

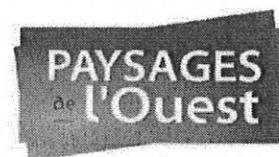


Ville de Vallet

Projet de transfert de l'Hyper U à Vallet et de création d'un parc commercial

Volet commercial : 1^{ère} note d'expertise

Réunion du 21 janvier 2011



Janvier 2011

La présente note a pour objectif de réaliser une première expertise du projet de zone commerciale portée par le propriétaire de l'hypermarché Hyper U.

Elle se base sur l'analyse du plan d'organisation et de contenu du futur parc commercial qui nous a été fourni ainsi que sur une actualisation des études de marché réalisées sur Vallet par notre société.

1-Synthèse de la programmation commerciale et de services prévue

ACTIVITE	SURFACE DE VENTE
Hypermarché	7.500 m ²
Biocop	300 m ²
Magasin spécialisé en produits surgelés	500 m ²
TOTAL ALIMENTAIRE	8.300 m²
Prêt-à-porter (3 unités de 400 m ²)	1.200 m ²
Gémo Vêtements	700 m ²
Gémo Chaussures	500 m ²
Puériculture	300 m ²
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	2.700 m²
Bricolage (Bricomarché)	4.000 m ²
Jardinage	4.000 m ²
Meubles	1.500 m ²
Cuisiniste	1.000 m ²
TV hifi	900 m ²
Décoration maison	500 m ²
Dépôt vente	400 m ²
TOTAL EQUIPEMENT DE LA MAISON	12.300 m²
Jouets	500 m ²
Articles de sport	2.000 m ²
Articles culturels	? (dans l'hypermarché ?)
TOTAL CULTURE - LOISIRS	2.500 m²
4 cellules de restructuration (400 m ² + 3 X 300 m ²)	1.300 m ²
Hôtel 600 m ² d'emprise R + 2	1.800 m ²
HOTELS - CAFES - RESTAURANTS	3.100 m²
Garage Max-Auto	500 m ²
Contrôle Auto	300 m ²
Station service + station de lavage	
TOTAL AUTOMOBILE	800 m²
TOTAL OFFRE COMMERCIALE	29.900 m²
Pôle services	
▪ 1 salle de sport	1.000 m ²
▪ 1 bâtiment de 550 m ²	550 m ²
▪ 4 bâtiments de 500 m ² (dont une crèche)	2.000 m ²
▪ 5 bâtiments de 300 m ²	1.500 m ²
TOTAL POLE SERVICES	5.050 m²

2- Les études de marchés

L'objectif des études de marché ci-après vise à mettre en évidence les potentialités de développement sur Vallet en grandes et moyennes surfaces alimentaires et en grandes surfaces spécialisées sur un horizon de 5 ans (2011-2016).

La méthodologie de la démarche est présentée en annexe.

2.1- Evolution du marché captable

La zone de chalandise de Vallet comprend les communes suivantes :

- Vallet
- Mouzillon
- Le Pallet
- La Chapelle Heulin
- Le Landreau
- La Remaudière
- La Boissière du Doré
- La Regrippière

On considère que 80% de dépenses réalisées sur Vallet proviennent des habitants de ces communes.

Au dernier recensement en 2008, 22.573 personnes résidaient sur cette zone de chalandise.

Les perspectives de croissance du parc de logements inscrites dans le SCoT permettent d'envisager une croissance démographique moyenne de 1,6%/an sur la zone de chalandise.

En partant de cette hypothèse, la population résidant sur la zone de chalandise à l'horizon 2016 sera d'environ 25.600 habitants.

A ce marché potentiellement captable lié à la population de la zone de chalandise, il convient également d'ajouter une capacité de filtrage des flux automobiles transitant en bordure de la RN 249.

Nous sommes partis de l'hypothèse que cette clientèle de transit (ne résidant pas dans la zone de chalandise) représenterait 10% de clientèle totale de la future zone commerciale.

**POPULATION DE LA ZONE DE CHALANDISE DU COMMERCE
 VALLET**

	ESTIMATION DE LA POPULATION SEDENTAIRE		
	2011	2013	2016
ZONE PRIMAIRE			
VALLET	8 513	8 787	9 212
TOTAL ZONE PRIMAIRE	8 513	8 787	9 212
ZONE SECONDAIRE			
MOUZILLON	2 636	2 721	2 853
LE PALLET	2 838	2 930	3 072
LA CHAPELLE HEULIN	3 039	3 137	3 290
LE LANDREAU	3 001	3 097	3 248
LA REMAUDIERE	1 146	1 183	1 241
LA BOISSIÈRE DU DORÉ	910	940	986
LA REGRIPIÈRE	1 591	1 642	1 722
TOTAL ZONE SECONDAIRE	15 161	15 650	16 413
ZONE TERTIAIRE			
FLUX DE TRANSIT (10% DE LA CLIENTÈLE)	2 630	2 715	2 847
TOTAL ZONE TERTIAIRE	2 630	2 715	2 847
TOTAL ZONE DE CHALANDISE	26 304	27 152	28 472

2.2- Les potentialités de développement en grandes et moyennes surfaces alimentaires

Nota : Le marché potentiellement captable présenté ci-dessous se base à partir des parts de marché de la grande distribution à l'échelle nationale et des rendements moyens de chiffres d'affaires/m²/an selon les formats de distribution.

- Marché potentiellement captable par les GMS alimentaires en 2011: 68 millions d'euros
- Marché potentiellement captable par les GMS alimentaires en 2016: 78 millions d'euros

Au global, l'offre en grandes et moyennes surfaces alimentaires sur la zone de chalandise de Vallet semble être en légère sous-densité en 2011 et cet état risque de se renforcer d'ici 2016 si aucun projet ne devait voir le jour sur le territoire.

Malgré tout, on note également que l'offre en hypermarchés est sur-représentée puisque le magasin Hyper U a très peu de concurrence sur la zone de chalandise.

Néanmoins, il semblerait que d'ici à 5 ans près de 2.000 m² de grandes et moyennes surfaces alimentaires sont potentiellement rentabilisables sur la zone de chalandise, si l'hypermarché se transfère et se donne la capacité de capter les flux de transit sur la RN 249.

Cependant, il est à déplorer que la programmation commerciale prévue sur le futur parc commercial soit en mesure de capter l'ensemble des nouveaux marchés potentiellement exploitables en alimentaire et réduise les possibilités de réalisation de projet de transfert-extension de la supérette de centre-ville.

Parc commercial	Surface de vente projetée en GMS alimentaires après réalisation du projet	Evolution par rapport à la surface actuelle
Hyper U	7.500 m ²	+ 1.367 m ²
Biocoop	300 m ²	+ 150 m ²
Magasins spécialisés en surgelés	500 m ²	+ 500 m ²
GOBAL	8.300 m ²	+ 2.017 m ²

Afin de conserver des possibilités de développement pour un petit supermarché en centre-ville, il conviendrait peut-être de limiter l'extension de l'hypermarché.

De plus, cette solution serait en phase avec de nombreuses études prospectives sur l'évolution du commerce dans les années à venir tendant à confirmer l'érosion des parts de marché des hypermarchés au profit du e-commerce et des commerces de proximité.

CRENEAUX COMMERCIAUX POUR LES GRANDES FORMES DE DISTRIBUTION

VALLET

2011	EQUIPEM. COMMERCIAL EXISTANT		MARCHE POT EN K€ 2 011	RENDMT MOYEN K€/M2/AN	SURFACE OPTIMALE 2 011	SOLDE 2 011	TAUX DE COUVERTURE 2011
	NB	SURF. TOT.					
HYPERMARCHÉ	1	6 133	36 642	12,00	3 053	-3 080	2,01
SUPERMARCHÉ	1	800	22 261	7,00	3 180	2 380	0,25
LIBRE-SERVICE ALIMENTAIRE	2	450	5 758	5,18	1 111	661	0,40
GRANDS MAGASINS & MAGASINS POPULAIRES			3 692	3,57	1 035	1 035	0,00
TOTAL	4	7 383	68 353		8 380	997	0,88

2013	EQUIPEM. COMMERCIAL EXISTANT		MARCHE POT EN K€ 2 013	RENDMT MOYEN K€/M2/AN	SURFACE OPTIMALE 2 013	SOLDE 2 013	TAUX DE COUVERTURE 2013
	NB	SURF. TOT.					
HYPERMARCHÉ	1	7 500	39 497	12,00	3 291	-4 209	2,28
SUPERMARCHÉ	2	1 300	23 428	7,00	3 347	2 047	0,39
LIBRE-SERVICE ALIMENTAIRE	2	600	5 858	5,18	1 131	531	0,53
GRANDS MAGASINS & MAGASINS POPULAIRES	0	0	3 815	3,57	1 069	1 069	0,00
TOTAL	5	9 400	72 597		8 838	-562	1,06

Prise en compte du transfert-extension du magasin Hyper U, du transfert-extension de la Biocoop et de la création d'un magasin spécialisé en surgelés.

2016	EQUIPEM. COMMERCIAL EXISTANT		MARCHE POT EN K€ 2 016	RENDMT MOYEN K€/M2/AN	SURFACE OPTIMALE 2 016	SOLDE 2 016	TAUX DE COUVERTURE 2016
	NB	SURF. TOT.					
HYPERMARCHÉ	1	7 500	43 379	12,00	3 615	-3 885	2,07
SUPERMARCHÉ	1	1 300	24 705	7,00	3 529	2 229	0,37
LIBRE-SERVICE ALIMENTAIRE	2	600	5 911	5,18	1 141	541	0,53
GRANDS MAGASINS & MAGASINS POPULAIRES	0	0	4 098	3,57	1 149	1 149	0,00
TOTAL	4	9 400	78 093		9 434	34	1,00

Prise en compte du transfert-extension du magasin Hyper U, du transfert-extension de la Biocoop et de la création d'un magasin spécialisé en surgelés.

2.3- Les potentialités de développement en grandes surfaces spécialisées

- Marché potentiellement captable en GSS en 2011 : 26 millions d'euros
- Marché potentiellement captable en GSS en 2016 : 32 millions d'euros

Activité	Surface de vente projetée en GSS après réalisation du projet	Etat concurrentiel et préconisations
Vêtements	2.550 m ²	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Surdensité : 750 m² de trop par rapport à un état optimal en 2016. ▪ Retirer au moins une cellule commerciale de 400 m² prévue pour accueillir du prêt-à-porter.
Chaussures	500 m ²	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Equilibre global à l'horizon 2016.
Meubles, cuisiniste	2.500 m ²	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Equilibre global à l'horizon 2016.
Electroménager, TV, hifi	900 m ² (hypothèse de transfert de l'espace électroménager)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Marché offrant encore des possibilités de développement en 2016.
Vaisselle, décoration, solderie	500 m ²	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Potentiel uniquement pour 1 GSS.
Bricolage	4.000 m ²	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Surdensité. Néanmoins le projet actuel prévoit le transfert du Bricomarché. ▪ L'extension du Bricomarché ne fragiliserait donc pas un acteur présent sur la zone de chalandise.
Jardinage	4.000 m ² (hypothèse transfert Gamm Vert)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La zone de chalandise n'est pas en capacité de rentabiliser une deuxième GSS en jardinage en plus de Gamm Vert. Il conviendrait donc que la GSS en jardinage prévue soit le magasin Gamm Vert.
Articles de sport	2.000 m ² (hypothèse de transfert Sport 2000)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Surdensité à l'horizon 2016. ▪ Il n'est pas possible d'accueillir une deuxième GSS en articles de sport. ▪ Le projet doit donc être celui du transfert-extension du magasin Sport 2000.
Produits culturels, librairie	509 m ² * * pas d'indication concernant la future dimension de l'Espace U Culture (surface actuelle)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Possibilité de développement d'un magasin de 800 m² de surface de vente à l'horizon 2016.
Jouets	500 m ²	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Equilibre global à l'horizon 2016.

 Projet réalisable

 Projet nécessitant des compléments d'information ou des adaptations

Projet de transfert de l'Hyper U à Vallet et de création d'un parc commercial
- Volet commercial / 1^{ère} note d'expertise -

CRENEAUX COMMERCIAUX POUR LES
GRANDES SURFACES SPECIALISEES
SELON LES PARTS DE MARCHE NATIONALES

VALLET

2011	EQUIPEMENT COMMERCIAL EXISTANT		MARCHÉ POT EN KE 2 011	RENDMT MOYEN KE/M2/AN	SURFACE OPTIMALE 2 011	SOLDE 2 011	TAUX DE COUVERTURE 2 011
	NB	SURF. TOT.					
EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	1	350	5 565		2 028	1 678	0,17
VETEMENTS	1	350	4 587	2,74	1 672	1 322	0,21
CHAUSSURES			978	2,74	356	356	0,00
EQUIPEMENT DE LA MAISON	3	6 287	16 632		6 693	406	0,94
TISSUS, VOILAGE			342	2,29	149	149	0,00
MEUBLES, LITERIE			3 486	1,83	1 905	1 905	0,00
ELECTROM., TV, HIFI	1	1 282	4 982	3,35	1 485	203	0,86
VAISSELLE-DECO, SOLDERIE			618	2,29	270	270	0,00
BRICOLAGE	1	2 205	5 043	2,50	2 017	-188	1,09
JARDINAGE	1	2 800	2 161	2,50	865	-1 935	3,24
LOISIRS	2	1 709	4 158		1 581	-128	1,08
SPORTS	1	1 200	1 494	2,74	544	-656	2,20
DISQUES, LIBRAIRIE	1	509	1 759	2,74	641	132	0,79
JOUETS			905	2,29	396	396	0,00
TOTAL	6	8 346	26 356		10 302	1 956	0,81

Offre actuelle avant projet.

2013	EQUIPEMENT COMMERCIAL EXISTANT		MARCHÉ POT EN KE 2 013	RENDMT MOYEN KE/M2/AN	SURFACE OPTIMALE 2 013	SOLDE 2 013	TAUX DE COUVERTURE 2 013
	NB	SURF. TOT.					
EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	2	3 050	5 661		2 063	-987	1,48
VETEMENTS	1	2 550	4 648	2,74	1 694	-856	1,51
CHAUSSURES	1	500	1 014	2,74	369	-131	1,35
EQUIPEMENT DE LA MAISON	5	11 900	17 817		7 152	-4 748	1,66
TISSUS, VOILAGE	0	0	343	2,29	150	150	0,00
MEUBLES, LITERIE	1	2 500	3 693	1,83	2 019	-481	1,24
ELECTROM., TV, HIFI	1	900	5 439	3,35	1 622	722	0,55
VAISSELLE-DECO, SOLDERIE	1	500	655	2,29	287	-213	1,74
BRICOLAGE	1	4 000	5 380	2,50	2 152	-1 848	1,86
JARDINAGE	1	4 000	2 306	2,50	922	-3 078	4,34
LOISIRS	3	3 009	5 019		1 936	-1 073	1,55
SPORTS	1	2 000	1 680	2,74	612	-1 388	3,27
DISQUES, LIBRAIRIE	1	509	1 866	2,74	680	171	0,75
JOUETS	1	500	1 473	2,29	644	144	0,78
TOTAL	10	17 959	28 497		11 151	-6 808	1,61

Offre en GSS après projet.

2016	EQUIPEMENT COMMERCIAL EXISTANT		MARCHÉ POT EN KE 2 016	RENDMT MOYEN KE/M2/AN	SURFACE OPTIMALE 2 016	SOLDE 2 016	TAUX DE COUVERTURE 2 016
	NB	SURF. TOT.					
EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	2	3 050	6 167		2 247	-803	1,36
VETEMENTS	1	2 550	4 955	2,74	1 806	-744	1,41
CHAUSSURES	1	500	1 212	2,74	442	-58	1,13
EQUIPEMENT DE LA MAISON	6	11 900	20 314		8 155	-3 745	1,46
TISSUS, VOILAGE	0	0	386	2,29	169	169	0,00
MEUBLES, LITERIE	2	2 500	4 241	1,83	2 318	-182	1,08
ELECTROM., TV, HIFI	1	900	6 222	3,35	1 855	955	0,49
VAISSELLE-DECO, SOLDERIE	1	500	723	2,29	316	-184	1,58
BRICOLAGE	1	4 000	6 119	2,50	2 448	-1 552	1,63
JARDINAGE	1	4 000	2 623	2,50	1 049	-2 951	3,81
LOISIRS	3	3 009	5 692		2 195	-814	1,37
SPORTS	1	2 000	1 888	2,74	688	-1 312	2,91
DISQUES, LIBRAIRIE	1	509	2 157	2,74	786	277	0,65
JOUETS	1	500	1 648	2,29	721	221	0,69
TOTAL	11	17 959	32 173		12 597	-5 362	1,43

Offre en GSS après projet.

2.4- Préconisations concernant la programmation du futur parc commercial

Activités	Préconisations
Alimentaire	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Extension limitée de l'Hyper U. ▪ Conserver des créneaux de développement pour un projet de petit supermarché en centre-ville.
Equipement de la personne	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conserver un équilibre avec l'offre présente en centre-ville et donc limiter à 2 ou 3 enseignes l'offre en prêt-à-porter dans le parc commercial.
Equipement de la maison	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bricolage : autoriser uniquement le transfert du Bricomarché. ▪ Jardinage : autoriser uniquement le transfert du Gamm Vert. <i>Toujours</i> ▪ Meubles, cuisiniste, décoration, dépôt-vente, électroménager, TV, hifi : projet satisfaisant.
Culture-loisirs	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Produits culturels : pas d'information. ▪ Jouets : satisfaisant. ▪ Articles de sport : autoriser uniquement le transfert du magasin (Sport 2000.)
Restauration	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Concentrer l'offre en restauration en cœur de zone. ▪ Limiter à 2 établissements l'offre sur le parc commercial (un établissement de restauration rapide et une brasserie-restaurant ouvrier), afin de ne pas concurrencer trop fortement le projet Saint-Christophe.
Automobile	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Projet satisfaisant.
Divers	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eviter le développement dans le pôle service d'activités génératrices de flux pour le centre-ville de Vallet : <ul style="list-style-type: none"> ✓ banques, assurances, ✓ activité médicale et paramédicale ✓ pharmacie ✓ commerce de proximité ▪ Orienter plutôt la commercialisation vers des programmes de bureaux tertiaires.

3- Analyse de fonctionnement urbain et commercial du futur parc commercial

Le projet du parc commercial de Vallet semble séduisant dans son ensemble et bénéficie d'une organisation commerciale permettant une **diffusion optimale des flux**.

En effet, le positionnement en fond de zone de l'hypermarché qui sera la locomotive du parc d'activités commerciales permettra une bonne diffusion des flux de clientèle sur l'ensemble de la zone.

Il est également à saluer la mise en place d'un parking souterrain surmonté d'un parc paysager à thème. Cela permettra d'offrir **une ambiance très qualitative à ce parc commercial**.

Cependant, il serait peut-être opportun de réaliser une troisième liaison piétonne avec le parking souterrain et les commerces au niveau du pôle équipement de la personne.

Enfin, le rapport entre des espaces de stationnement souterrain et aérien semble satisfaisant.

Du point de vue de l'organisation commerciale du parc d'activités, il serait souhaitable de **regrouper l'ensemble des activités de restauration sur le cœur de zone et d'éviter l'implantation d'un établissement de manière déconnectée en entrée de zone**.

Pour finir, une attention toute particulière devra être apportée au traitement paysager des abords de la zone et notamment ceux situés le long de la RN 249 afin d'éviter d'avoir une vision disgracieuse des arrières de la zone commerciale depuis la RN 249.

4- Synthèse

POINTS FORTS	POINTS FAIBLES OU INTERROGATIONS
<ul style="list-style-type: none">▪ Une zone de chalandise en progression démographique.▪ Un positionnement de la zone commerciale lui permettant de filtrer les flux de transit de la RN 249.▪ Une organisation urbaine, paysagère et commerciale de qualité et séduisante.▪ Une programmation commerciale composée quasi-exclusivement de GSS ce qui limite la concurrence avec le centre-ville.▪ Une programmation commerciale qui vise à conforter des acteurs déjà présents sur Vallet.▪ Un projet qui permettra de conforter le rayonnement commercial de Vallet.	<ul style="list-style-type: none">▪ Limiter le poids de la thématique restauration et concentrer spatialement les établissements.▪ Conserver en alimentaire des créneaux de développement pour un petit supermarché en centre-ville.▪ Limiter le nombre de GSS en prêt-à-porter à 2 – 3 établissements afin d'éviter un trop grand déséquilibre avec le centre-ville.▪ Un certain nombre d'éléments de programmes sont viables uniquement s'ils s'inscrivent dans le cadre de transfert de GSS déjà présentes à Vallet (bricolage, jardinage, articles de sport, magasin bio).▪ Eviter le développement dans le pôle services d'activités génératrices de flux pour le centre-ville de Vallet (services bancaires, assurances, activités médicales et paramédicales...).