



06.95.32.02.19

Alexandre Kuzka

Directeur & Expert VEFA

Édition 2026

Guide Pratique

À destination des
PROMOTEURS IMMOBILIERS

pour

*concevoir & commercialiser
un commerce neuf*

*“Ne laissez plus les commerces
devenir la variable d’ajustement de
votre marge de promotion.”*





Sommaire

1. Introduction - *page 2*
2. Bien positionner le commerce dans le programme - *page 3*
3. Caractéristique technique et juridique à anticiper - *page 5*
4. Adapter le commerce aux attentes des collectivités - *page 8*
5. Travailler la valeur du commerce dès la conception - *page 9*
6. Collaborer avec un expert en amont - *page 10*
7. Une commercialisation efficace - *page 13*
8. Conclusion - *page 14*





Introduction

Qui suis-je ?

Je suis Alexandre KUZKA, spécialiste de la **commercialisation de commerces neufs**, avec une expertise spécifique sur **les programmes en VEFA** (Vente en l'État Futur d'Achèvement). J'interviens en Île-de-France comme sur l'ensemble du territoire, auprès des promoteurs, investisseurs, collectivités et utilisateurs. J'évolue au sein du **Groupe Point de Vente**, créé il y a plus de 10 ans par David Bami et Jonathan Sitruk, et structuré autour de deux marques complémentaires :

| **Point de Vente** : référence en immobilier commercial (location pure, cession de bail, vente de fonds de commerce, procédures collectives, capital market)

| **Immeuble.fr** : plateforme dédiée à l'investissement immobilier (murs de boutiques, immeubles de rapport, opérations off market).

Il y a 4 ans, fort de cette expérience terrain, avec mon équipe nous avons lancé un **service dédié à la VEFA (commerce) et à la vente en bloc**, après avoir dressé un constat alarmant :

👉 **pour de nombreux promoteurs : les pieds d'immeuble sont mal anticipés, parfois relégués à la fin du projet, alors qu'ils représentent souvent la majeure partie de la marge de promotion.**





Introduction

Résultat 👉 des commerces invendus ou invendables, des prix hors marché, et des conceptions architecturales ou techniques inadaptées, nuisant à la liquidité des actifs et à la sécurisation du bilan.

En reprenant de nombreux dossiers VEFA, j'ai pu observer de nombreuses erreurs à différents stades – de la conception – et grâce à un travail rigoureux mené auprès des parties prenantes des projets (promoteurs, collectivités, architectes, urbanisme etc.), **j'ai su réactiver des commercialisations figées depuis des années, avec succès.**

Ce guide gratuit a pour objectif de **vous aider à vous poser les bonnes questions** dès le départ d'un projet, pour éviter les pièges classiques et valoriser durablement vos locaux commerciaux.



Bien positionner un commerce dans un programme neuf

👉 Le positionnement

Le positionnement du local commercial au sein du programme est un facteur clé de succès. Ce point est trop souvent négligé. L'emplacement du commerce doit, au contraire, être pensé comme un levier de valorisation et de rentabilité.

👉 La visibilité

Un bon commerce commence par une visibilité optimale sur rue, idéalement en angle ou sur un axe passant. Que ce soit en centre-ville ou en périphérie, il est essentiel de capter un flux piéton et/ou automobile significatif pour garantir l'attractivité du local. Un linéaire de façade important, avec des vitrines les plus larges et dégagées possible, permet de maximiser la visibilité de l'enseigne et d'attirer l'œil des passants.

👉 L'accès

L'accès indépendant du local est également un critère déterminant, à la fois pour respecter les contraintes réglementaires (ERP, accessibilité PMR) et pour offrir une autonomie totale d'exploitation au commerçant. De même, il est préconisé de prévoir un local poubelle dédié, facilement accessible depuis le commerce mais isolé des accès résidentiels, afin d'assurer une exploitation propre, fluide et conforme aux normes d'hygiène (surtout pour les locaux inférieurs à 100m²)

“Un commerce bien positionné, c'est un commerce plus facilement loué, vendu et exploité – un atout pour la réussite de l'opération globale.”



Caractéristiques techniques à anticiper avant la commercialisation

Au-delà de l'emplacement, la réussite commerciale d'un local neuf repose sur des choix techniques pensés dès la conception. Trop souvent relégués au second plan, ces éléments sont pourtant déterminants pour la commercialisation et l'exploitation future.

👉 Conduit d'extraction de fumée

D'un point de vue technique, plusieurs fondamentaux sont à anticiper. L'intégration d'un conduit d'extraction de fumée est indispensable pour accueillir une activité de restauration — un segment clé du marché. Le conduit d'extraction doit représenter un diamètre de 400 mm, ou équivalent, en réalité c'est abus de langage car on apprécie un volume d'air débité et non un diamètre.

👉 La hauteur sous plafond

De même, la hauteur sous plafond doit dépasser 2,80 m : c'est un critère essentiel pour garantir volume, visibilité et souplesse d'aménagement. Les doubles hauteurs, en revanche, sont à éviter : elles entraînent des coûts énergétiques élevés et une perte de surface exploitable réelle.

👉 Le compteur électrique

Sur le plan énergétique et fonctionnel, il faut prévoir une puissance électrique minimale de 36 kVA (tarif jaune), pour s'adapter à un maximum d'activités. N'oubliez pas non plus d'anticiper le raccordement Enedis, avec un compteur en attente à la livraison.

06.95.32.02.19

Alexandre Kuzka

Directeur & Expert VEFA



Guide
Pratique

Caractéristiques techniques à anticiper avant la commercialisation

Au-delà de l'emplacement, la réussite commerciale d'un local neuf repose sur des choix techniques pensés dès la conception. Trop souvent relégués au second plan, ces éléments sont pourtant déterminants pour la commercialisation et l'exploitation future.

👉 Anticiper les réseaux d'eau : une nécessité pour les usages commerciaux

Pour éviter des complications majeures et coûteuses, il est impératif d'anticiper avec précision les besoins en arrivées et évacuations d'eau dès la phase de conception d'un espace commercial. En effet, de nombreux usages peuvent nécessiter plusieurs points d'eau et d'évacuation (cuisine professionnelle, salon de coiffure, salle de soins, etc.). Ne pas les prévoir dès le départ revient à s'exposer à des travaux de modifications complexes et onéreux. De surcroît, toute intervention sur le plancher, qui constitue par définition une partie commune, exigera l'obtention préalable d'une autorisation de l'Assemblée Générale des copropriétaires, rallongeant considérablement les délais et augmentant les coûts du projet.

👉 les vitrines la règle du ratio de 10 %

Enfin, les vitrines, bien que coûteuses à la pose, valorisent fortement le local, améliorent sa visibilité et facilitent les négociations. le linéaire de façade sans être une donnée exacte le ratio de + ou -10% de la surface du local en linéaire de façade paraît pertinent.

06.95.32.02.19

Alexandre Kuzka

Directeur & Expert VEFA



Guide
Pratique

Le volet juridique à ne pas négliger

Le volet juridique : une base souvent négligée mais essentielle, mais un bon local, c'est aussi un local juridiquement opérationnel.

Points clés fondamentaux :

👉 L'Etat descriptif de division- EDD

Privilégiez une division en volume plutôt qu'en lot de copropriété : elle offre une plus grande liberté d'exploitation pour le commerce, limite les risques de blocage liés à une assemblée générale de copropriétaires, et évite les contraintes excessives du règlement de copropriété.

👉 Le règlement de copropriété

Dans le cadre d'une division en lot de copropriété, ouvrez au maximum les usages possibles dans le règlement. Il est crucial de ne pas interdire l'activité de restauration (même si vous n'avez pas encore de candidat restaurateur).

👉 Prévoir une servitude au bénéfice du commerce

Et surtout, prévoyez expressément une servitude autorisant l'installation, l'accès, l'entretien et le remplacement d'une gaine d'extraction et de ses équipements techniques jusqu'en toiture. Une activité de restauration peut être remise en cause; même si la gaine est présente et l'activité autorisée; si l'accès à la toiture n'est pas juridiquement encadré, ce qui peut bloquer son utilisation réelle.

"Un local mal conçu ou mal encadré juridiquement devient vite un produit invendable ou inutilisable. Penser technique, c'est bien. Penser technique + juridique, c'est garantir un local exploitable, liquide et valorisable à long terme."



Adapter l'offre commerciale aux attentes des collectivités

Concevoir un commerce en pied d'immeuble ne se limite pas à une logique de rentabilité : il faut aussi répondre aux attentes des collectivités, qui recherchent aujourd'hui des projets utiles, cohérents et intégrés à la vie de quartier.

Elles privilégient souvent des activités de proximité, non concurrentielles et porteuses de sens (alimentation, santé, artisanat, etc.).

Cependant, ces attentes peuvent parfois être déconnectées des réalités économiques. Certaines exigences, bien que légitimes, ne tiennent pas compte de la rentabilité des projets ou de la profondeur du marché local.

Pour éviter les blocages, il est essentiel de proposer toutes les candidatures à la ville, même celles qui sortent du cadre initial. Cela permet un dialogue constructif, une meilleure compréhension des contraintes terrain, et parfois de débloquer des situations figées depuis des années.

👉 **L'anticipation, la pédagogie et une présentation claire** de chaque projet sont les clés pour concilier vision urbaine et viabilité économique



L'Astuce

Il faut proposer toutes les candidatures qui se proposent à vous, mieux avoir tenter que de n'avoir pas essayé j'ai débloquer bon nombres de situation ainsi.



06.95.32.02.19

Alexandre Kuzka

Directeur & Expert VEFA

Guide
Pratique

Travailler la valeur du commerce dès la conception

La valeur d'un commerce neuf ne se joue pas à la livraison, mais dès les premières esquisses du projet. Trop souvent sous-estimé, le local commercial est en réalité un levier stratégique de valorisation, à condition qu'il soit pensé comme un actif à part entière, et non comme un simple "rez-de-chaussée". Cela commence par une implantation optimale :

- 👉 visibilité, linéaire de vitrine généreux
- 👉 accès indépendant
- 👉 hauteur sous plafond adaptée (supérieure à 2,80 m)
- 👉 possibilités d'extraction
- 👉 flexibilité des aménagements (voir d'une division)

Autant de critères qui influencent directement l'attractivité du local pour un commerçant ou un investisseur. Plus ces éléments sont anticipés, plus le commerce sera facile à commercialiser, pérenne dans le temps, et valorisé à la revente.

Penser la valeur dès la conception, c'est aussi intégrer des choix architecturaux et techniques qui permettront une large gamme d'usages, en évitant les contraintes trop spécifiques qui limiteraient le nombre de candidats potentiels.

Conseil

C'est un investissement à court terme, mais un gain durable pour la réussite de l'opération et la rentabilité du programme.



06.95.32.02.19

Alexandre Kuzka

Directeur & Expert VEFA

Guide
Pratique



Collaborer avec un expert VEFA en amont de la commercialisation

Ce guide a pour objectif de vous apporter des repères concrets et des bonnes pratiques essentielles pour anticiper la conception et la valorisation d'un commerce neuf.

Il résume des années d'expérience terrain, des retours d'opérations réelles, et des erreurs fréquemment rencontrées. Mais comme tout support généraliste, il ne remplace pas un accompagnement sur mesure.

Chaque opération est unique : contexte local, dynamique de quartier, contraintes techniques, attentes de la collectivité, stratégie de commercialisation ou timing de mise en marché...

C'est pourquoi il est essentiel de s'entourer d'un expert de terrain, capable d'intervenir dès la phase de conception, de dialoguer avec les acteurs publics et privés, et d'orienter le projet vers une configuration réellement commercialisable et durable.

Collaborer avec un spécialiste comme moi – Alexandre KUZKA – au sein de l'agence Point de Vente (800 transactions par an), c'est sécuriser votre opération, éviter les erreurs coûteuses, et maximiser la liquidité de vos pieds d'immeuble. Ce guide est une base.

Notre valeur ajoutée

L'expertise terrain fait la différence dans le suivi du projet VEFA et le succès de la commercialisation !



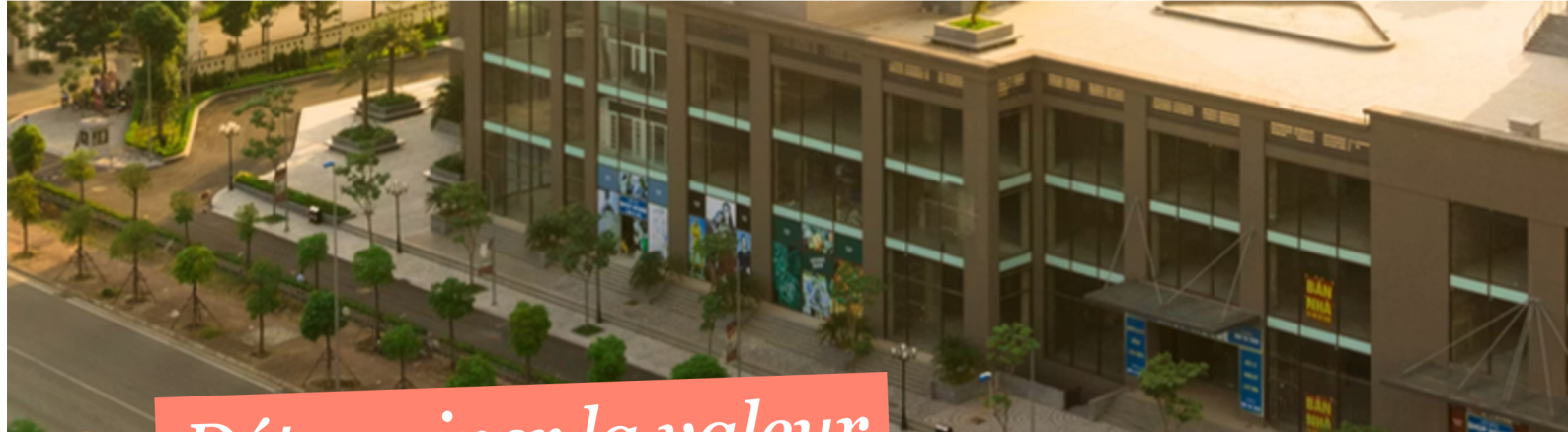
06.95.32.02.19

Alexandre Kuzka

Directeur & Expert VEFA

Guide
Pratique

Page 10



Déterminer la valeur

La valorisation d'un local commercial neuf doit s'appuyer sur une méthode rigoureuse, adaptée à chaque contexte. Plusieurs approches sont possibles, et elles peuvent être combinées selon le niveau d'information disponible.

Détermination de la valeur par l'activité

👉 Pour déterminer le loyer

La première consiste à partir d'une activité prédéterminée, souvent souhaitée par une collectivité ou identifiée comme la plus pertinente pour le quartier. Dans ce cas, on reconstitue un chiffre d'affaires potentiel, puis on applique un taux d'effort acceptable (souvent entre 5 et 10 % du CA HT pour un commerce de proximité), pour en déduire un loyer théorique.

👉 Pour déterminer la valeur vénale

Ce loyer est ensuite capitalisé à un taux de rendement de marché, afin d'en déduire une valeur pour l'investisseur.

Détermination de la valeur par le prix au m²

La deuxième approche repose sur un raisonnement au m², en veillant à rester systématiquement en dessous du prix de vente des logements dans le même programme, car un local commercial par nature est moins liquide qu'un logement. Il doit offrir un différentiel de prix pour rester attractif. D'autant plus qu'il faut prendre en compte le coût des travaux (environ 1500€ ht / m²) pour l'utilisateur final.

Détermination de la valeur par comparaison

Enfin, la méthode comparative reste une référence fiable : analyser les ventes déjà réalisées sur la zone permet d'ajuster le positionnement et d'identifier une fourchette de prix réaliste.



06.95.32.02.19

Alexandre Kuzka

Directeur & Expert VEFA

Guide
Pratique

Page 11

Les éléments déterminants à la valorisation

Quelle que soit la méthode, un principe reste immuable...

L'emplacement

La valeur d'un commerce repose avant tout sur l'emplacement, l'emplacement... et l'emplacement ! Même techniquement parfait, un local perd de sa valeur s'il est implanté au mauvais endroit. Une rue trop en retrait, un mauvais trottoir, un quartier sans flux : et c'est toute la valeur qui s'effondre. D'une rue à l'autre, tout peut changer !

Un boost de la valeur : la possibilité d'implanter une activité de restauration

L'activité de restauration est celle qui maximise le plus de valeur pour un local commercial, parfois jusqu'à +30 %, car c'est l'usage qui permet de supporter les loyers les plus élevés. D'où l'importance, encore une fois, d'anticiper les contraintes techniques et juridiques pour ne pas s'en priver.

Guide des surfaces en sous-sol et au 1^{er} étage

Enfin la pondération des surfaces est majeure, la partie la plus noble d'un commerce est celle du RDC, on ne peut pas valoriser un sous-sol et un premier étage de la même manière. On applique généralement, un coefficient de 30% de la surface du sous-sol et de 30% à 50% pour la surface du 1^{er} étage.

Ma valeur ajoutée

Avec mon équipe, je vous propose gratuitement ce service d'analyse de valorisation, en s'appuyant sur nos données internes, nos comparables récents, et notre connaissance fine du marché, en Île-de-France comme en régions.



06.95.32.02.19

Alexandre Kuzka

Directeur & Expert VEFA

Guide
Pratique



Une commercialisation efficace : anticiper, structurer, valoriser.

Une commercialisation réussie ne s'improvise pas : elle se prépare dès les premières phases du projet, avec une stratégie claire, des choix techniques adaptés, et une présentation soignée. Trop souvent, les commerces sont mis sur le marché trop tard, avec des supports incomplets ou des produits mal calibrés — ce qui freine considérablement les prises de décision et la concrétisation des deals

Pour gagner en efficacité, il est essentiel de :

- 👉 Définir un positionnement cohérent dès la phase PC
- 👉 Cibler les bons utilisateurs
- 👉 Préparer des plans lisibles, des visuels professionnels (2D/3D)
- 👉 Prévoir une fiche produit complète
- 👉 Utiliser les bons canaux de diffusion

Bon à savoir

Chez **Point de Vente®**, nous mobilisons une force commerciale structurée, adossée à plus de 1 500 appels entrants par semaine et une base de 90 000 recherches actives qualifiées, 70 collaborateurs. Grâce à cette audience unique, les moyens humains déployés, nous donnons une visibilité immédiate aux produits que nous commercialisons.

Nous utilisons des supports publicitaires puissants : emailing ciblé, diffusion sur les principales plateformes professionnelles, réseaux sociaux, campagnes sponsorisées, et mise en avant via notre réseau d'investisseurs et d'utilisateurs.

Une bonne commercialisation repose donc sur **trois piliers** : l'anticipation, la présentation, et la puissance de diffusion. Mieux vous préparez le lancement, plus vous maximisez vos chances de vendre vite, bien, et au bon prix.



06.95.32.02.19

Alexandre Kuzka

Directeur & Expert VEFA

Guide
Pratique

Page 13

Conclusion

La réussite commerciale d'un pied d'immeuble ne dépend pas du hasard. Elle repose sur une série de choix stratégiques, techniques et juridiques pris très tôt dans la conception d'un programme immobilier neuf.

Ce guide vous a présenté les principales clés pour maximiser la valeur et la liquidité d'un commerce neuf :

Résumé

- 👉 **Bien positionner le local** : visibilité, flux, vitrines, accès indépendant...
- 👉 **Prévoir les bons équipements techniques** : hauteur sous plafond, puissance électrique, extraction, arrivées d'eau, compteur Enedis...
- 👉 **Soigner l'approche juridique** : division en volume, usages autorisés, servitudes d'exploitation technique...
- 👉 **Adapter l'offre aux attentes des collectivités** tout en gardant un pied dans la réalité du marché, en proposant systématiquement toutes les candidatures.
- 👉 **Travailler une valorisation cohérente** : approche économique, comparative ou au m², en tenant compte des facteurs clés comme l'activité, le rendement et surtout... l'emplacement.
- 👉 **Structurer une commercialisation efficace** avec les bons supports, une diffusion ciblée, une présentation claire, et un bon réseau.

Chez Point de Vente, fort de plus de 10 ans d'expertise, 800 transactions par an, et une base de 90 000 recherches actives, nous avons structuré un service dédié aux commerces neufs en VEFA et en bloc, justement pour répondre aux enjeux spécifiques des promoteurs.

Notre objectif est simple 👉 **Vous permettre de sécuriser la marge, d'optimiser la revente ou la location, et de garantir la viabilité de votre opération en prenant en compte les pieds d'immeuble.**



06.95.32.02.19

Alexandre Kuzka

Directeur & Expert VEFA

Guide
Pratique



06.95.32.02.19

Alexandre Kuzka

Directeur & Expert VEFA

*“Parce qu’aujourd’hui, le commerce
ne peut plus être un sujet traité à la fin.
Il doit être pensé dès le début.”*





06.95.32.02.19

Alexandre Kuzka

Directeur & Expert VEFA

*Guide
Pratique*

Édition 2026

***Vous avez un commerce neuf
et vous souhaitez le vendre ou le louer ?***

Contactez-moi pour faire une estimation
et pour concrétiser votre projet ensemble.

06.95.32.02.19

alexandre.kuzka@pointdevente.fr



***Obtenez votre avis de valeur offert
en remplissant ce formulaire !***

Rendez-vous par ici >

***Obtenez plus d'infos sur les biens en vente
en me contactant via ce lien !***

Rendez-vous par ici >