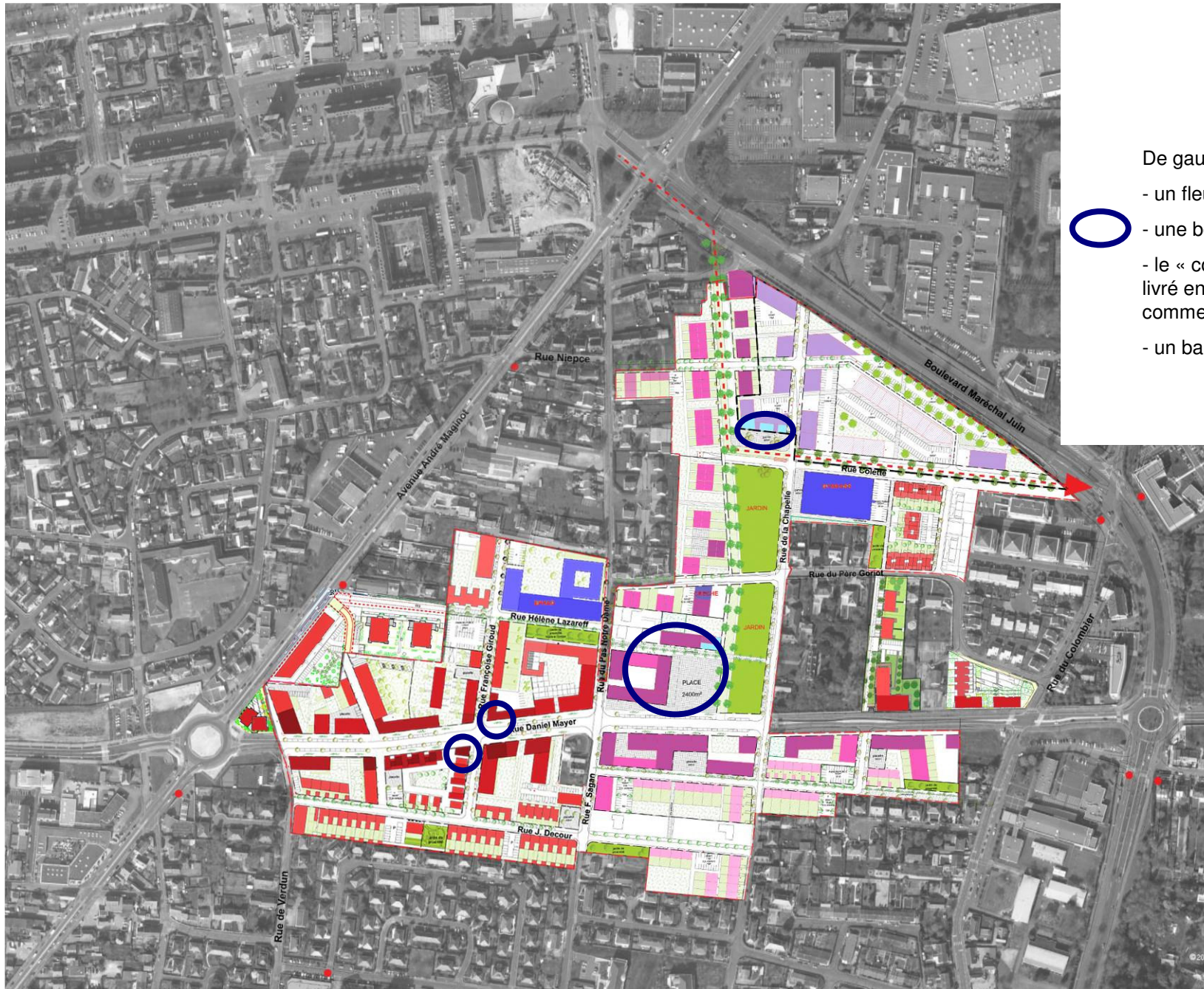


Écoquartier de Monconseil



Illustration : la mixité fonctionnelle



Les implantations de commerces prévues:

De gauche à droite :



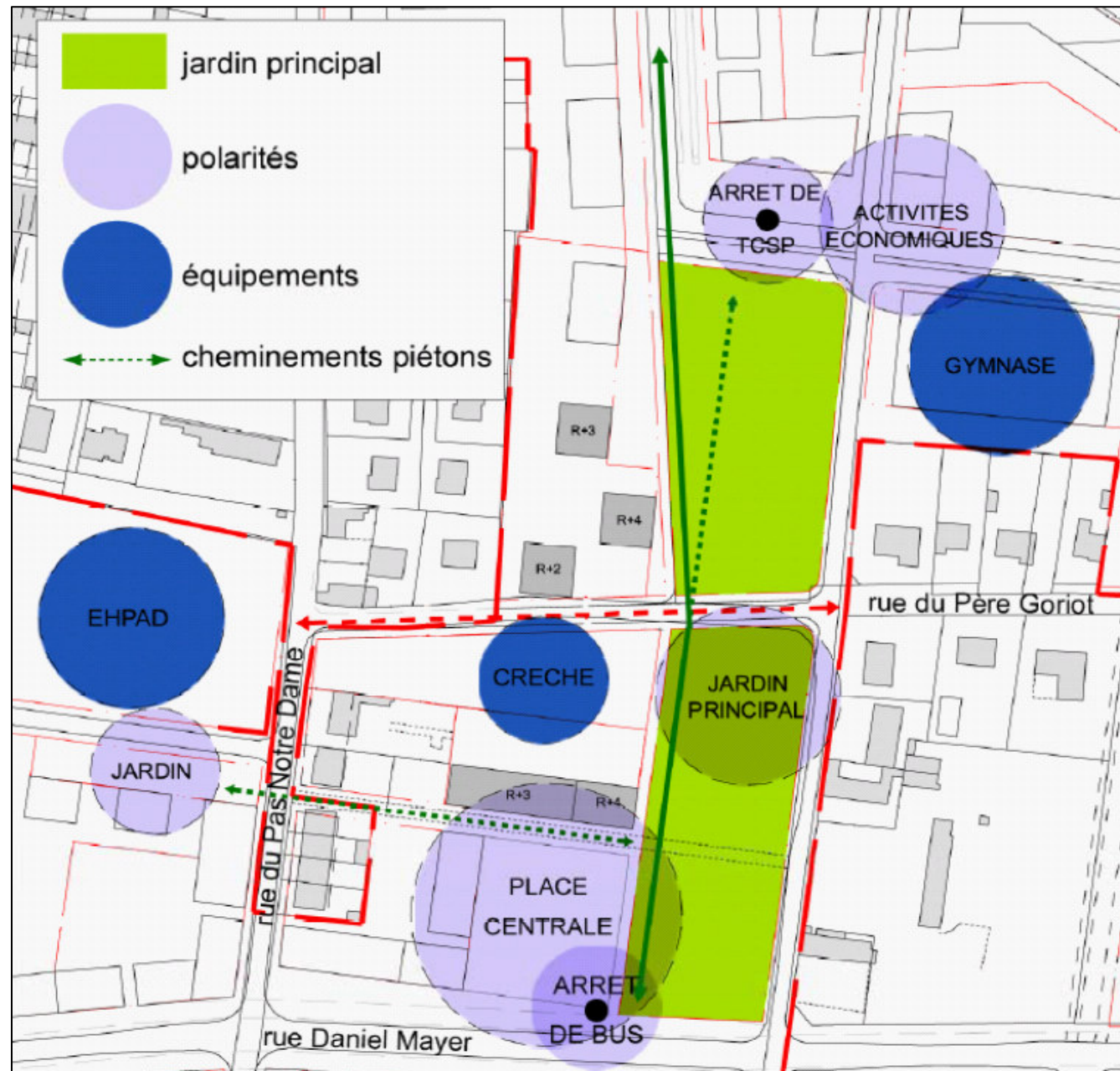
- un fleuriste en septembre 2011
- une boulangerie, ouverte,
- le « cœur marchand » (cf. infra), livré en 2013, 1200 m² de commerces
- un bar/restaurant livré en 2014

L'ensemble de la rue Daniel Mayer est aménagée de façon à favoriser l'implantation de commerces en rez-de-chaussée : hauteurs sous plafond imposées (3m50) et procédé constructif étudié afin de permettre les mutations ultérieures de logements en commerces



Première opération livrée, premier commerce de proximité : une boulangerie

*Une centralité
génératrice de
vie et d'usages
diversifiés*



L'enjeu de la commercialisation en cours : le cœur du quartier.

L'objectif : créer une centralité autour des équipements et commerces

Opac de Tours – Eva Samuel
32 logements sociaux - un espace
petite enfance

Chantiers horizon 2012

Gotham – Anne Mie
Depuydt

122 logements dont 1/3 locatifs
sociaux et 2/3 privés – 1200 m² de
commerces « cœur marchand » –
une salle de quartier – 1 000m² de
bureaux (pôle PMI)

Pichet – Bertrand Penneron

100 logements dont 1/3 en primo-
accession – 100m² de commerce

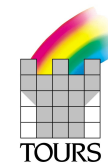
Bouygues – Guillemot &
Chevalier

65 logements dont 1/3 en
primo-accession



Le cœur marchand du quartier

- La future place centrale encadrée par le jardin de la Grenouillère et une opération immobilière (le lot n°14) verra le jour courant 2013.
- 1 200 m² de commerces de proximité seront accessibles sur cette place qui accueillera également un marché forain.
- Les pages qui suivent expliquent plus précisément la démarche menée par le promoteur Gotham afin de faire émerger ce « cœur marchand » : deux pages quant à la conclusion de l'étude de merchandising puis quelques pages sur le concept qui est développé.
- Aujourd'hui, l'offre commerciale de Gotham est retenue, le projet de permis de construire sera présenté le 05 mai 2011, la contractualisation aura lieu courant juin pour une livraison en 2013.
- La place centrale, à vocation piétonne et au traitement très qualitatif, sera dessinée par l'aménageur et le paysagiste de la ville de Tours en partenariat avec l'architecte-urbaniste et le promoteur Gotham en sa qualité d'investisseur et de futur animateur des commerces de pied d'immeuble.



6 INTÉGRATION DE LA PROGRAMMATION COMMERCIALE DANS L'ÎLOT 14

Proposition de programmation commerciale

- Indépendamment des données de programmation commerciale initiale de la ZAC (530m² shon : 400m² shon lot 14b et 130m² lot 14a), il est proposé la programmation SHON théorique suivante, résultant de l'étude de marché :

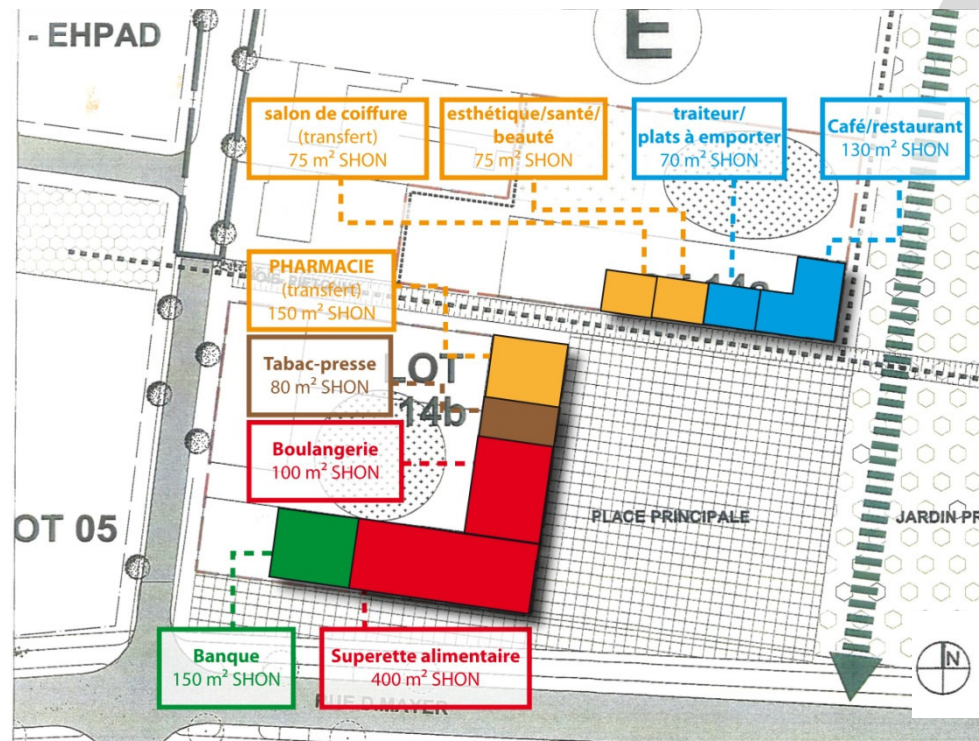
► Lot 14B

✓ Banque	150 m ²
✓ Une superette alimentaire ⁽¹⁾	400 m ²
✓ Une boulangerie-pâtisserie ⁽²⁾	100 m ²
✓ Un tabac presse	80 m ²
✓ Pharmacie	150 m ²
Total 1	880 m²

► Lot 14A

✓ Café/restaurant	130 m ²
✓ Traiteur/Plats à emporter	70 m ²
✓ Esthétique/Santé/Beauté	75 m ²
✓ Salon de coiffure	75 m ²
Total 2	350 m²

Total 1 et 2 **1 230 m²**



Source fond de plan: ville de Tours
Réalisation: Objectif Ville Consultants

- (1) Compte tenu de la présence, dans la zone de chalandise locale du pôle de proximité, de l'enseigne hard discount alimentaire Leader Price, il est proposé de ne pas déployer jusqu'à 500m²shon (fourchette haute de l'étude de potentiel économique) pour la superette alimentaire mais uniquement 400m²shon. En outre, il est préconisé que le positionnement de cette superette alimentaire soit de préférence généraliste ou spécialisée (exemple: enseigne bio) afin d'assurer une complémentarité avec l'enseigne Leader Price.
- (2) La boulangerie (± 100 m²) nouvellement transférée de l'avenue Maginot dans l'îlot n° 4 (angle D. Mayer/F. Giroud) n'exclut pas cette installation, car le CA théorique captable de ± 450 000 € autorise a priori deux points de vente. Un fleuriste (bon professionnel expérimenté) s'installe sur le l'îlot 9 (angle F. Sagan/D. Mayer) et bloque par contre une autre installation sur l'îlot 14.

NB: À l'échelle des plans disponibles, le plan marchandisage est schématique. Il pourra être affiné dès communication de plans de rdc commerciaux plus précis (découpage des lots plus détaillé).

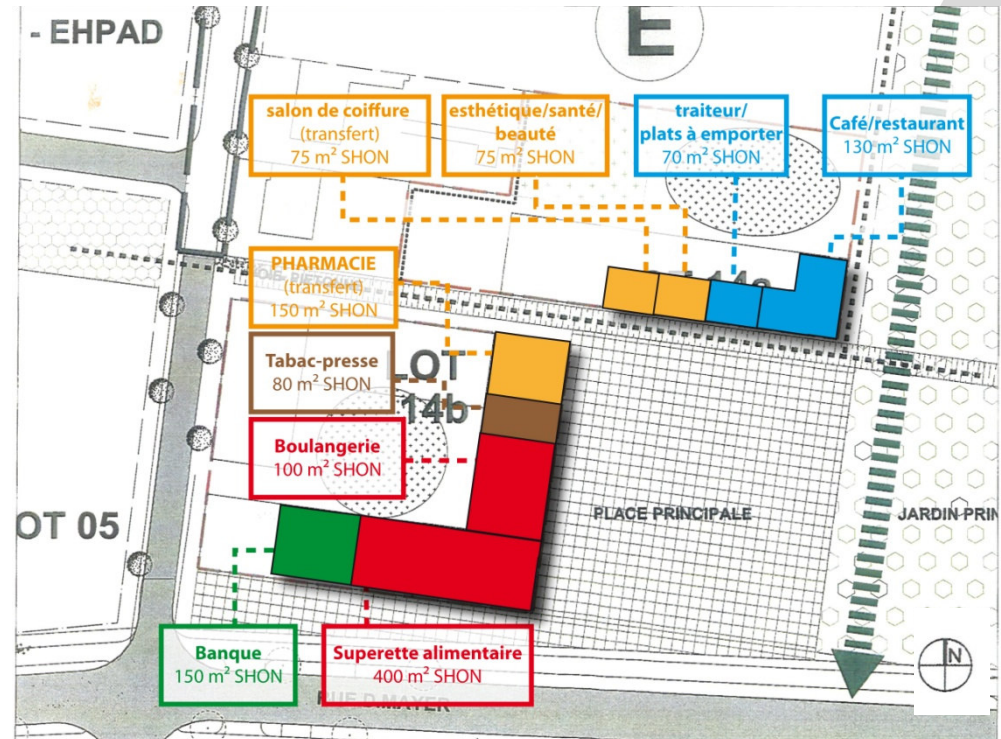
6 INTÉGRATION DE LA PROGRAMMATION COMMERCIALE DANS L'ÎLOT 14

Critères d'implantation commerciale

■ Une localisation qui répond au mieux aux critères d'émergence, de succès et de pérennité commerciale :

- ▶ Une visibilité / lisibilité assurée de la locomotive alimentaire du fait d'une position en angle donnant sur l'artère structurante de la ZAC (rue Daniel Mayer)
- ▶ Un tabac/presse localisé au plus près des flux
- ▶ Un café/restaurant sur le lot 14A pouvant bénéficier d'une terrasse plein sud et assurant une animation commerciale sur la place
- ▶ Une boulangerie située à proximité de la superette alimentaire permettant l'émergence d'un pôle alimentaire de proximité
- ▶ Une diversification de petits commerces et services annexes, gage d'un sentiment d'urbanité et de service aux habitants, conforté par la qualité urbaine et paysagère, notamment le mail.
- ▶ Une offre en stationnement temporaire suffisante pour permettre un fonctionnement commercial pérenne (pour le déploiement de $\pm 1\ 200\text{ m}^2$ SHON de commerce, ± 30 places de stationnements suffisent).

Point de vigilance : penser à la création d'un dépose minute pour les commerces nécessitant des arrêts brefs (boulangerie, tabac/presse).



Source fond de plan: ville de Tours
Réalisation: Objectif Ville Consultants



Un commerce de proximité
fort & dynamique



GOTHAM



En quelques décennies, le commerce de détail à destination des consommateurs individualisés et relativement fidèles, a été supplanté par le commerce de masse fréquenté par une clientèle anonyme et inconstante.

Face à cette nouvelle concurrence, les commerçants traditionnels ont perdu de leur influence dans la vie économique. Ils se sont mobilisés pour retrouver leur place en constituant des associations de commerçants, mais les divergences d'intérêts entre les membres ont entraîné un manque de cohésion et de dynamisme dans les actions à mener.

Les grandes surfaces se sont développées en périphérie des villes et le potentiel de croissance de ce type de commerce semble avoir atteint ses limites. La distribution de masse répond de moins en moins aux attentes des consommateurs.

Les commerçants doivent mutualiser leur moyens car ils disposent de sérieux atouts pour réussir : la connaissance du client, la convivialité, les conseils adaptés...

Les quartiers apparaissent de plus en plus clairement comme les lieux capables de cibler, avec plus de précision, les besoins des consommateurs.

INVESTISSEUR COMMERCIAL À LONG TERME : LE GAGE DE NOTRE RÉUSSITE

Gotham développe un concept qui a pour principal but d'accompagner les acteurs publics dans le développement de la partie commerciale de leurs projets de quartiers. Ensemble, nous mettons en place des actions visant à pérenniser les commerces de proximité et à répondre aux nouvelles aspirations des collectivités locales, des commerçants et des habitants.

Il nous aura fallu l'esprit d'innovation et la volonté d'agir ensemble pour que les habitants de nos quartiers vivent enfin dans un environnement convivial, commercial et dynamique.



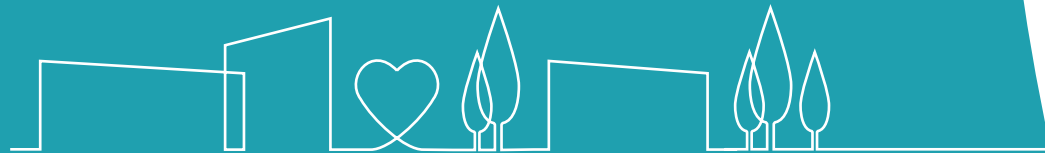
Philippe MARIE
Directeur Asset Management

Notre structure : GOTHAM ensemblier urbain et investisseur

Nous apportons des solutions innovantes aux acteurs locaux et aux aménageurs dans leurs projets immobiliers.

Par notre culture pluridisciplinaire, nous développons des opérations d'urbanisme complexes et des ensembles immobiliers mixtes avec le savoir d'un partenariat Public-Privé (PPP).

Le commerce, pour fédérer et créer du lien ...



UNE VOLONTE POLITIQUE À ACCOMPAGNER

Dynamiser l'économie du cœur d'une ville ou d'un quartier, créer des emplois, maintenir le lien social ou encore rééquilibrer l'offre commerciale entre périphérie et centralité, limiter les déplacements, sont autant d'objectifs visés par les collectivités.

La volonté politique qui accompagne ces objectifs n'est pas à elle seule un gage de réussite des projets. Un travail complémentaire entre partenaires locaux et experts est nécessaire à cette réussite.

Nos propositions

- **Travailler en amont avec les collectivités locales** pour analyser les besoins et développer une cohérence des activités commerciales
- **Structurer l'espace urbain** en fonction des flux, des accès, des besoins de stationnement, des livraisons...
- **Théâtraliser l'espace public** pour qu'il soit le point d'ancrage de la vie du quartier
- **Fédérer les commerces autour d'une charte graphique** unifiant les enseignes, les devantures, ainsi que tous les supports de communication
- **Implanter les commerces stratégiquement** autour de l'espace public en fonction de leur force d'attractivité
- **Animer l'ensemble** sous notre direction par l'intermédiaire d'un fonds marketing dédié au site.

“ Un concept global pour réintroduire et pérenniser le commerce de proximité au cœur des quartiers. ”



Notre concept est destiné à fédérer le commerce de pieds d'immeubles, autour d'une place centrale ou d'un lieu public. Point d'ancrage de la vie sociale et économique, du projet et de l'animation de l'ensemble, cet équipement doit être un lieu de vie, de rencontres, de détente et de culture.

Ce lieu doit être animé dans un respect total du quartier et de son histoire. Nos prescriptions portent sur la mise en scène globale, la lumière, la végétation, le mobilier, le traitement du sol...



Autour d'une place ou d'un lieu public ...



INTERVENIR EN AMONT POUR STRUCTURER L'ESPACE URBAIN

" Nous vous proposons d'intervenir dans vos projets de développement des quartiers, qui intègrent des commerces de pieds d'immeubles et ainsi de devenir l'investisseur commercial de ces sites. "

Une expertise interne

Nous basons notre intervention sur la complémentarité des expertises internes et externes que nous mettons en place, au service des projets.

Chaque année, nous contribuons à la réalisation et à la valorisation, auprès de promoteurs partenaires, de plus d'une dizaine d'opérations mixtes en collectif résidentiel, avec commerces en pieds d'immeubles.

Nos collaborateurs ont forgé leurs expériences au sein de sociétés référentes dans le domaine de l'aménagement urbain, de l'immobilier commercial, de l'investissement et de la gestion immobilière.

Notre mission intègre la commercialisation, la gestion immobilière et l'animation des sites, par l'intermédiaire de notre structure dédiée : la société IMMOBILIERE DYNAMIQUE REGIONS (IDR).

Une expertise externe

Notre culture du partenariat nous permet de faire appel aux meilleurs spécialistes dans les diagnostics suivants : évaluation des besoins commerciaux, étude des complémentarités des activités commerciales, analyse des contraintes de fonctionnement liées au commerce (stationnements, accessibilité, cheminements piétonniers)...

1

CRÉATION D'UNE IDENTITÉ VISUELLE

Créer une identité commune en garantissant l'harmonie et la cohérence de l'ensemble des boutiques.

Cette identité est déclinée sur tous les supports liés aux commerces : totems, devantures, enseignes, moyens de communication etc...

- Un parcours client adapté



CŒUR
marchand

Notre
concept
point
par point ...



● Une charte d'apparition des commerces

Chaque commerce garde une expression particulière de son activité. Celles-ci sont regroupées en quatre thèmes :



Services



Alimentation



Equipements



Loisirs



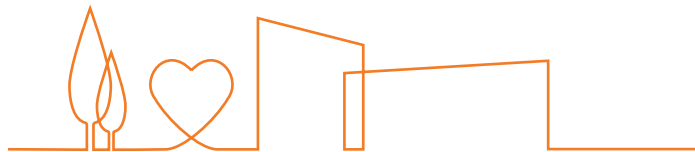
● Encadrer l'apparition des commerces : une charte enseigne pour les devantures

2

UN PLAN DE MERCHANDISING ÉQUILIBRÉ ET ADAPTABLE

Afin de créer une attractivité commerciale suffisante, les sites doivent présenter un potentiel de création de surfaces commerciales d'environ 2000 à 2500 m² au minimum.

Un plan de merchandising type a été mis au point dans le but de mettre en place les meilleures complémentarités entre les activités commerciales. Ce plan réserve une place aux commerçants indépendants, aux enseignes nationales et aux franchisés.



- Des outils de promotion



3

ANIMER ET PROMOUVOIR LE SITE

Une part active de notre action est réservée à l'animation du pôle commercial. Pour cela, nous avons créé un fonds marketing qui fédère les commerçants afin de les aider à entrer dans l'action collective (communication, action de promotion, adhésion à un programme évènementiel...).

Ce fonds est géré par l'intermédiaire de notre structure de gestion. L'adhésion est obligatoire lors de la signature du bail commercial.