

# URBANISME COMMERCIAL

Tirez parti des mutations de l'immobilier de commerce

- Les 5 points clés à retenir de la réforme sur l'urbanisme commercial
- Comment développer l'attractivité des agglomérations de tailles moyennes
- Les défis des foncières pour faire émerger une nouvelle génération de centres commerciaux
- Enseignes spécialisées : comment réussir vos implantations commerciales

■■■ AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE ■■■



**Michel DESSOLAIN**  
Président

**CONSEIL NATIONAL  
DES CENTRES COMMERCIAUX**  
Directeur général de la stratégie  
et de l'innovation  
**GRUPE UNIBAIL-RODAMCO**  
*(Accord de principe)*



**Pascal FRANCESCHI**  
Directeur immobilier  
**GRUPE VIVARTE**



**Laurent MOREL**  
Président du directoire  
**KLÉPIERRE**



**Philippe YVIN**  
Président du directoire  
**SOCIÉTÉ DU GRAND PARIS  
(SGP)**

■■■ ET NOTAMMENT LES INTERVENTIONS DE ■■■

- A4 ARCHITECTES • AMIENS MÉTROPOLE • BLATTER ARCHITECTE • BOURG-EN-BRESSE • COMPAGNIE DE PHALSBOURG • CUSHMAN & WAKEFIELD FRANCE • FINSBURY • HAMMERSON • JEFF DE BRUGES • LEFÈVRE PELLETIER & ASSOCIÉS • NEVERS AGGLOMÉRATION • SOGEPROM •

Avec le soutien de

Avec un peu plus de 340 000 m<sup>2</sup> de centres commerciaux inaugurés en 2014 dans l'Hexagone\*, le développement commercial dans l'espace urbain est un vaste sujet de préoccupation pour l'ensemble des acteurs concernés.

Les **agglomérations** cherchent à développer le commerce et l'attractivité de leurs villes tout en se souciant tant bien que mal de l'évolution du tissu commercial de proximité.

Les **centres commerciaux**, quant à eux, s'attachent à suivre l'évolution des modes d'achat et révisent sans cesse leurs positionnements pour poursuivre leur expansion face à l'hyper concurrence du secteur.

Enfin, face au recul du pouvoir d'achat, les **franchises** privilégient les sites et emplacements qui leur assurent une visibilité optimale, une forte fréquentation ou le meilleur rapport qualité-prix.

Alors, finalement, devant la diversité des enjeux et défis actuels, **qu'est-ce qu'un bon urbanisme commercial ? Quels en sont ses principes ? Comment tirer parti des mutations de l'immobilier de commerce ?**

LSA répondra à ces questions le 3 novembre prochain lors de la première édition de sa conférence dédiée à l'Urbanisme Commercial. Des acteurs incontournables du marché, communautés de communes, sociétés de foncières, enseignes et experts, viendront débattre, partager leurs retours d'expériences et vous apporter un éclairage complet sur les problématiques suivantes :

- Les 5 points clés à retenir de la réforme sur l'urbanisme commercial
- Comment développer l'attractivité des agglomérations de tailles moyennes
- Les défis des foncières pour faire émerger une nouvelle génération de centres commerciaux en lien avec les mutations actuelles du commerce
- Enseignes spécialisées : comment réussir vos implantations commerciales

En me réjouissant de vous accueillir,

**Sylvia BRIGAUD**  
Chargée de Conférences LSA

*\*Etude annuelle « Les Marchés Immobiliers Français 2015 » Cushman& Wakefield*



Depuis 1958, LSA anime le marché de la grande consommation avec un hebdomadaire diffusé à plus de 20 000 exemplaires autour duquel se sont développés de nombreux services d'information et de mise en relation. Il accompagne les acteurs de la grande consommation et les aide à décrypter l'actualité, pour améliorer leurs performances, adapter leurs pratiques et produits aux évolutions du marché.

Marque médias de référence pour tous les cadres et décideurs de la grande consommation en France, LSA a développé une expertise pointue et se distingue par son approche innovante et proactive.

Les rencontres LSA se déclinent sous plusieurs formats :

- Des événements annuels sous forme de conférences, congrès et trophées
- Des formations pratiques et méthodologiques, clubs et matinées débats

UNE PUBLICATION DU GROUPE

**INFOPRO**  
digital

# URBANISME COMMERCIAL

## Tirez parti des mutations de l'immobilier de commerce

### AVEC LES INTERVENTIONS DE :

<b>Philippe BERTON</b>	Directeur du développement et de la franchise <b>JEFF DE BRUGES</b>
<b>Frédéric BLATTER</b>	Architecte concepteur d'Avaricum à Bourges <b>BLATTER ARCHITECTE</b>
<b>Hélène CLOEZ</b>	Avocat associé <b>LEFÈVRE PELLETIER &amp; ASSOCIÉS</b>
<b>Michel DESSOLAIN</b>	Président <b>CONSEIL NATIONAL DES CENTRES COMMERCIAUX (CNCC)</b> Directeur général de la stratégie et de l'innovation <b>GROUPE UNIBAIL-RODAMCO</b> <i>(Accord de principe)</i>
<b>Christian DUBOIS</b>	Directeur général <b>CUSHMAN &amp; WAKEFIELD FRANCE</b>
<b>Ivan EVRARD</b>	Conseiller du président <b>AMIENS MÉTROPOLE</b>
<b>Pascal FRANCESCHI</b>	Directeur immobilier <b>GROUPE VIVARTE</b>
<b>Antoine GUILLORIT</b>	Directeur du pôle franchise <b>FINSBURY</b> <i>(Accord de principe)</i>
<b>Thomas LE GALL</b>	Manager du centre-ville en charge de l'attractivité et de la commercialité du cœur de ville <b>BOURG-EN-BRESSE</b>
<b>Laurent MOREL</b>	Président du directoire <b>KLÉPIERRE</b>
<b>Ali NASSER</b>	Directeur du patrimoine <b>COMPAGNIE DE PHALSBOURG</b>
<b>Michel PÉTUAUD-LÉTANG</b>	Architecte du projet Les Terrasses du Port à Marseille <b>A4 ARCHITECTES</b>
<b>Paul PHILIPPE</b>	Directeur du centre commercial Jeu de Paume à Beauvais <b>HAMMERSON</b>
<b>Anthony PINON</b>	Directeur du centre commercial Avaricum à Bourges <b>SOGEPROM</b>
<b>Denis THURIOT</b>	Maire de <b>NEVERS</b> Président <b>NEVERS AGGLOMÉRATION</b>
<b>Philippe YVIN</b>	Président du directoire <b>SOCIÉTÉ DU GRAND PARIS (SGP)</b>

Journée animée par la Rédaction de LSA

8h30 Accueil des participants

9h00 **ALLOCATION D'OUVERTURE - Développement de l'e-commerce, contexte économique et législatif complexe : quels sont les nouveaux enjeux des centres commerciaux**

Michel DESSOLAIN | Président | **CONSEIL NATIONAL DES CENTRES COMMERCIAUX (CNCC)** | Directeur général de la stratégie et de l'innovation | **GROUPE UNIBAIL-RODAMCO** *(Accord de principe)*

9h30 **Les 5 points clés à retenir de la réforme sur l'urbanisme commercial**

- Loi ALUR du 24 mars 2014 et loi PINEL du 18 juin 2014 : les nouvelles règles du jeu des autorisations d'exploitation commerciale
- Gestion des zones constructibles par les intercommunalités, avis de l'Autorité de la concurrence pour l'installation de zones commerciales, nouvelle articulation avec les CDAC, CNAC, intercommunalités et maires pour les permis de construire... : quelles modifications apportées dans le cadre de la loi MACRON
- Quelles conséquences pour les entreprises
- Illustrations avec des cas concrets

Hélène CLOEZ | Avocat associé | **LEFÈVRE PELLETIER & ASSOCIÉS**

10h00 **Perspectives de développement des centres commerciaux en France et en Europe à l'horizon 2018**

- Quelle place de la France dans le parc européen des mètres carrés commerciaux
- Stratégies des foncières pour adapter leur offre, enjeux des enseignes, nouveaux modes de consommation... : que retenir des ouvertures 2014/2015 et projets à venir
- Analyse des résultats de l'étude European Shopping Centre Report menée par Cushman & Wakefield en avril 2015

Christian DUBOIS | Directeur général | **CUSHMAN & WAKEFIELD FRANCE**

10h30 Pause

11h00 **TABLE RONDE - Comment développer le commerce et l'attractivité des agglomérations de tailles moyennes et de leurs intercommunalités**

- Quelle évolution du commerce dans les villes moyennes
- Quels sont les besoins en termes d'aménagement commercial et pourquoi venir s'y installer
- Favoriser l'implantation des enseignes de grande notoriété avec des centres commerciaux ou parcs d'activité commerciale novateurs

- Les clés pour réaménager les entrées de villes et valoriser les cœurs de villes

Ivan EVRARD | Conseiller du président | **AMIENS MÉTROPOLE**

Thomas LE GALL | Manager du centre-ville en charge de l'attractivité et de la commercialité du cœur de ville | **BOURG-EN-BRESSE**

Denis THURIOT | Maire | **NEVERS** | Président | **NEVERS AGGLOMÉRATION**

11h45 **Faire émerger une nouvelle génération de centres commerciaux en lien avec les mutations actuelles du commerce**

- Transformation des modes d'achat, développement rapide de nouveaux entrants étrangers, stagnation de la consommation des ménages... : comment poursuivre sa croissance avec un positionnement en constante adéquation avec l'évolution du marché
- Connecter croissance du parc immobilier et évolution de la demande de consommation
- Réussir le vaste chantier de réaménagement des zones commerciales d'entrées de ville
- Estimer le ROI des grands projets de création ou réaménagement commerciaux

Laurent MOREL | Président du directoire | **KLÉPIERRE**

12h15 Déjeuner

14h00 **DÉBAT - En quoi l'architecture conditionne-t-elle le commerce et inversement**

- Retour sur l'évolution de l'architecture commerciale ces dernières années et les tendances actuelles
- Miser sur des concepts architecturaux novateurs pour attirer les retailers, répondre aux attentes des propriétaires-gestionnaires et favoriser la consommation
- Quels sont les leviers de création de valeur
- Intégrer le développement durable aux grands projets d'urbanisme
- Illustrations à travers deux réalisations remarquées en 2014/2015 à Bourges et Marseille

Frédéric BLATTER | Architecte concepteur d'Avaricum à Bourges | **BLATTER ARCHITECTE**

Michel PÉTUAUD-LÉTANG | Architecte du projet Les Terrasses du Port à Marseille | **A4 ARCHITECTES**

14h30 **TABLE RONDE - Garantir les conditions de succès d'un centre commercial : quels défis à relever pour les directeurs de centres commerciaux**

- Travail architectural, mixité des enseignes présentes, équipements qualitatifs et adaptés à la demande des consommateurs... : quels sont les critères essentiels d'un succès commercial
- Espaces WIFI, animations numériques, social wall, application mobile ou encore bornes tactiles : les enjeux de la digitalisation des réseaux physiques
- Contribuer au positionnement marketing du centre et identifier les opportunités de développement dans le tissu urbain

Ali NASSER | Directeur du patrimoine | **COMPAGNIE DE PHALSBOURG**

Paul PHILIPPE | Directeur du centre commercial Jeu de Paume à Beauvais | **HAMMERSON**

Anthony PINON | Directeur du centre commercial Avaricum à Bourges | **SOGEPROM**

15h15 **TABLE RONDE - Enseignes spécialisées : comment réussir vos implantations commerciales**

- Visibilité optimale, forte fréquentation ou meilleur rapport qualité-prix : quels sont les critères des distributeurs pour choisir leurs emplacements commerciaux et leurs principales attentes
- Comment faire face aux conditions de négociation entre bailleurs et enseignes dans le cadre de la polarisation du marché
- Recul du pouvoir d'achat et baisse de la fréquentation : comment accompagner les magasins les moins performants

Philippe BERTON | Directeur du développement et de la franchise | **JEFF DE BRUGES**

Pascal FRANCESCHI | Directeur immobilier | **GROUPE VIVARTE**

Antoine GUILLORIT | Directeur du pôle franchise | **FINSBURY** *(Accord de principe)*

16h00 **ALLOCATION DE CLÔTURE - La feuille de route de la Société du Grand Paris en matière d'aménagement du territoire et les priorités en termes d'urbanisme commercial**  
Philippe YVIN | Président du directoire | **SOCIÉTÉ DU GRAND PARIS (SGP)**

16h30 Fin de la journée

Mercredi 18 et jeudi 19 novembre 2015

## MARKETING CROSS-CANAL

Mettre en place une stratégie différenciante centrée sur le shopper

### Objectifs de la formation :

- ✓ Acquérir une démarche structurée du marketing multicanal
- ✓ S'appropriier les éléments clés pour bâtir des stratégies marketing multicanal
- ✓ Centrer sa stratégie sur les comportements clients

### Formation animée par :



Raphaël FÉTIQUE  
Directeur associé  
CONVERTEO

## JOUR 1

- **Le cross-canal : l'obligatoire transformation interne dictée par le consommateur**  
Comprendre la notion de multicanal vs. celle de crosscanal  
Le saviez-vous ? Le consommateur est cross canal  
Illustration : Focus sur les phénomènes ROPO et Showrooming  
Le cross canal : des enjeux transversaux
- **Quels sont les sujets à appréhender pour transformer un acteur brick&mortar en click&mortar**  
La présence géographique et la nature du réseau de distribution  
Les objectifs sur CA ou le frein au cross canal  
Construire le catalogue produit et la politique de prix  
Repenser l'animation commerciale  
La politique de services (SAV, service client) et la fidélisation  
Identifier les canaux logistiques  
L'organisation et le degré d'intégration du digital au sein de l'entreprise  
L'importance des bases de données  
Call center, chat... Comment tirer parti de ces outils ?  
Illustration : B2B vs. B2C : quelles différences du point de vue cross-canal ?

## JOUR 2

- **Adapter ses dispositifs : comment utiliser le digital pour générer du trafic en magasin**  
Travail de groupe : Quelles actions mettre en place ?  
Sources de trafic et stimulation des ventes : comment utiliser l'ensemble des leviers  
Comment tirer parti des nouvelles opportunités de la mobilité  
Comment mesurer les résultats et quels KPI choisir  
Appréhender les impacts IT et RH de votre stratégie
- **Comment digitaliser son point de vente**  
Travail de groupe : Comment utiliser la révolution digitale  
Mesurer les impacts de la digitalisation du point de vente  
Les indicateurs de performance à l'heure du point de vente 2.0 : nouveaux outils de mesure, nouveaux KPI...  
Du logiciel de caisse en passant par les bornes ou les terminaux vendeurs, comment gérer les impacts IT au niveau d'un magasin et d'un réseau  
L'avènement des Marketplace  
Les marques et l'e-commerce : que faire du digital quand on ne vend pas directement au consommateur

### Horaires :

8h30 : Accueil des participants / 9h00 : Début de la journée  
12h30 : Déjeuner avec l'ensemble des participants  
17h30 : Fin de la journée

LES RENCONTRES



### Nos prochaines conférences

<http://evenements.infopro.fr/lisa/conferences/>

#### CONGRÈS NEGOCIATIONS COMMERCIALES Préparez vos Négociations Commerciales 2016

7 octobre 2015, Paris

#### MOYENS DE PAIEMENT EN GRANDE CONSOMMATION Relever les challenges et saisir les nouvelles opportunités commerciales

15 octobre 2015, Paris

#### CONGRÈS DE LA FRANCHISE ET DES RÉSEAUX Les âges de la franchise : quelles best practices pour bâtir, développer et perdurer

4 novembre 2015, Paris



### Nos prochaines formations

<http://evenements.infopro.fr/lisa/formations/>

#### LES CLÉS POUR RÉUSSIR VOS NÉGOCIATIONS COMMERCIALES 2016

5-6 octobre 2015, Paris

#### PRÉVISIONS DES VENTES Affiner vos méthodes et développer une démarche collaborative

13-14 octobre 2015, Paris

#### LOI HAMON Quels impacts sur le marché et pour vos métiers ?

15 octobre 2015, Paris

### Nous contacter

Vous avez une question relative à l'un de nos événements ? Notre service clients vous apportera une réponse dans les plus brefs délais concernant le programme, le suivi de votre inscription et les modalités.

**Elvire ROULET**  
[eroulet@infopro-digital.com](mailto:eroulet@infopro-digital.com)  
Tél. : (+ 33) 01 77 92 93 36

InfoPro Digital est un groupe leader d'information et de services professionnels en France. Nous couvrons cinq univers clés de l'économie : l'automobile, l'industrie, l'assurance et la finance, la distribution, le tourisme et tourisme d'affaires.

InfoPro Digital propose aux acteurs de ces univers une gamme complète de médias et de services : logiciels, bases de données, services en ligne, magazines, salons, formations, conférences...

Ces outils leur permettent de communiquer, de surveiller leur environnement, d'améliorer leur activité et de progresser dans le cadre de leur métier.

## ■ Conférence

**Mardi 3 novembre 2015**

HÔTEL D'ÉVREUX

19, place Vendôme

75001 PARIS

Métro : Madeleine (lignes n°8, 12, 14)

Opéra (lignes n°3, 7, 8)

Parking public : Vinci, Place Vendôme

## ■ Formation

**Mercredi 18 et jeudi 19 novembre 2015**

La formation se tiendra à Paris.

Le lieu exact de la formation vous sera précisé sur votre convocation envoyée avant le stage

Consultez les informations relatives à l'hébergement et à l'accès sur notre site internet :

<http://evenements.infopro-digital.com/lisa/conference-urbanisme-commercial-2015-1220>

Onglet informations et tarifs

Avec le soutien de



### VOUS ÊTES CONCERNÉS :

• Enseignes • Promoteurs de centres commerciaux • Gestionnaires • Investisseurs • Centres commerciaux • Collectivités locales et territoriales • Cabinets d'architectes • Cabinets d'avocats • Conseils en immobilier de commerce • Bureaux d'études • Élus • Experts...

• Directeur général • Directeur et Responsable du développement • Directeur et Responsable de centre commercial • Directeur et Responsable de l'expansion immobilière • Président communauté de communes • Maire • Manager de villes et de centres commerciaux, Administrateur de biens • Commercialisateur • Directeur et Responsable juridique • Avocat • Chargé d'études économiques • Consultant en développement commercial • Architecte • Chef de projet urbain ...

## VOUS FORMER avec LSA ?

Toutes les formations sur <http://evenements.infopro-digital.com/lisa/formations/>

### Conditions générales de vente

Les conférences et formations des Rencontres de LSA sont organisées par la société GISI.

GISI est un organisme de formation déclaré sous le numéro d'activité 11 92 17343 92 auprès du préfet de région d'Ile de France. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat et ce en vertu de l'article L.6352-12 du code du travail.

Tarifs valables jusqu'à la date des événements. TVA : 20 %. Les informations à caractère personnel recueillies ci-dessus par la société Groupe Industrie Services Info (GISI) Société par actions simplifiée au capital de 38 628 352 euros. Siège social : 10, place du Général de gaulle - 92160 ANTONY immatriculée au R.C.S.NANTERRE sous le n°442 233 417 font l'objet d'un traitement informatique.

Elles sont nécessaires à notre société pour traiter votre commande, et sont enregistrées dans notre fichier de clients. GISI pourra vous envoyer des communications relatives à nos activités. Conformément à la loi Informatique et Libertés du 6 août 2004 (art. 34 et s.) vous disposez d'un droit d'accès, de rectification, de modification et de suppression sur l'ensemble des données qui vous concernent.

Pour exercer ces droits, vous pouvez écrire à : [cnil@gisi.fr](mailto:cnil@gisi.fr)

Retrouvez l'intégralité des modalités d'inscription et conditions générales de vente sur <http://evenements.infopro-digital.com/lisa/cgv>

# Bulletin d'Inscription

À retourner à Pénélope Vincent / LSA - Fax : +33 (0)1 77 92 98 17  
Antony Parc II - 10, place du Général de Gaulle  
BP 20156 - 92186 Antony Cedex

Mme  M.

Nom : .....

Prénom : .....

Fonction : .....

Tél. : ..... Port. : .....

E-mail : .....@.....

Société : .....

Adresse : .....

Code postal : ..... Ville : .....

Cedex : ..... Pays : .....

N° TVA intracommunautaire : .....

N° Commande interne : .....

N° de Siren : .....

Organisme payeur et adresse de facturation (si différents) :

.....  
.....

## Je m'inscris et je choisis :

La conférence **URBANISME COMMERCIAL** du 3 novembre 2015

Tarif général	TARIF PME
<input type="checkbox"/> 1 Jour 1 095 € HT / 1 314 € TTC	<input type="checkbox"/> 1 Jour 845 € HT / 1 014 € TTC

La formation **MARKETING CROSS-CANAL** des 18 et 19 novembre 2015

Tarif général
<input type="checkbox"/> 2 Jours 1 595 € HT / 1 914 € TTC

Inscrivez-vous à plusieurs et bénéficiez de nos tarifs dégressifs :  
<http://evenements.infopro-digital.com/lisa/>

- Je joins un chèque de ..... € TTC à l'ordre de GISI
- J'enverrai mon paiement à réception de la facture
- J'accepte de recevoir des offres adressées par LSA ou ses partenaires
- Je reconnais avoir pris connaissance des Conditions Générales de Vente qui sont accessibles à l'adresse : <http://evenements.infopro-digital.com/lisa/cgv> et les accepte sans réserve

Fait à : .....

Le : .....

Signature

Cachet de l'entreprise