

Conférence débat « Commerce » Villepinte 9 Mai 2016

LES PERSPECTIVES DU COMMERCE FRANCILIEN

Synthèse de l'étude

Convergences-CVL – Crédoc – Alphaville

2012



I. Etat des lieux du Nord Est Francilien

1. Le périmètre d'analyse
2. Le profils des usagers (aujourd'hui et à venir)
3. L'appareil commercial en place et son évolution

II. Tendances de consommation, stratégie des opérateurs, et impacts

1. Un changement d'époque, une rupture
2. Un commerce contraint de s'adapter
3. L'impact de l'évolution des formats commerciaux sur l'urbanisme

III. Modélisation du contexte commercial et de son évolution probable

- I. La méthodologie
- II. Synthèse des conclusions à échéance 2018
- III. Synthèse des conclusions à échéance 2025

IV. Questions

Contexte et enjeux de l'étude

- **Une étude réalisée à la demande de l'EPA Plaine de France***, ayant pour objet l'analyse des évolutions commerciales dans le nord-est métropolitain (périmètre de l'EPA Plaine de France étendu à ses communes limitrophes) à horizon 2018-2025. **L'objectif était d'obtenir une vue d'ensemble de la situation de l'offre commerciale à moyen-long termes** sur le territoire afin de pouvoir apprécier ses évolutions futures, notamment au regard de l'implantation du projet Europa City et des autres projets d'équipement réalisés ou connus à ce jour (Aéroville, Millénaire...)
 - ✓ **La phase 1** s'attache à établir un état des lieux du contexte commercial et des éléments susceptibles de l'affecter à horizon 2018.
 - ✓ **La phase 2** projette l'évolution du territoire selon une analyse prospective à horizon 2025, après la réalisation du Grand Paris Express
- **Le territoire, le Nord-Est de la métropole parisienne, est un secteur en pleine évolution**: l'industrie ayant fait place au tertiaire, le logement se modernisant et se diversifiant, de nombreux projets structurants voyant le jour (Cité du Cinéma, Archives Nationales...).
- **le contexte commercial est complexe, les évolutions sociétales et de nouvelles formes de distribution se croisant** : remise en cause du modèle « du tout sous le même toit » et retour à la proximité, développement des pôles de flux, intégration du multicanal, modification des arbitrages entre postes de consommation, multiplication des lieux de consommation avec le nomadisme permis par les évolutions technologiques en cours, évolutions profondes des concepts des enseignes avec des disparitions, des repositionnements et de nouveaux modèles...
- Nota: il s'est agi d'une étude prospective, et non d'impact. Cette étude montre des tendances et des évolutions qui peuvent évoluer dans le temps, dans leur rapidité de mise en œuvre et ce d'autant plus qu'elles ne prennent compte les stratégies des opérateurs.

** Disponible en ligne sur le site de l'EPA*

I. Etat des lieux du Nord Est Francilien

1. Le périmètre d'analyse
2. Le profils des usagers (aujourd'hui et à venir)
3. L'appareil commercial en place et son évolution

II. Tendances de consommation, stratégie des opérateurs, et impacts

1. Un changement d'époque, une rupture
2. Un commerce contraint de s'adapter
3. L'impact de l'évolution des formats commerciaux sur l'urbanisme.

III. Modélisation du contexte commercial et de son évolution probable

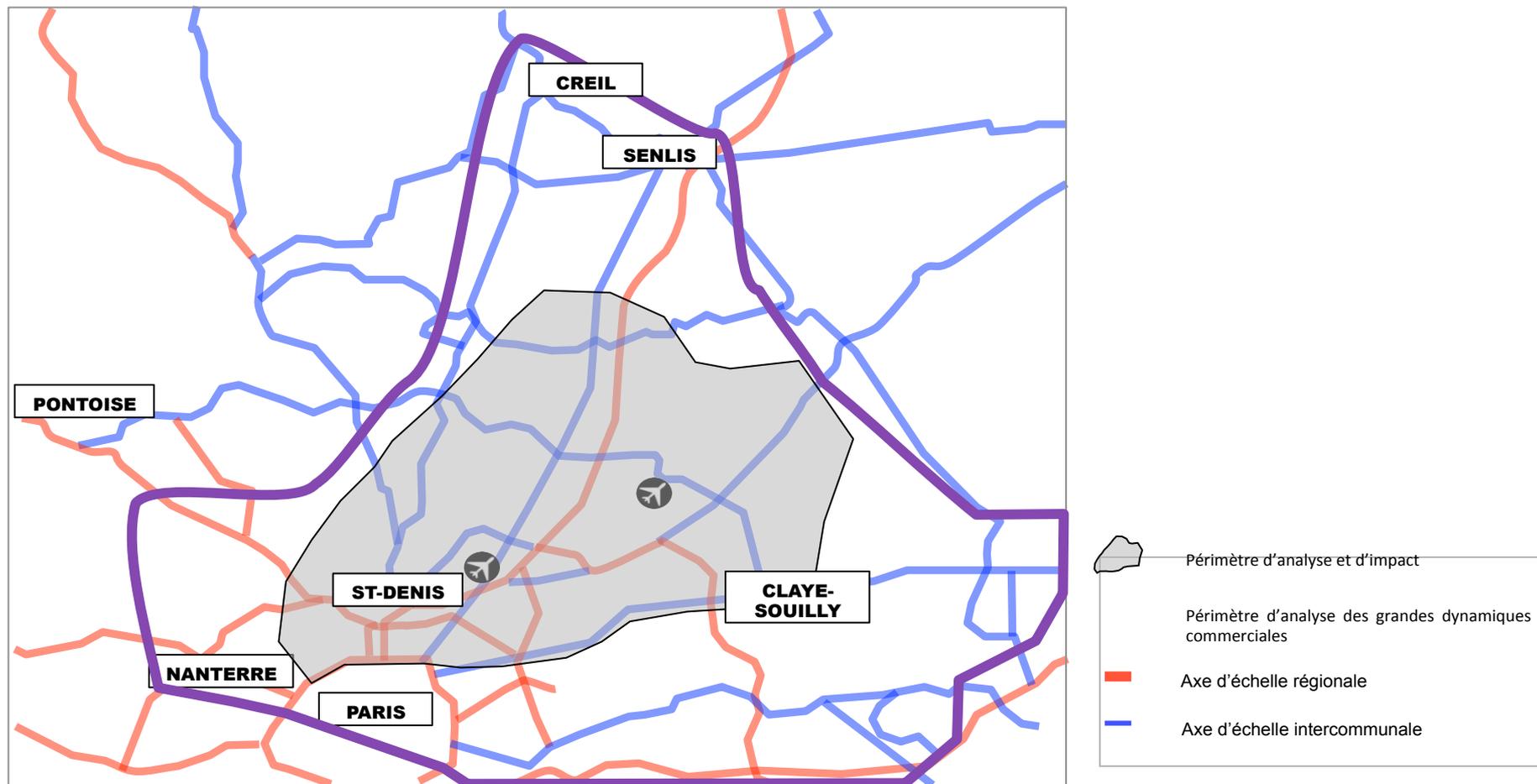
- I. La méthodologie
- II. Synthèse des conclusions à échéance 2018
- III. Synthèse des conclusions à échéance 2025

IV. Questions

I. Etat des lieux du Nord Est francilien

1. Le périmètre d'analyse

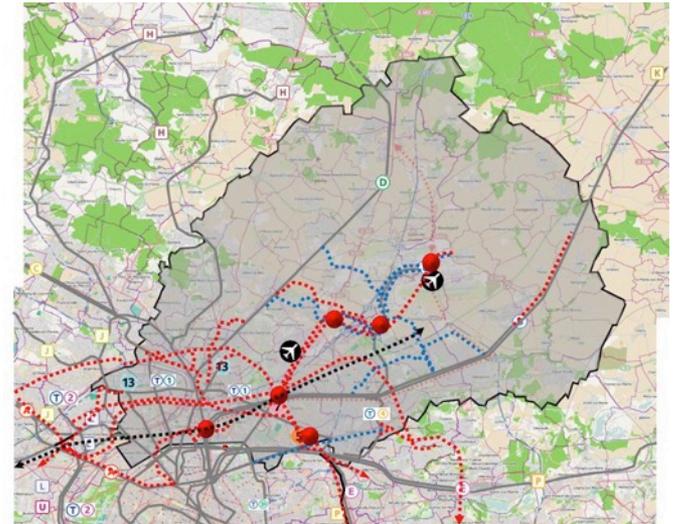
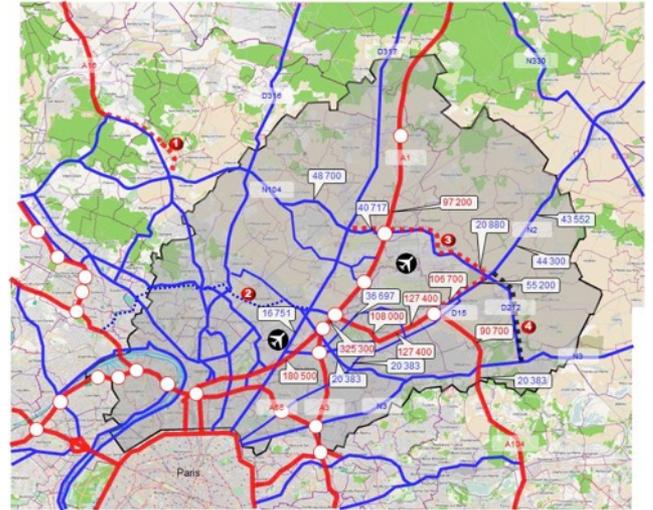
Le périmètre d'analyse et d'impact correspond au périmètre de l'EPA Plaine de France élargi aux communes limitrophes afin de constituer un ensemble cohérent en termes urbains comme commerciaux:



I. Etat des lieux du Nord Est francilien

2. Accessibilité et TC

- Une bonne accessibilité Nord-Sud (routière et TC) mais un faible maillage Est-Ouest, des projets (avenue du Parisis, BHNS) qui ne couvriront pas l'ensemble des besoins.
- Une autoroute A1 congestionnée au niveau de l'aéroport, un projet de contournement de Roissy-CDG susceptible de réduire les flux sur l'autoroute A1 et le réseau départemental mais la question du phasage par rapport à la sortie de l'extension de ce projet et de celui de l'avenue du Parisis.
- Une densification des TC lourds les plus structurants qui concerne essentiellement le sud du territoire jusqu'au Bourget. La partie Nord du territoire sera irriguée par le Grand Paris Express jusqu'à Roissy-CDG, complété par des projets de TCSP.
- La création de nouveaux pôles d'échange structurants pour le territoire.
- Roissy-CDG : des trafics en croissance mais une difficulté à capter les flux pour développer une offre commerciale.
- Le Bourget : une clientèle de niche sans apport commercial pour les territoires alentours.



I. Etat des lieux du Nord Est francilien

3. Les usagers du territoire: profils actuels et à venir

Un territoire exposé au risque de fragmentation:

- Entre ceux qui y travaillent et ceux qui y vivent
- Entre une population qui se paupérise et une lente diversification des profils CSP
- Entre chaque communauté (religieuse, par pays d'origine)
- Entre des habitants bénéficiant de logements neufs et desservis en transports en commun, et d'autres à l'écart dans des logements non réhabilités et extrêmement consommateurs d'énergie

Un commerce bénéficiant d'assises fortes, pour son développement à échéance 2018:

- Un territoire de croissance de population
- Un territoire en restructuration, présentant de nouvelles opportunités (nouveaux maillages, nouveaux quartiers)
- Un territoire actif, en forte croissance de l'emploi, offrant de nouvelles possibilités pour capter les flux et développer le commerce adéquat
- Un territoire jeune, au fait des nouvelles tendances de consommation
- Un territoire cosmopolite, mieux à même de capter les nouvelles tendances de consommation
- Un territoire moins riche que le reste de l'Île de France, qui pourrait être à la pointe de certaines tendances du « consommer durable »,

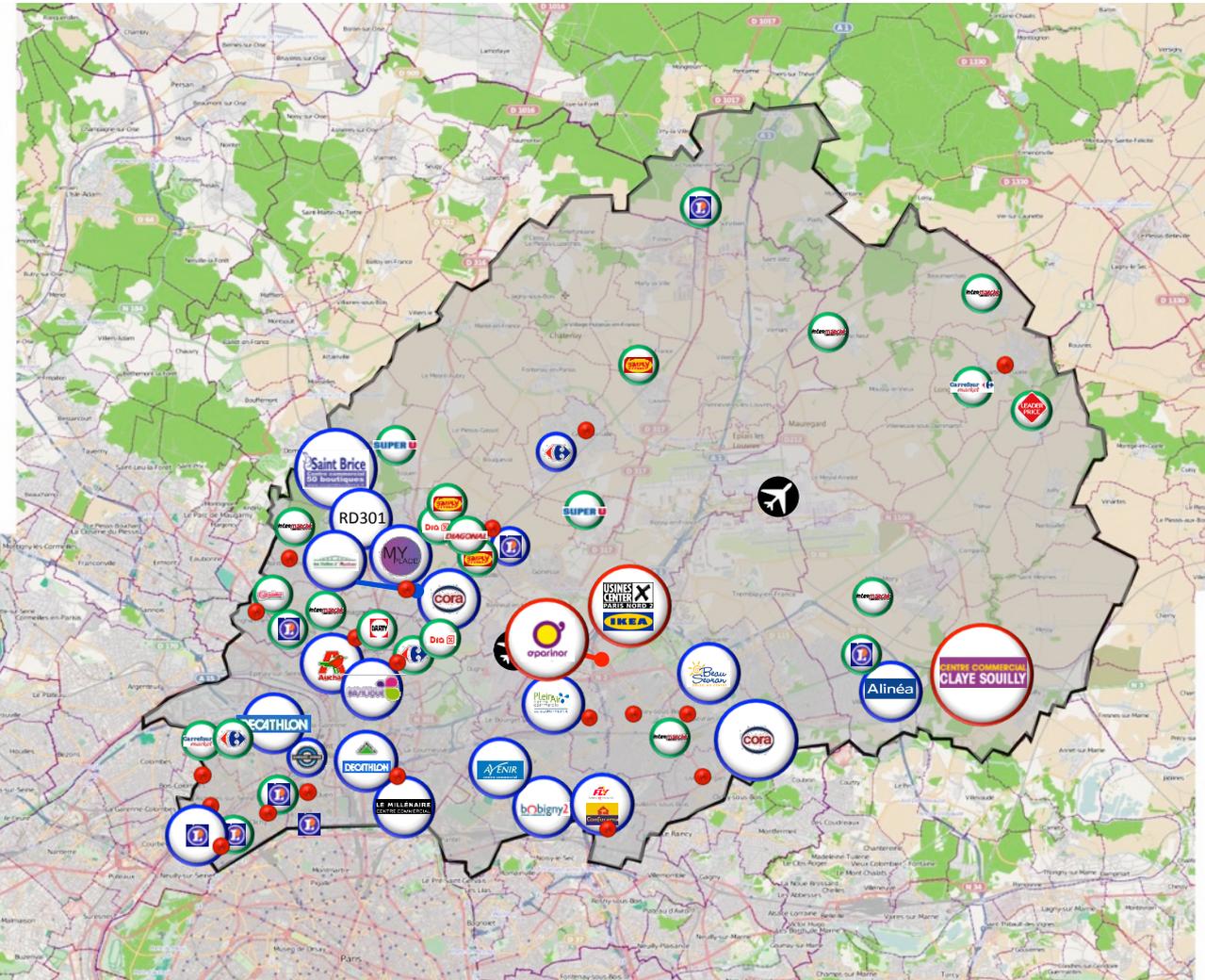
L'emploi, un enjeu comme créateur de liens:

- par la formation des actifs: apprentissage du français, des langues étrangères, de filières adaptées aux emplois à venir (notamment industrie de pointe, commerce et tourisme, ...)
- comme gisement d'emploi, notamment autour des activités du commerce / logistique / activité / recyclage

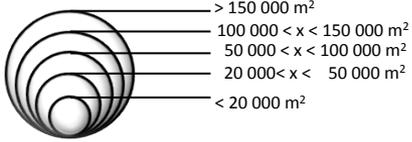
I. Etat des lieux du Nord Est francilien

4. L'appareil commercial en place et à venir:

4.1 L'état de l'offre en 2012



Vocations et surfaces de vente

-  Périmètre d'analyse et d'impact
 -  **Pôle commercial d'échelle régionale**: il s'agit d'un pôle commercial de destination. Son offre en non alimentaire est dense et très attractive (Ikéa...). Il est souvent constitué d'un hypermarché avec galerie marchande et d'une zone commerciale satisfaisant des besoins spécifiques.
 -  **Pôle commercial d'échelle intercommunale**: il s'agit d'un pôle de grande proximité dont l'accès se fait principalement en voiture. Il est constitué d'un supermarché / hypermarché avec une petite galerie marchande et/ou une offre très restreinte en moyennes surfaces spécialisées satisfaisant des besoins hebdomadaires.
 -  **Pôle commercial d'échelle communale**: il s'agit d'un pôle de proximité dont l'accès se fait à pied ou en voiture. Il rayonne sur l'ensemble de la commune. Il est constitué d'un supermarché, satisfaisant des besoins quotidiens.
 -  Pôle de centre-ville structurant
- 
- Surface de vente m²

Sources : Inventaires commerciaux des départements de l'Ile-de-France, décisions CDAC, Panorama 2012, Codata

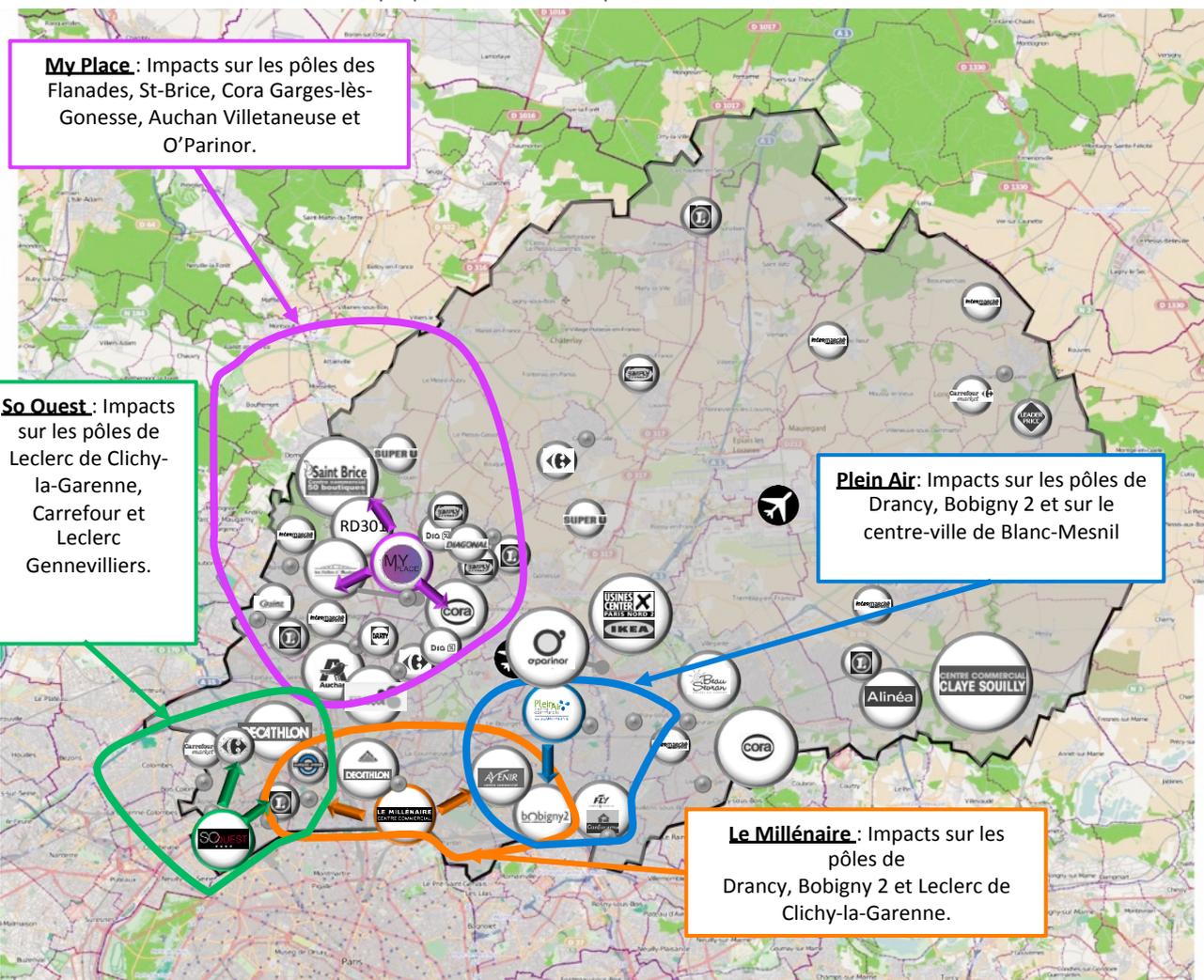
N.B. Estimation au ratio le cas échéant des surfaces de vente.

- Le tissu commercial structurant existant est majoritairement d'échelle communale. Une centralité commerciale régionale O'Parinor/Paris Nord 2 se trouve au cœur du périmètre d'étude. Il existe également une 3^{ème} zone commerciale régionale, celle de Claye-Souilly, mais elle reste excentrée à l'Est par rapport au périmètre d'étude. Globalement, le territoire d'étude ne possède pas d'équipement commercial d'échelle métropolitaine, capable d'attirer à l'extérieur du périmètre.

I. Etat des lieux du Nord Est francilien

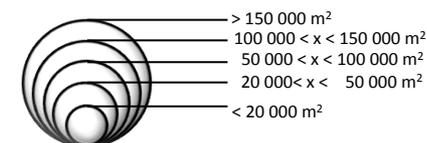
4. L'appareil commercial en place et à venir:

4.2 Les nouveaux équipements s'implantent sur les zones à forte densité



Les effets induits des programmes récents sur l'environnement

- Périmètre d'analyse et d'impact
- Pôle commercial existant
- Pôle de centre-ville structurant
- Zone de chalandise réelle** : 15 min. de trajet-voiture
- Impacts du pôle (estimation Convergences-CVL)



Surface de vente m²

Sources : Inventaires commerciaux des départements de l'Île-de-France, décisions CDAC, Panorama 2012, Codata

N.B. Estimation au ratio le cas échéant des surfaces de vente.

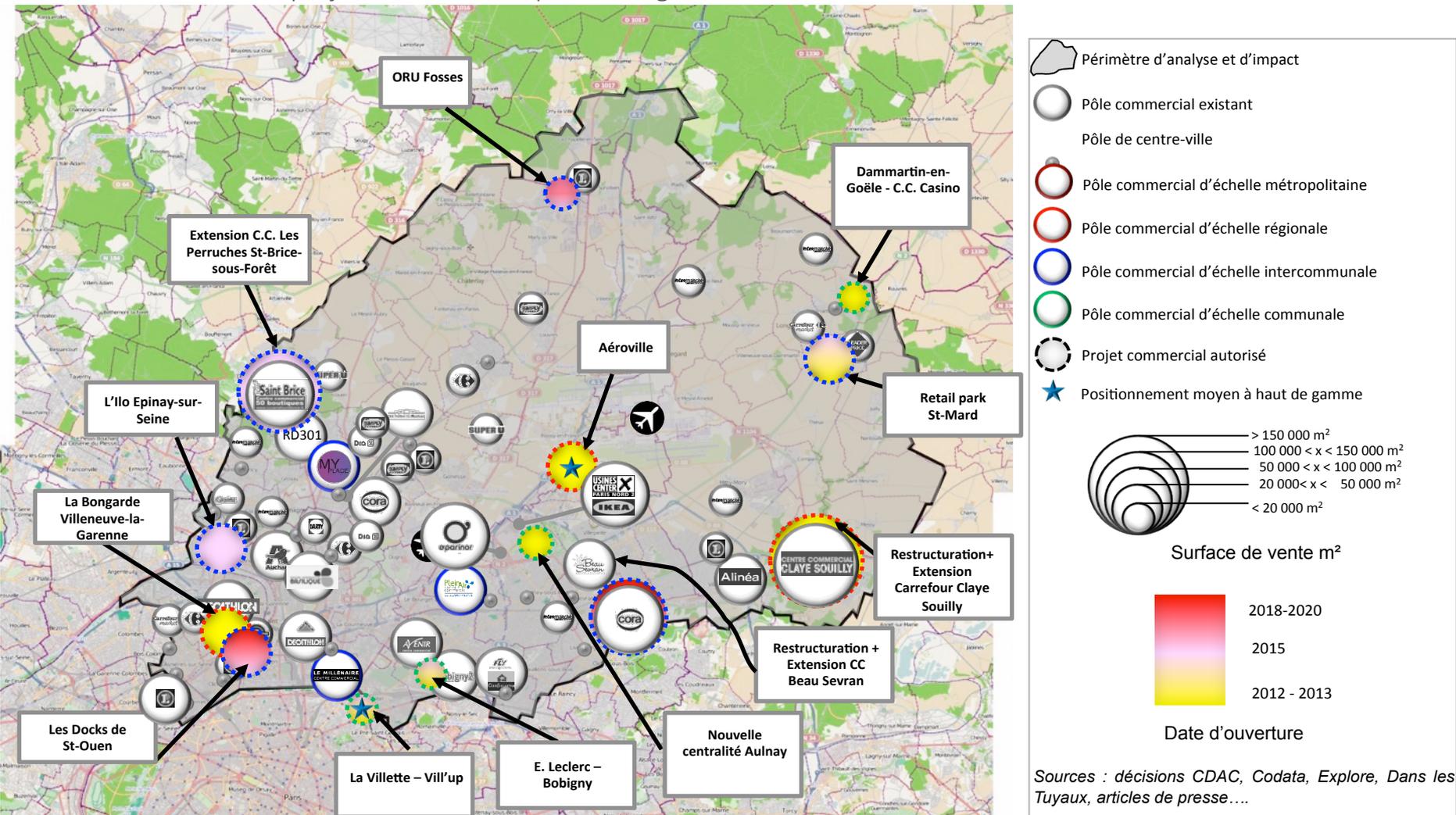
** Zone de chalandise découpée des barrières concurrentielles, géographiques et ou psychologiques. Les zones sont, de plus, cohérentes avec les éléments transmis par les opérateurs le cas échéant.

- Les nouveaux équipements se sont implantés sur la partie forte en densité de population du périmètre d'analyse, impactant plus l'existant que comblant un réel manque, dans la mesure où ils ne captent pas de clientèle extérieure au périmètre (à l'exception de So Ouest).
- Les actifs commerciaux existants sont davantage dans une logique de modernisation pour résister.

I. Etat des lieux du Nord Est francilien

4. L'appareil commercial en place et à venir:

4.3 Les nouveaux projets à l'étude s'implantent également sur les zones à forte densité



- Les nouveaux projets à horizon 2018 consisteront en la création pure d'actifs commerciaux et s'implanteront sur des secteurs déjà denses en équipement commercial.

I. Etat des lieux du Nord Est Francilien

1. Le périmètre d'analyse
2. Le profils des usagers (aujourd'hui et à venir)
3. L'appareil commercial en place et son évolution

II. Tendances de consommation, stratégie des opérateurs, et impacts

1. Un changement d'époque, une rupture
2. Un commerce contraint de s'adapter
3. L'impact de l'évolution des formats commerciaux sur l'urbanisme

III. Modélisation du contexte commercial et de son évolution probable

- I. La méthodologie
- II. Synthèse des conclusions à échéance 2018
- III. Synthèse des conclusions à échéance 2025

IV. Questions

II. Tendances de consommation, stratégie des opérateurs et impacts

1. Un changement d'époque, une rupture ...

- **Une évolution profonde de la société et de la structure familiale:**
 - ✓ Vieillesse de la population et éclatement de la cellule familiale
 - ✓ Ralentissement de la progression démographique
 - ✓ Une hausse des dépenses contraintes (doublement en 50 ans)
 - ✓ Une consommation erratique, en tendance baissière
 - ✓ Des effets générationnels, qui affectent certains secteurs de la distribution: alimentaire, habillement, culture loisir,...
- **L'impact du e-commerce**
 - ✓ Consommer autrement est possible: l'achat peut être déconnecter des lieux physiques
 - ✓ Le commerce immatériel est possible pour tous (>77% des français achètent à distance)
 - ✓ Le e-commerce capte des flux importants, ...mais très volatiles
 - ✓ Des prise de part de marché significatives sur la plupart des secteurs
 - ✓ Un consommateur /client replacé au centre du pouvoir de décision
- **Vers une consommation plus durable et une modification des pratiques**
 - ✓ Une consommation qui se teinte d'exigence de développement durable et sociétal
 - ✓ Le développement de nouvelles pratiques, favorise la location, le prêt, le troc,...
 - ✓ Un rapport avec les biens qui favorise l'usage, plus que la propriété
 - ✓ La coproduction répond largement aux choix individuels, au raccourcissement des circuits, ..
- **Le système de distribution existant est soumis à fortes pressions:**
 - ✓ Les modèles commerciaux doivent s'adapter à l'extrême volatilité des consommateurs
 - ✓ Le temps dédié aux achats se réduit et se fragmente.
 - ✓ Le modèle du « tout sous le même toit » en décalage croissant avec la demande.
 - ✓ Des projets commerciaux, nombreux et peu adaptés aux évolutions

II. Tendances de consommation, stratégie des opérateurs et impacts

2. Un commerce contraint de s'adapter...

Des stratégies de développement, encore appuyées sur les mécanismes classiques de la grande distribution:

- ✓ Toujours plus grand
- ✓ Plus nombreux
- ✓ Moins cher



Des stratégies qui se greffent aux nouvelles demandes des consommateurs

- ✓ Plus proche
- ✓ Plus fluide
- ✓ Plus d'occasions



Des stratégies qui offrent ce qui ne peut être dématérialisé

- ✓ Plus de service et de lien commercial
- ✓ Plus confortable
- ✓ Plus haut-de-gamme



Des stratégies qui offrent un positionnement dans lequel le consommateur se reconnaît:

- ✓ Plus spécialisée
- ✓ Plus équitable
- ✓ Plus rare



Des stratégies qui cherchent à développer le multicanal

- ✓ Plus connecté
- ✓ Plus proche



- Une bien meilleure anticipation et réactivité de la part des enseignes par rapport aux promoteurs et investisseurs.

II. Tendances de consommation, stratégie des opérateurs et impacts

3. L'impact de l'évolution des formats commerciaux sur l'urbanisme

- **Les centres commerciaux** : quel avenir pour quelle mutabilité ?
 - ✓ Les centres « prime » et ceux axés sur la grande proximité, devraient continuer à bien fonctionner.
 - ✓ Les centres intermédiaires, ouverts récemment ou dont la locomotive alimentaire est trop grande, risquent de devoir se réajuster,
 - ✓ Certains sites, bien que restant ouverts, « vivoteront »,
 - ✓ Quelques centres pourront fermer, et/ou pour muter vers d'autres fonctions.
- **Les zones d'entrée de ville et parcs d'activité commerciaux** : une mutation en cours mais des risques de friches qui devront être traitées:
 - ✓ Certaines zones qui vont vraisemblablement « s'enfricher »,
 - ✓ Risque de paupérisation de l'offre et de statut quo si les évolutions réglementaires sont mal calibrées
 - ✓ Une législation qui peut porter leur mutation vers plus de rationalité et d'urbanité,
- **Les loisirs** : la revalorisation d'un levier pour le commerce:
 - ✓ La mise en avant d'une offre de loisirs structurante devient déterminante
 - ✓ La difficulté demeure de trouver l'équilibre économique entre deux activités (commerciale et ludique) à même de financer un pôle de dernière génération.
- **Les centres-villes** :
 - ✓ Un format à potentiel mais dont le développement dépend de la capacité des collectivités
 - ✓ Un développement qui dépendra également des concepts développés par les enseignes
- **Le commerce de flux** : un vrai développement à prévoir pour une offre qui restera ciblée
- **Les marchés forains** :
 - ✓ Les marchés structurants du territoire constituent un format pérenne,
 - ✓ Accompagnés par la collectivité en termes d'aménagement et de services, ils seront plus lisibles et attractifs.
- **Les nouvelles mobilités** : l'impact sur les parcs de stationnement et les livraisons
 - ✓ Les parcs de stationnement des nouveaux projets devraient être proportionnellement moins étendus et majoritairement couverts.
 - ✓ De nouveaux systèmes de livraisons sont mis en place afin de résoudre la problématique du dernier kilomètre

I. Etat des lieux du Nord Est Francilien

1. Le périmètre d'analyse
2. Le profils des usagers (aujourd'hui et à venir)
3. L'appareil commercial en place et son évolution

II. Tendances de consommation, stratégie des opérateurs, et impacts

1. Un changement d'époque, une rupture
2. Un commerce contraint de s'adapter
3. L'impact de l'évolution des formats commerciaux sur l'urbanisme

III. Modélisation du contexte commercial et de son évolution probable

- I. La méthodologie
- II. Synthèse des conclusions à échéance 2018
- III. Synthèse des conclusions à échéance 2025

IV. Questions

III. Modélisation du contexte commercial et de son évolution

1. La méthodologie

La méthodologie de la modélisation

- Première étape:**
- Projection des tendances actuellement constatées sur le périmètre ainsi qu'au niveau national -> marché qui sera disponible pour le commerce de détail du périmètre à horizon 2018. Comparatif avec le chiffre d'affaires actuellement réalisé dans le périmètre pour estimer les évolutions à venir.
- Deuxième étape:**
- Répartition de ces variations de chiffre d'affaires par pôle commercial et par secteur d'activité.
- Troisième étape:**
- Application d'un indice pour chaque pôle commercial en fonction du différentiel d'évolution sociodémographique entre le secteur géographique où il est implanté et la moyenne du périmètre, ceci afin d'affiner géographiquement l'analyse.
- Quatrième étape:**
- Zone de chalandise de chaque projet commercial du périmètre, chiffre d'affaires par secteur d'activité, proportion qui sera prise sur chaque pôle du périmètre.
- Cinquième étape:**
- Estimation de l'évolution du chiffre d'affaires de chaque pôle du périmètre, alerte sur les pôles qui seront vraisemblablement fragilisés d'ici 2018.

NB : Les estimations sont fondées sur des critères économiques et n'ont pas pris en compte les réactions des opérateurs privés d'ici 2018, sachant que cette échéance est proche et limite la mise en œuvre de stratégies qui restent à définir. Par ailleurs, cette estimation est à prendre en compte non comme un calcul précis du chiffre d'affaires gagné ou perdu mais comme une analyse de tendances par pôle commercial.

III. Modélisation du contexte commercial et de son évolution

2.1 Synthèse des conclusions à échéance 2018.

- **Une véritable rupture est en marche dans les modes de distribution** : le champ des possibles est déjà large à horizon 2018, et le sera encore plus à horizon 2025.
- **Le principe même de point de vente est en train d'être remis en cause** et le développement du cross-canal vient questionner les fondements l'immobilier commercial contemporain:
 - Où le chiffre d'affaires sera-t-il fait, en magasin ou sur internet ?
 - La notion de rentabilité d'un point de vente liée à son rendement de chiffre d'affaires au m² sera t elle toujours pertinente dans cinq ans ?
 - L'évolution de la configuration des réseaux de distribution, va venir modifier la hiérarchie des emplacements et des modes de distribution.
- **Si l'appareil commercial du territoire va être fragilisé** par les grandes évolutions constatées, celles-ci devraient en partie être contrebalancées par le fort dynamisme démographique du périmètre; s'il existe un risque de pression à la baisse des chiffres d'affaires, celles- ci seront différentes suivant les formats commerciaux:
 - ✓ Centres-villes et marchés forains = peu d'effets
 - ✓ Centres commerciaux de grande proximité = peu d'effets
 - ✓ Centres commerciaux avec hypermarchés, CC de destination = les plus concernés
- L'érosion du commerce physique sera amplifiée par la réalisation de centres commerciaux majeurs qui impacteront l'existant et accéléreront une mutation de l'appareil commercial, mutation susceptible d'entraîner la création de friches et la fermeture de certains centres commerciaux.

III. Modélisation du contexte commercial et de son évolution

2.2 Synthèse des conclusions à échéance 2018.

Trois scénarii aux conclusions convergentes...

- Le scénario base modélise une situation préoccupante pour l'appareil commercial du périmètre avec de nombreux pôles commerciaux qui, s'ils ne réagissent pas, verront leur chiffre d'affaires diminuer significativement d'ici 2018.
- On constate des différences en matière de puissance d'impact entre les trois scénarii.
- Ces pôles en particulier, auront besoin d'évoluer pour assurer leur pérennité sous peine de se paupériser davantage, voire de faire apparaître des friches.
- Un travail avec les opérateurs permettra d'anticiper avec eux, et de développer des projets de restructuration/ requalification de leurs actifs.
- Une question de fond demeure, liée au développement du multicanal ; la notion de chiffre d'affaires en magasin s'appréhendera t elle de la même manière en 2018, qu'en 2012, au vu notamment des évolutions en cours en matière de consommation multiplateformes .

III. Modélisation du contexte commercial et de son évolution

3.1 Méthode reprise pour la phase II de l'étude à échéance 2025.

Nota sur l'approche de l'horizon 2025, qui est trop lointain, pour y appliquer les méthodologies classiques :

- L'évolution des consommateurs :
Le consommateur est par nature volatile et ses demandes peuvent évoluer très vite et non linéairement, plusieurs tendances ont été identifiées (post matérialisme, made in France, design universel, coproduction...) mais leur devenir et leurs impacts à horizon 2025 restent difficiles à mesurer.
- L'évolution des formats commerciaux :
Il est impossible aujourd'hui de connaître les concepts, enseignes, formats commerciaux qui fonctionneront en 2025. Cela concerne autant l'appareil commercial existant que la programmation qu'il est possible d'anticiper pour Europa City.
- L'évolution de l'appareil commercial existant :
D'ici 2025, certains opérateurs auront pu faire évoluer leurs actifs et l'auront certainement fait en prenant en compte les évolutions des consommateurs et des enseignes. Il n'est de ce fait pas possible de savoir quels pôles auront été dépassés et quels pôles seront légitimes par rapport à l'état de la demande en 2025.
- L'évolution du territoire :
Le périmètre d'analyse doit connaître d'ici 2025 des évolutions profondes via des politiques très volontaristes en matière de transport, de logements, d'activités, d'emplois, d'insertion sociale... La situation à 2018 avait permis d'aboutir à un champ des possibles relativement restreint en raison d'une plus grande facilité à approcher les programmes de logements, de bureaux et commerciaux qui seraient réalisés d'ici là. Les initiatives identifiées aujourd'hui ne peuvent être projetées avec autant de précision d'ici 2025, soit d'ici 12 ans. Deux situations très différentes bornant le champ des possibles ont été identifiées (voir page 9).
- La réalisation d'une étude d'impact économique classique :
Une étude d'impact économique est fondée sur une estimation de la prise de chiffre d'affaires d'un équipement commercial sur les équipements existants par format et secteur d'activité. Cela n'est pas envisageable pour Europa City en raison d'une part du manque de précision, logique, du contenu commercial du projet et d'autre part de la pertinence de la notion de chiffre d'affaires en 2025.

III. Modélisation du contexte commercial et de son évolution

3.2 Méthode reprise pour la phase II de l'étude à échéance 2025.

Approches	Méthodologie	Résultats						
<p>Qualitative</p>	<p><u>Les ateliers :</u></p> <p>Faire réfléchir des experts sur l'évolution du commerce sur le territoire afin de formaliser deux extrêmes d'évolution définissant le champ des possibles.</p>	<p style="text-align: center;">Effets généraux</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 50%; color: green;">Extrême d'évolution positive</td> <td style="width: 50%; color: red;">Extrême d'évolution négative</td> </tr> </table>		Extrême d'évolution positive	Extrême d'évolution négative			
Extrême d'évolution positive	Extrême d'évolution négative							
<p>Quantitative</p>	<p style="text-align: center;"></p> <p><u>L'étude des effets d'Europa City :</u></p> <p>Une méthodologie spécifique afin de quantifier le rôle que peut avoir Europa City sur le développement de l'appareil commercial existant suivant qu'elle s'en différencie ou pas.</p>	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td rowspan="2" style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Europa City</td> <td style="color: blue;">Avant ouverture</td> <td style="color: blue;">Avant ouverture</td> </tr> <tr> <td style="color: olive;">Après ouverture</td> <td style="color: olive;">Après ouverture</td> </tr> </table>		Europa City	Avant ouverture	Avant ouverture	Après ouverture	Après ouverture
Europa City	Avant ouverture	Avant ouverture						
	Après ouverture	Après ouverture						
<p>Comparative</p>	<p style="text-align: center;"></p> <p><u>Benchmark avec des pôles en partie comparables :</u></p> <p>Réaliser un guide de bonne pratique au vu du fonctionnement de ces pôles et des effets qu'ils ont pu avoir sur leur environnement.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Trois approches différenciées mais qui s'entrecroisent afin de restreindre le champ des possibles et d'évaluer au final l'élasticité des incidences d'Europa City en fonction de la résilience du territoire. 						

III. Modélisation du contexte commercial et de son évolution

3.3 Synthèse des conclusions à échéance 2025.

- **Un contexte territorial potentiellement plus favorable qu'en 2018-2020:**
 - ✓ Forte croissance démographique
 - ✓ Existence de très nombreux projets structurants : économie, habitat, transports (dont métro Grand Paris express)
- Un plus grand marché de consommation disponible...
- ... de nature à compenser ou atténuer fortement l'érosion des formes traditionnelles de commerce
- **Une amplification des dynamiques préexistantes, et une dilution des impacts individuels d'Europa City :**
 - ✓ la part des visiteurs d'Europa City issue du territoire sera minoritaire (environ 25%).
 - ✓ la répartition de cette part de visiteurs se fera sur un grand nombre de pôles commerciaux différents (30), allant du centre-ville au centre commercial de destination.
 - ✓ Les commerces de « destination », seront les plus affectés (car dépendant de motifs de déplacement spécifique)
 - ✓ Dans l'hypothèse la plus pessimiste (extrême d'évolution négative), la quasi-totalité des pôles affectés perd individuellement moins de 150 000 visiteurs. A titre comparatif, les flux actuels d'un centre commercial de destination sont de l'ordre de 10 à 15 millions de visiteurs annuels ; ceux d'un centre commercial de grande proximité sont de l'ordre de 3 à 4 millions de visiteurs annuels.
 - ✓ Peu d'effets sur les autres types de commerces et notamment sur les commerces de proximité
 - ✓ Une plus forte capacité de réaction des opérateurs

I. Etat des lieux du Nord Est Francilien

1. Le périmètre d'analyse
2. Le profils des usagers (aujourd'hui et à venir)
3. L'appareil commercial en place et son évolution

II. Tendances de consommation, stratégie des opérateurs, et impacts

1. Un changement d'époque, une rupture
2. Un commerce contraint de s'adapter
3. L'impact de l'évolution des formats commerciaux sur l'urbanisme

III. Modélisation du contexte commercial et de son évolution probable

- I. La méthodologie
- II. Synthèse des conclusions à échéance 2018
- III. Synthèse des conclusions à échéance 2025

IV. Questions

Merci de votre attention !
Questions

