



International Retail Leasing Hub

4-5 Novembre 2025

Palais des Festivals, Cannes

6 Novembre: NextGen Retail Day
(by invitation only)

DÉCOUVREZ LE PAVILLON DES VILLES !

Des informations clés montrant l'attractivité des villes
qui exposent et les opportunités à ne pas manquer.



Participez au cocktail sponsorisé par la ville de Reims !

Un moment convivial idéal pour échanger avec les représentants
des différentes villes présentes.

Quand ?

Le 4 novembre à 17h sur le pavillon (Riviera 7)

SOMMAIRE

Les territoires internationaux présents !

NOUVEAU	COMMUNAUTÉ URBAINE DE DUNKERQUE	3
NOUVEAU	COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DE LA ROCHELLE	6
	VILLE D'ESCH-SUR-ALZETTE	9
	LUXEMBOURG	11
NOUVEAU	LA MÉTROPOLE AIX MARSEILLE PROVENCE	13
	VILLE DE MARSEILLE	15
	VILLE DE REIMS	16
	BRUSSELS (EN ANGLAIS)	18
NOUVEAU	TURKU CITY CENTER (EN ANGLAIS)	19

COMMUNAUTÉ URBAINE DE DUNKERQUE

Dunkerque, Terre d'opportunités



Les Grands projets

Industrie

Ici on invente l'industrie de demain :
26 projets industriels, 20 000 nouveaux emplois.
Exemple : Décarbonation, projets énergétiques,
et d'électro-mobilité

Tertiaire

En centre-ville : 9 400 m² de bureaux,
470 emplois (tertiaire et services)



Grand Equipement : Le Boréal !

Le Boréal : Prolonger la dynamique du centre-ville autour du pôle gare

- Salle de spectacles / sports de 7000 places (Le Boréal)
- Casino (Tranchant)
- Etablissement de nuit avec bar et restauration de 2000 m²
- Offre de loisirs : bowling et jeux indoors



Attractivité commerciale

Zone de chalandise : 240 000 hab.

- **484 commerces** en centre-ville
- **110 enseignes** (ZARA, Mac Donald, H&M, Sephora, Monoprix, Flying Tiger etc.)
- **Ouvertures récentes** : Memphis, It Trattoria, Les Comptoirs de Mathilde, Crêpe touch, Adopt, Le Comptoir Irlandais, Pub Goudale, Carrefour city...

A ne pas manquer : Les Halles des sœurs blanches (15 étals, Producteurs locaux, Artisans)

La Banque de France



- 1000 m² de commerces + 500 m² de bureaux + 12 logements
- AMI en cours - La Foncière du Littoral Dunkerquois

Livraison: début 2027

Pointe des alliés

- 460 logements (majorité en accession à la propriété, livraisons de fin 2026 à fin 2029)
- 1200 à 1500 m² de commerces
- Hôtel O Baby de 108 chambres
- Port de plaisance de 450 anneaux



Quartier du Grand Large

- 527 logements (majorité en accession à la propriété, livraisons de fin 2025 à fin 2028)
- 500 m² de commerce (alimentaire)

Les Docks de la Marine



- 144 logements
- 10 000 m² de commerce (CDAC juillet 2023)

- FNAC et FITNESS PARK
- Enseignes recherchées :
 - Equipement de la personne
 - Beauté
 - Culture
 - Sport

Démarrage des travaux janvier 2026 - Livraison: 1er semestre 2028

Attractivité touristique 2024

- Station balnéaire
- Labellisation Grands Sites de France des Dunes de Flandre
- Prochaine étape (2026-2030) : projet Pointe des Alliés

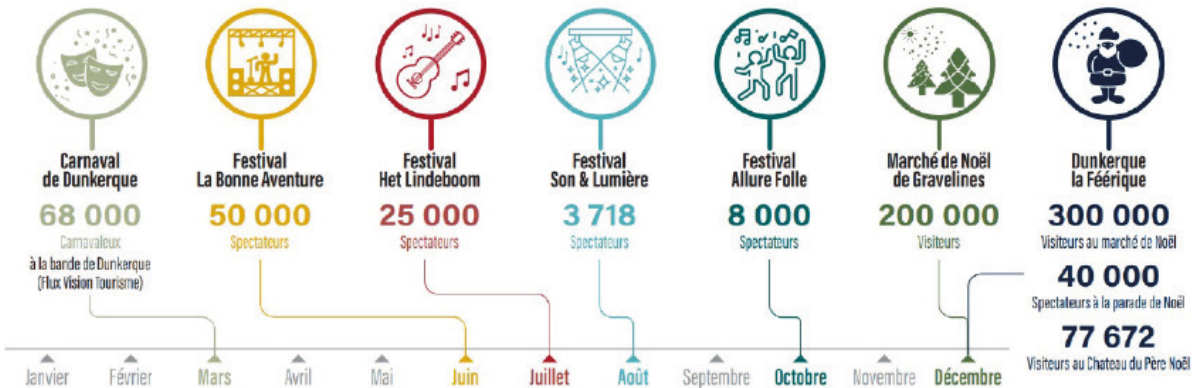
Fréquentation touristique



Source: flux vision tourisme Orange Business, observatoire du tourisme

Fréquentation touristique

Les grands événements



Et de nombreuses autres manifestations sur le territoire : du Son sur les Flots, corf-volant à Grand Fort Philippe et Bray-Dunes , 4 jours de Summer of kite, Tour Voile, GIGA Pace, animations des stations balnéaires.

Source : organisateurs des manifestations

AGGLOMÉRATION DE LA ROCHELLE

Dynamique commerciale



Quelques chiffres clés de la communauté d'Agglomération de La Rochelle :

28 communes - 173 000 habitants - 12 000 Entreprises (Nautisme, Santé, Sous-traitance industrielle, Agro-alimentaire, Numérique, Eco-activités, Tourisme)
Frange littorale importante – écosystème sensible (marais,...)

3 parcs commerciaux en périphérie de La Rochelle !

Surface de vente intérieure par zone commerciale allant de 16 000 m² pour la zone du Fief rose à Lagord à 109 000 m² pour la zone de Beaulieu à Puilboreau.

Dont 1 zone en dynamique de requalification

LA!

La zone de chalandise

20 min

La **zone de chalandise primaire** correspond au périmètre de l'Agglomération de La Rochelle, soit environ 20 minutes en voiture de la ville pôle. Elle compte près de 169 000 habitants en 2016.

20-30 min

La **zone secondaire** comprend un périmètre plus large avec un trajet en voiture de 20 à 30 minutes vers la polarité. De fait de sa barrière physique océanique qui la sépare du continent, l'île de Ré reste en zone secondaire même en raison de sa proximité immédiate avec La Rochelle.

247 203

Le **nombre d'habitants de la ZDC** (Zone de chalandise) dont 68 % font partie de l'agglomération de La Rochelle.

ZONE DE CHALANDISE DE LA ROCHELLE



	Agglomération de La Rochelle	Zone de Chalandise	Département
Population 2016 (Insee 2018)	168 692	247 203	642 191

LA!

L'influence touristique

326 m€

L'analyse théorique de l'influence touristique s'appuie sur deux principales informations :

- Le nombre de lits touristiques en hébergements marchands, estimé à 47 392 lits soit 25,9% de la capacité d'accueil du département.
- Le nombre de résidences secondaires : 24 593 soit 16,3% des logements du territoire.

Ces données sont converties en dépenses commercialisables et comparées à la population permanente.

En moyenne, l'**activité touristique en hébergement et en résidence secondaire est estimée à un chiffre d'affaires de 326 M€** pour les commerces et les services de la zone de chalandise.

22,9 %

Cet apport est significatif, il représente plus de 9% de l'activité totale. À noter que ce poids ne tient pas compte de la clientèle de passage qui ne séjourne pas sur le territoire.

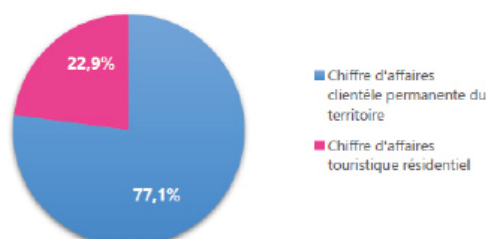
73 400

Le marché touristique correspond à une activité générée par environ **73 400 habitants supplémentaires** à l'année.

MARCHÉ POTENTIEL SUR LA ZONE DE CHALANDISE

Indicateur	Évaluation
Alimentaire	222 602 323 €
Équipement de la personne	23 285 448 €
Équipement de la maison	55 064 917 €
Culture-loisirs	55 542 832 €
Autres	356 495 521 €
Total	326 920 516 €

POIDS DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE SUR LE TERRITOIRE DU SCoT



Types d'enseignes recherchées

ENSEIGNES MASS MARKET

- Hema
- Pylone
- Primark
- Stradivarius

ENSEIGNES TOUT PUBLIC

- Adidas
- Big Fernand
- Du Bruit dans la Cuisine
- Desigual
- Cyrillus
- Father and Son
- Levi's Store
- Finsbury
- Swatch
- Zara Home
- Tommy
- Guess
- Sinequanone
- Springfield

ENSEIGNES PREMIUM

- Apple Store
- Band et Olufsen

La Rochelle est un territoire engagé pour la transition écologique

1970	Premier secteur piétonnier de France
1974	Première expérimentation de collecte sélective
1974	Vélo en libre-service et développement des pistes cyclables
1977	Premiers capteurs solaires
1997	Journée sans voiture
1998	Livraison des marchandises en véhicule électrique
2012	Début Cit'ergie (Territoire Engagé pour la Transition Ecologique) 5 étoiles en 2023
2019	Charte des événements éco-responsables
2022	Labélisation éco-manifestations : Francofolies, marchés Noël...
2025	TETE ECI - Audit labélisation Economie circulaire

VILLE D'ESCH-SUR-ALZETTE

La Capitale du Sud du Luxembourg



Types d'enseignes recherchées

La Ville d'Esch privilégie une offre commerciale diversifiée et qualitative, en recherchant un équilibre harmonieux entre enseignes internationales, nationales et commerces indépendants. Toute enseigne complémentaire à l'offre existante est la bienvenue, de même que toute idée innovante contribuant à enrichir l'attractivité du territoire.

Les typologies d'enseignes particulièrement recherchées en ce moment concernent :

- Le sport
- L'électroménager
- Les jeux et loisirs pour enfants
- Epicerie fines (bio, circuits courts)
- La restauration et les cafés
- L'aménagement et la décoration
- Prêt à porter

Surfaces commerciales disponibles actuellement au centre-ville d'Esch-sur-Alzette

6 locaux disponibles avec des surfaces entre 75 m² et 250 m² (Centre-Ville).

Aux périphéries davantage de locaux disponibles, avec des surfaces allant jusqu'à 6 000 m².

Opportunités

- Taux de vacance : 11,5 %
- Accessibilité et infrastructures :

Les transports en commun sont 100 % gratuits dans tout le Luxembourg !

Gare ferroviaire et routière idéalement située en plein centre-ville, facilitant l'accès au centre-ville de Esch.

Trois parkings souterrains disponibles au centre-ville.

De nombreuses places de stationnement en surface, dont des emplacements gratuits pendant 30 minutes.

Projet en cours : mise en place d'un ticket de parking gratuit pour les clients effectuant leurs achats en centre-ville.

Projets de redynamisation urbaine

Le Concept Local d'Activation pour la Revitalisation commerciale d'Esch (CLAIRE) est une initiative de la Ville d'Esch-sur-Alzette visant à soutenir la revitalisation du centre-ville.

Son objectif est de faciliter la mise en relation entre les propriétaires de locaux et les porteurs de projets commerciaux, tout en offrant un accompagnement administratif et des aides financières ciblées.

Aides financières

- Subvention pour la mise en conformité des locaux commerciaux (jusqu'à 25 % de l'investissement, plafonnée à 25 000 €).
- Subvention à la création de nouveaux commerces (500 € par ouverture pour enrichir la base de données).
- Prime à l'installation (jusqu'à 35 % de l'investissement, plafonnée à 25 000 €).
- Gestion Locative Commerciale (GLC) : favorise l'installation de commerces ciblés, avec soutien au loyer.
- Taxe sur les locaux vacants afin d'encourager leur réutilisation.
- Occupations temporaires de locaux commerciaux vacants (p.ex. Expositions).

Initiatives de communication et de valorisation du commerce local

- Campagnes de communication régulières mettant en avant la diversité et la vitalité de l'offre commerciale.
- Den Escher Blog : véritable vitrine de l'économie locale, proposant des articles hebdomadaires offerts aux commerçants par la Ville pour accroître leur visibilité.
- Animations estivales variées et régulières organisées en centre-ville.
- Vitrophanies offertes par la Ville dans votre local afin d'annoncer votre arrivée dans notre ville !

Attractivité commerciale

Existence de pôles commerciaux forts et complémentaires (grandes enseignes, commerce de proximité, marchés).

Événements commerciaux réguliers (fêtes, marchés saisonniers, soldes, animations).

Marché bi-hebdomadaire en centre-ville

Marché de Noël en centre-ville

Animations estivales chaque week-end pendant l'été : musique, spectacles de rue, activités pour enfants et ambiance festive.

Fêtes et rendez-vous incontournables

- 2 grandes braderies annuelles en plein centre-ville
- Brocante mensuelle en centre-ville
- Cortèges du Carnaval et de la Saint-Nicolas
- Soldes d'été et d'hiver

LUXEMBOURG

Une Ville attractive !



Types d'enseignes recherchées

Fashion, beauty, culture, grocery, home & furnitures, gardening & pet stores.
Offre diversifiée de locaux.

Opportunités

- Taux de vacance commerciale (+/- 10%)
- Accessibilité et infrastructures :
- Transports publics gratuits pour tous, à l'échelle nationale
- Tram qui permet un accès rapide et facile aux accès principaux

Projets de redynamisation urbaine

- Initiatives publiques pour soutenir le commerce local (fonds d'aide, accompagnement, animations).
- La Ville de Luxembourg met en œuvre divers projets urbanistiques, visant à dynamiser l'ensemble des 24 quartiers de la ville.
- La Ville propose un service dédié au suivi des flux piétons ainsi qu'un cadastre commercial couvrant ses 24 quartiers, afin d'optimiser leur développement économique et urbain.
- Mise à disposition des pop-up stores ainsi qu'un Design Hub pour encourager l'innovation et l'expérimentation commerciale.
- Un accompagnement et suivi est proposé aux commerçants pour soutenir leur intégration au sein du territoire de la Ville de Luxembourg.

Attractivité commerciale

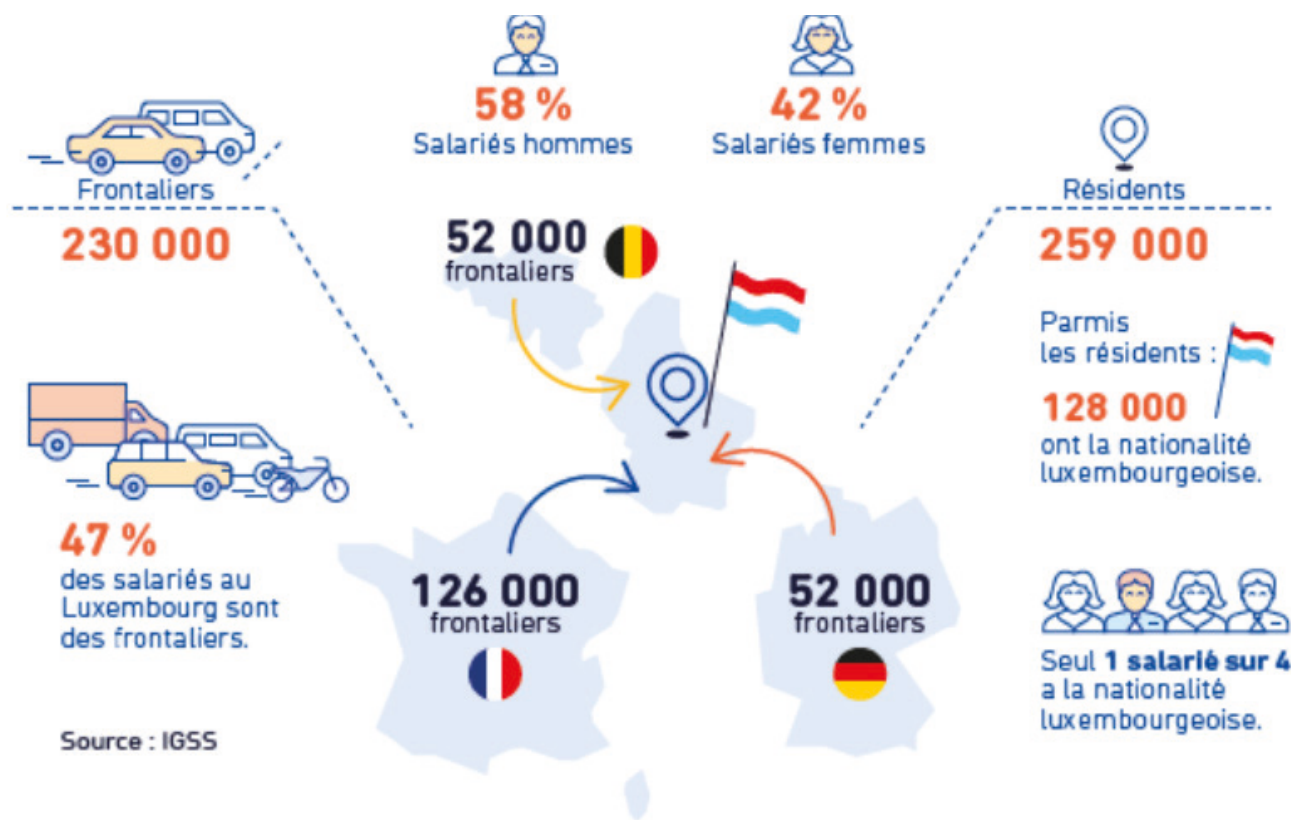
- Existence de pôles commerciaux forts et complémentaires (grandes enseignes, commerce de proximité, marchés).
- La Ville de Luxembourg bénéficie d'une belle diversité commerciale, combinant grandes enseignes, marques de luxe et petits commerces locaux, créant ainsi une synergie dynamique entre ces différents acteurs.
- Événements commerciaux réguliers (fêtes, marchés saisonniers, soldes, animations).
- Plus de 100 jours de marchés, 7 vide-greniers et 50 événements organisés ou coorganisés par la Ville chaque année, parmi lesquels la Fête Nationale, la Schueberfouer, la braderie, le stroossemaart etc.

Fiscalité et accompagnement

- Avantages fiscaux et dispositifs d'aide pour l'implantation d'enseignes.
- Un accompagnement de la part de la Chambre de Commerce et de la House of Entrepreneurship est proposée pour déterminer les différents avantages fiscaux et différentes aides à l'implantation

Quelques chiffres clés

- Une population de plus de 136 000 habitants, représentant 169 nationalités.
- Plus de 2 690 commerces actifs sur le territoire communal.
- 1,1 millions de nuitées touristiques en 2024 à Luxembourg-ville.



LA MÉTROPOLE AIX MARSEILLE PROVENCE

**Un acteur central au service du développement
commercial et artisanal du territoire**



Un territoire à fort potentiel

La Métropole Aix-Marseille-Provence (AMP) rassemble près de 1,92 million d'habitants sur plus de 3100 km², soit le plus grand ensemble métropolitain du Sud de la France. Elle concentre plus de 40 % du PIB régional et environ 75 % des projets d'implantation internationale de la région, affirmant son rôle moteur au sein du bassin méditerranéen.

Ses atouts

- Une diversité urbaine et commerciale unique,
- Une forte attractivité résidentielle et touristique,
- Et une accessibilité exceptionnelle grâce à ses réseaux ferroviaires, autoroutiers, portuaires et aéroportuaires.

Des centralités en renouveau

La Métropole accompagne la revitalisation des centres-villes et soutient la redynamisation du commerce de proximité à travers le dispositif “Envies de Ville”, qui encourage la rénovation et la remise en activité des locaux commerciaux vacants.

Cette action vise à renforcer la vitalité économique et l’attractivité urbaine des centralités métropolitaines, en lien étroit avec les communes et les acteurs du commerce.

- Soutien à la rénovation des locaux vacants.
- Appui aux projets structurants des villes et intercommunalités.
- Complémentarité avec les programmes nationaux Action Cœur de Ville et Petites Villes de Demain.

Des dynamiques locales à valoriser

La Métropole favorise la coordination des politiques locales de développement économique et commercial. Elle agit en partenariat avec les communes, chambres consulaires et réseaux professionnels pour :

- Accompagner la modernisation du commerce de proximité.
- Soutenir les projets urbains intégrant une offre commerciale diversifiée.
- Promouvoir des centralités attractives et durables à l’échelle métropolitaine.

Chiffres clés

Population	1 922 626 habitants (2022)
Densité moyenne	610 hab./km ²
Superficie	3149 km ²
PIB métropolitain	> 40 % du PIB régional
Projets internationaux captés	≈ 75 % des implantations régionales
Emplois salariés privés	≈ 582 571 (2022)
Communes membres	92

VILLE DE MARSEILLE

Le commerce à Marseille, entre authenticité et renouveau



Marseille en quelques chiffres

- + de 870 000 habitants - 2^{ème} ville de France
- 2600 ans d'histoire
- Ville la plus ensoleillée de France
- 57 km de façade maritime
- 5 millions de touristes en 2024
- + 17 millions de voyageurs à la gare Saint Charles en 2023 - 24 millions à horizon 2035
- 11 millions de passagers à l'aéroport Marseille Provence

Attractivité commerciale

Le commerce est un acteur essentiel de la vie de la cité phocéenne, qui compte plus de 14 000 commerces en activité, dont plus de 4 500 en centre-ville. Marseille, Capitale Régionale, dispose d'une zone de chalandise de 1,5 million d'habitants.

Un trafic annuel de près de 9 millions de personnes sur les axes commerciaux majeurs du centre-ville.

L'hyper-centre historique est essentiellement organisé autour de 5 grands secteurs commerçants :

- la rue Saint-Ferréol : mass-market / grandes enseignes nationales et internationales
- la rue de Rome, plus populaire
- la rue Paradis, offre premium
- la rue Grignan et ses voisines, haut de gamme et du luxe
- le secteur de l'Opéra, offre de restauration et de nouveaux concepts

Typologies d'enseignes recherchées

Fashion, beauty, leisure, home & furnitures, gardening, restaurants

VILLE DE REIMS

Reims, capitale de la Champagne,
une destination commerciale à fort potentiel



Une ville commerçante, gastronomique et connectée

- +1 100 commerces actifs en coeur de ville, sur un périmètre piéton dense et attractif
- 45 minutes de Paris en TGV – 11 liaisons directes par jour avec la capitale
- +10 millions de visiteurs/an, un centre-ville vivant toute l'année
- Un bassin de chalandise étendu à plus de 600 000 habitants
- Une population jeune, qualifiée, CSP+ et en croissance, portée par
- +30 000 étudiants, NEOMA, Sciences Po, Université, ESAD

Un flux régulier de cadres, touristes internationaux (Européens et Américains), visiteurs d'affaires, Parisiens en séjour court Reims, ville de bouche et du bien vivre, classée au patrimoine mondial de l'UNESCO, capitale mondiale du champagne, au croisement du tourisme, de la gastronomie et de l'art de vivre.

Opportunités commerciales majeures en centre-ville

Galerie du Lion d'Or – Place Drouet d'Erlon : 2 600 m² disponibles dans une galerie totalement curée, avec une large façade ouvrant sur la principale place commerçante de Reims (près de 9 millions de piétons/an). Idéal pour concepts lifestyle ou mix retail-restauration.

Rue de Vesle – Axe commerçant premium : 1 575 m² sur l'artère commerçante n°1 de Reims, à proximité immédiate de Sephora, H&M et Zara (≈5 millions de piétons/an). Très forte visibilité.

Centre commercial Espace Drouet d'Erlon – en transformation : plus de 10 cellules disponibles, surfaces de 50 à 350 m², avec possibilités de fusion ou recoupage. Refonte à venir avec accompagnement de la Ville pour soutenir l'attractivité et l'ancrage territorial. Fnac, Monoprix et Eat Salad déjà présents, avec performances confirmées.

Autres locaux spécifiques sur demande : en collaboration avec notre réseau local de brokers, nous identifions des emplacements sur-mesure adaptés aux exigences de chaque enseigne : format, flux, visibilité, Environnement commercial.

Un accompagnement sur-mesure pour votre enseigne

- Identification du local idéal
- Mise en relation avec les propriétaires, commercialisateurs, experts locaux
- Accélération des démarches administratives
- Conseils clés (urbanisme, accessibilité, travaux, ERP, sécurité, conformité)
- Soutien à l'inauguration, à la communication et à l'intégration dans le tissu local
- Connexion aux réseaux de commerçants et partenaires (CCI, CMA, UMIH, Vitrites de Reims...)

BRUSSELS

Dare to open your shop in Brussels!



A shop in Brussels is a window on Europe

- Second cosmopolitan city of the world
- Hosts EU headquarters & offices of international businesses
- 1,2 million inhabitants + 500.000 commuters a day + 9 million overnight stays
- More than 100 neighbourhoods : there is one made for your brand !

A tailor-made support for your expansion

Our Barometer is a collection of quantitative and qualitative analyses of 30 of Brussels' most promising commercial districts for international brands.

New developments in the city center:

- Pedestrian area
- Mixed customer base
- AAA established locations (From 100sqm to 600+ sqm)
- New developments in residential areas

TURKU CITY CENTER

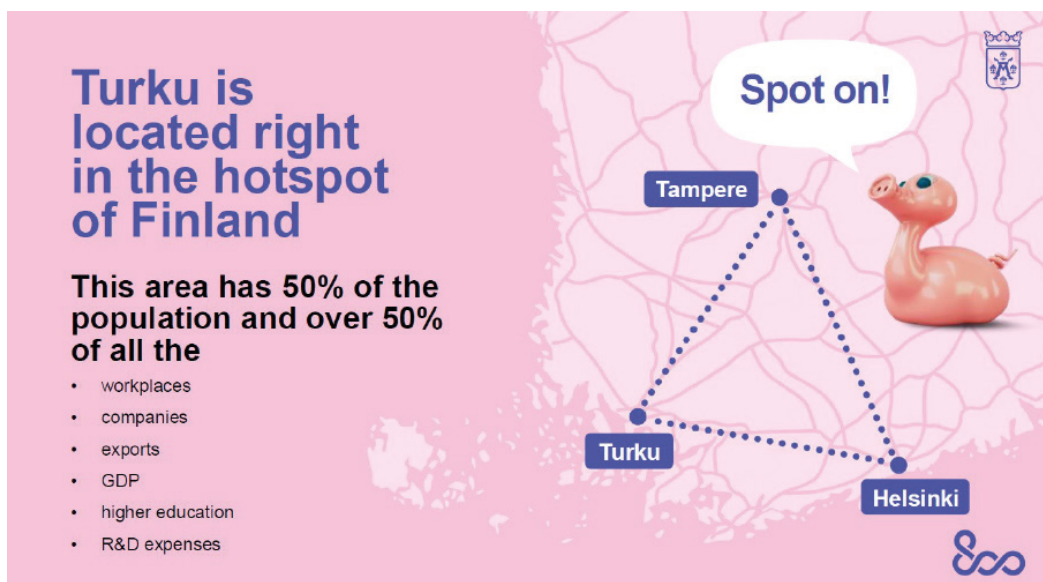
The Beating Heart of Finland's Oldest City

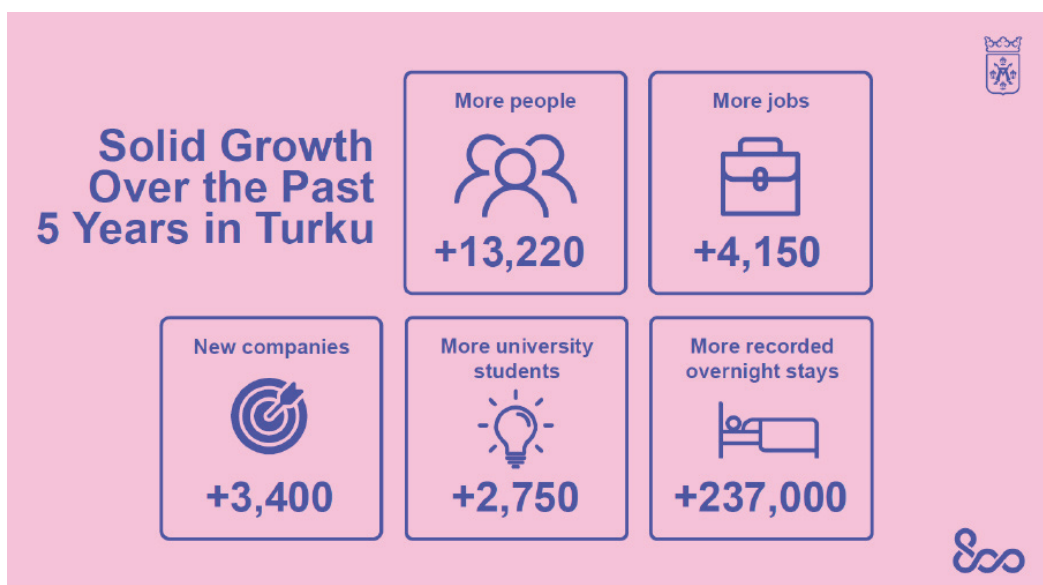
The name Turku is believed to originate from an Old East Slavic word 'tŭrgŭ', which means 'marketplace'.



In the Centre of Growth

Turku is undergoing a significant phase of growth, with the city centre serving as the beating heart of a lively urban environment. Combining history with a modern atmosphere, the centre and its riverside areas are favoured by locals as an inviting living room, a key hub for shopping, services, and employment, and an attractive destination for tourists.





Our vision for the city centre specifies multiple key figures for 2050

- 20,000 new residents
- 15,000 new jobs
- 150,000 m² of new commercial space
- 30,000 m² of new cultural and service activities
- New public transport system
- 5,500 new covered parking spaces

Top Spots & Hot Spots

1. The Market Square
2. Hansa Shopping Centre - Lettable area: 53,038 m²
3. The Market Hall - Lettable area: 2,400 m²
4. Wiklund Department Store - Lettable area: 18,500 m²
5. Forum Shopping Centre - Lettable area: 6,000 m²
6. Turku City Library
7. Old Town

The Go-To Place for Shopping, Leisure, and Hanging Out

Turku city centre is the most desired place for shopping – and a living room for all residents, and a desired location for tourists.

- The riverside is the hotspot for the most popular restaurants and cafés, culture facilities and events, and leisure activities.
- The city centre is also an important public transport hub and a workplace for an increasing number of people.
- Easy access on foot, by bike or bus, along with numerous parks and green spaces, and major renovations have all boosted the appeal of the area.

From a Marketplace to a Vibrant Hub of Services and Shopping

- Over 1450 commercial spaces
- 23 museums, 280 restaurants and cafés
- Increase in services >67% (since 2022)
- Up to 23,000 people per hour on weekdays, and ~20,000 people per hour on Saturdays move through the city centre.
- Increase in spending +12,2% (on average, vs. 2020)

TOP industries – retail

- Fashion and accessories
- Household supplies and decoration
- Groceries, kiosks
- Leisure

TOP industries – services

- Restaurants and cafes
- Beauty and wellness

Turku Center Association Connects Entrepreneurs and the City

The association focuses on:

- Boosting visibility and attractiveness
- Using data to drive development
- Representing and supporting members
- Leveraging events for growth
- The association has a total of 130 paying members, and 300 businesses or operators were involved in the association's activities 2024.

Smart, Walkable City Life

The Finnish Capital of Food

The city centre has a great mix of restaurants and quality cafés. This lively riverside, with its cosy spots to eat, is often called Turku's best feature.

The (B)oldest City

Turku's vibrant history is present throughout the centre and blends seamlessly with modern Finnish life. Many historical spaces have been repurposed for new public use. One such example is the House of Art in the heart of the Old Town, which offers versatile spaces for cultural activities. The Turku City Library is a stunning blend of new and modern architecture and serves as a popular public open space for everyone.



International Retail Leasing Hub

4-5 Novembre 2025

Palais des Festivals, Cannes

6 Novembre: NextGen Retail Day
(by invitation only)

MERCI !

Retrouvez toutes ces villes
sur le Pavillon des villes
au Riviera 7, les 4 et 5 Novembre.

Rendez-vous le 4 Novembre à 17h
suite à la conférence PROCOS
sur le Pavillon des villes pour le
Cocktail sponsorisé par la ville de Reims.

Un moment d'échange et de convivialité
entre enseignes et villes !