



MANUFAKTURA (Lodz, Pologne)

Analyse de potentiel et de programmation

Commanditaire :
APSYS

Date :
2000

Contacts :
Mr BANSAY

Prestation :
Etude/Expertise

Contexte :

Eurelia a conseillé le promoteur français APSYS dans son projet de Centre Commercial Régional et de Loisir en cœur de ville, dans un contexte de reconversion industrielle (ancienne usine textile). Ouvert en 2006 et primé de multiples fois depuis, le centre Manufaktura a su s'intégrer au tissu urbain et rayonner sur une chalandise large (18,7 millions de visiteurs en 2008) avec près de 300 boutiques.

Objectifs :

- **Objectif 1** : évaluer le potentiel d'emprise du centre commercial; calculer les marchés théoriques.
- **Objectif 2** : déterminer le positionnement cible et la valeur ajoutée du projet; identifier les différents scénarii de programmation.
- **Objectif 3** : définir le mix optimal (moyennes surfaces, boutiques); calculer les niveaux de chiffres d'affaires attendus.

Mission & méthodologie :

La méthodologie a privilégié 3 axes tout au long de l'étude: une offre commerciale originale, la qualité d'intégration dans la ville, et un positionnement novateur.

- **analyse des données de cadrage** (démographie, économie); découpage de la chalandise en sous-zones homogènes de consommation.
- **recensement et analyse de la structure de l'offre** (centre-ville; périphérie); prise en compte de l'impact des futurs projets; cartographie de synthèse
- **expertise de l'accessibilité du site** (flux piétons et voiture existants; projets d'infrastructures)
- **formulation des enjeux de positionnement**
- **élaboration de grilles détaillées de programmation** pour chaque scénario (découpage des surfaces, nom et positionnement des enseignes pressenties, préconisation du nombre de boutiques et de moyennes surfaces ...)

