueur de stockage (nb de bps)		Temps d’attente (s)
			Min	Max	Moyen (s)
A - Rue des Eaux (Nord)	1 025	99%	0	2	2
B - Av. d’Helmstedt (Nord)	944	68%	0	3	1
C - Rue des Eaux (Sud)	817	58%	0	3	2
D - Av. d’Helmstedt (Sud)	1 180	68%	0	2	1

Synthèse

L’étude de l’intersection n°1 sur l’Avenue d’Helmstedt 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.

Av. d’HELMSTEDT (RD 8572) / ROUTE DES EAUX

Vendredi de 17h00 à 18h00



À retenir

- À l’heure de pointe :
- Aux delà de 25% de réserve 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

ÉTUDES RÉGLEMENTAIRES
IMPLANTATION COMMERCIALE

ANALYSE D'IMPACT – 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

EMPRIXIA réalise aujourd’hui plus de 100 dossiers d’analyse d’impact par an :

📍 Déplacement sur site par un chargé d’étude EMPRIXIA

📍 Calcul du marché et sources du chiffre d’affaires (dont évasion commerciale)

Nous sommes habilités par les Services Préfectoraux dans l’ensemble des

départements français pour traiter des :

📍 Analyses d’Impact Centre-ville

📍 Certificats de Conformité.

• Vacance commerciale de la commune de Monteux

Au sein du parcours marchand étudié, nous avons recensé 5 établissements de même activité que le projet, à savoir des boutiques spécialisées en équipement de la maison mais aucun magasin de bricolage. Également, 14 locaux vacants ont été identifiés, sur un total de 119 locaux (y compris locaux vacants).

Taux de vacance du parcours marchand de Monteux : 11,8%
Inférieur au niveau national centre-ville : 14,2%

Analyse de la vacance :

La vacance commerciale de Monteux se diffuse principalement sur le Boulevard du Maréchal Foch, le Boulevard Verdun, du Commandant Dampéine et le Boulevard Trewey. Parmi ces locaux, dix sont de nature conjoncturelle et quatre d'origine structurelle.

Les locaux vacants de nature conjoncturelle présentent un bon état général et semblent vacants depuis peu de temps. Ces facteurs permettront de retrouver repreneur dans des délais courts. A contrario, les locaux vacants d'origine structurelle sont vieillissants et nécessiteront davantage de travaux avant une potentielle reprise d'activité. Dans le cas contraire, ces locaux vacants seront reconvertis pour d'autres fonctions urbaines notamment en habitat.

Le taux de la vacance de Monteux est inférieur au niveau national en raison de son développement actif et des indicateurs économico-socio-démographiques :

- Une évolution démographique positive de 18,0% entre 2011 et 2021 ;
- Un taux de vacance de logement inférieur (6,2% contre 8,0%) en 2021 ;
- Un taux d'activité supérieur (77,3% contre 74,7%) en 2021.

Taux de la vacance nette du parcours marchand de Monteux : 8,4%

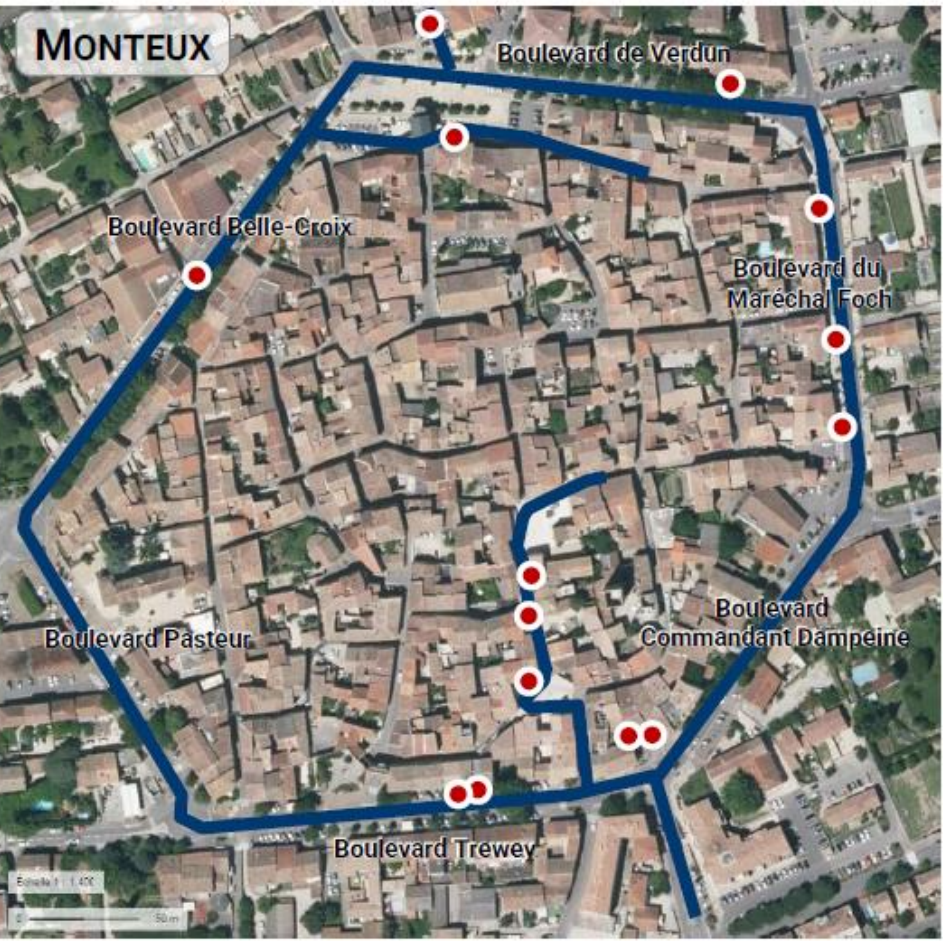
• Densité commerciale en bricolage en m² pour 1 000 habitants

Circuits de distribution bricolage en France	Nombre de points de vente dans la ZC	Nombre de m² dans la ZC	Densités commerciales actuelles			Densités commerciales futures		
			ZC	DPT	National	ZC	DPT	National
Bricolage (GSB)	1	999	26,6	173	129	64,7	172	129
				-84,7%	-79,4%		-62,3%	-49,9%

Inférieure à la moyenne départementale
Supérieure à la moyenne départementale

*Densité estimée à partir de la surface de vente pondérée, uniquement les m² affectés à la zone de chalandise du projet, y compris les surfaces de vente actuelle et projetée.

Circuits de distribution 2019 en France	BRICOLAGE			JARDINAGE			ANIMAUX - ALIMENTS			TOTAL		
	CA estimés	Part locale	Part nationale	CA estimés	Part locale	Part nationale	CA estimés	Part locale	Part nationale	CA estimés	Part locale	Part nationale
Grande Surface Bricolage	0	0,0%	73,0%	0	0,0%	33,0%	0	0,0%	3,0%	0	0,0%	59,0%
LISA	0	0,0%		0	0,0%	15,0%	0	0,0%	10,0%	0	0,0%	3,9%
Jardinerie	0	0,0%		2 180 395	53,3%	25,0%	286 749	16,9%	15,0%	2 467 144	12,3%	6,3%
Négoce et Spécialiste	3 028 600	21,1%	14,5%							3 028 600	15,1%	10,3%
Spécialiste motoculture				391 724	9,6%	8,0%				391 724	1,9%	1,6%
Hypermarché & Supermarché	358 336	2,5%	2,5%	491 205	12,0%	12,0%	797 361	47,0%	47,0%	1 646 902	8,2%	8,2%
Traditionnel et autres	215 002	1,5%	1,5%	40 934	1,0%	1,0%	178 116	10,5%	12,0%	434 052	2,2%	2,3%
Pure Players	1 218 343	8,5%	8,5%	245 603	6,0%	6,0%	220 547	13,0%	13,0%	1 684 492	8,4%	8,4%
Bazar-Discounter, Cuisinistes, SDB...	0	0,0%	-	0	0,0%	-	0	0,0%	-	0	0,0%	-
Total marché occupé	4 820 281	33,6%	100,0%	3 349 860	81,8%	100,0%	1 482 773	87,4%	100,0%	9 652 914	48,0%	100,0%
MR.BRICOLAGE Monteux (CA estimé dans la ZC)	913 657	6,4%		438 851	10,7%		0	0,0%		1 352 508	6,7%	
Evasion commerciale estimée	8 599 509	60,0%		304 665	7,4%		213 740	12,6%		9 117 913	45,3%	



Parcours marchand Local vacant

La commune de Monteux s’est engagée dans un processus de revitalisation par la signature de sa convention cadre Petites Villes de Demain le 28 décembre 2022. Différentes actions favorables au commerce de centre-ville ont été engagées, notamment le soutien au commerce local et acquisition de friches commerciales et l’élaboration d’un Guide des devantures et façades des commerces. La vacance commerciale de Monteux sera amenée à diminuer grâce à ces actions.



PRESTATIONS

URBANISME COMMERCIAL

COLLECTIVITÉS LOCALES

MARCHÉS PUBLICS ET COLLECTIVITÉS

REVITALISATION – STRATÉGIE COMMERCIALE LOGISTIQUE URBAINE – PROCESSUS DE CONCERTATION

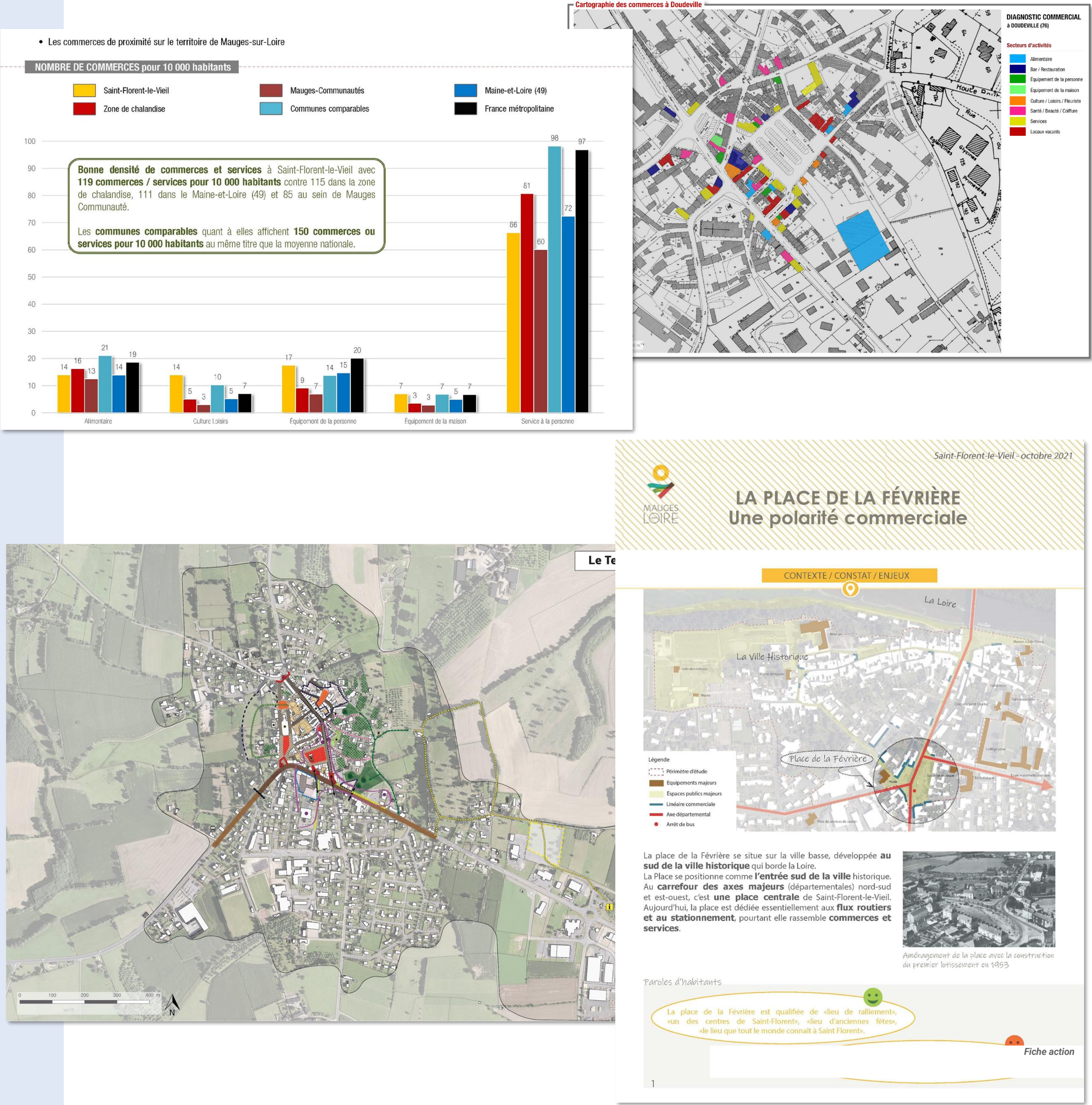
CARACTÉRISTIQUES

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**.





LE MANS – PARIS – NANTES – TOULOUSE - NANCY

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