



DUBAI (Emirats-Arabes-Unis) Etude Economique et d'Approche

Commanditaire :
RETAIL CORP

Date :
2005

Prestation :
Etude/Expertise
-Organisation d'une
réunion de
présentation auprès
d'enseignes
françaises ciblées, en
présence de
RETAILCORP
et de sa majesté
l'Emir, à Paris

Contexte :

Le promoteur RETAILCORP veut attirer des enseignes françaises dans les galeries existantes et en projet de Dubaï. Il mandate Eurlia de réaliser une étude de marché objective et argumentée sur l'intérêt d'un développement à Dubaï, pour une enseigne.

Objectifs :

- **Objectif 1 :** quantifier les enjeux de marché (dépenses de consommation; revenus; apport du tourisme; chalandise...). Apporter une vision qualitative (particularismes de consommation, « culture » des galeries marchandes...)
- **Objectif 2 :** analyser et hiérarchiser l'offre existante en termes de performances. Recenser tous les projets, et évaluer leur intérêt pour une enseigne.
- **Objectif 3 :** exposer les modalités et stratégies d'implantation pour une enseigne visant les Emirats.

Mission & méthodologie :

- Importante collecte de statistiques et interviews sur Dubaï (fonctionnaires, urbanistes, managers de centres commerciaux, porteurs d'enseignes)
- Calcul des marchés théoriques et des chiffres d'affaires sur la base de projections.
- Inventaire et prise en compte des projets urbains sur le paysage commercial à 5 ans
- Terrain : recensement et l'analyse détaillée de l'offre existante et en projet. Diagnostic: accès du site, positionnement en gamme... Rédaction d'une fiche de synthèse par centre.
- Importante cartographie de synthèse

