



# LA MAQUINISTA (Barcelone, Espagne)

## Analyse de potentiel et de programmation

**Commanditaire :**  
Metrovacesa

**Date :**  
1999-2001

**Contacts :**  
Mr Jesús Lacasia

**Prestation :**  
Etude/Expertise

### Contexte :

Eurelia-Retail&Trade ont conseillé le promoteur Metrovacesa dans son projet de Centre Commercial et de Loisir, dans une zone de réaménagement urbaine de Barcelone. Ouvert en 2000, La Maquinista est devenu un centre régional de référence pour l'Aire Métropolitaine de Barcelone (15 millions de visiteurs en 2009) avec près de 200 boutiques et une extension en cours avec des nouveautés comme le 1<sup>er</sup> Apple store en Espagne, Desigual, Fnac, ...

### 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, schéma commercial); calculer les niveaux de chiffres d'affaires attendus.

### Mission & méthodologie :

La méthodologie a privilégié 3 axes tout au long de l'étude: le découpage très fin du zones de chalandise, une programmation commerciale originale 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.**
- **Elaboration de grilles détaillées de programmation** pour chaque scenario (découpage des surfaces, nom et positionnement des enseignes pressenties, préconisation du nombre de boutiques et de moyennes surfaces ...).

