

Logo CCI



Observatoire du
commerce et de
la consommation
Midi-Pyrénées

Dossier d'implantation

CBS éco

OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE DE MIDI-PYRÉNÉES

un service de

 CCI MIDI-PYRÉNÉES

Produit :

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Secteur d'implantation :

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Présentation

Contenu du dossier :

- Ce dossier permet d'appréhender le marché des produits xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx sur le secteur de xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
- Il permet d'identifier :
 - Les caractéristiques du secteur d'implantation
 - L'étendue de la zone de chalandise, sa taille et le profil des habitants
 - Le volume du marché théorique de la zone de chalandise
 - Le niveau d'emprise des commerces de la zone
 - L'évasion et la rétention
 - Les destinations d'achat des clients pour ce type de produits
 - Le niveau d'activité (en €) généré par les commerçants déjà implantés
 - Les principaux concurrents
- Les données proviennent de l'observatoire régional du commerce et de la consommation qui permet une analyse de l'offre et la demande commerciale, via :
 - Un **recensement de l'offre commerciale** par famille d'activité à partir du fichier consulaire des CCI
 - Une **vaste enquête** de consommation et de comportements d'achat des ménages
 - Cette enquête répond à la question « qui consomme quoi, où et combien ? »
 - 10 000 ménages de Midi-Pyrénées ont été interrogés, par les CCI, en 2014 sur leur dernier acte d'achat pour 41 produits de consommation courante
 - Les résultats sont consolidés dans une base de données regroupant 283 secteurs d'habitation et 294 840 actes d'achat
 - Chaque acte d'achat recueilli est valorisé en euros
 - Les ménages de l'échantillon sont représentatifs au sens sociodémographique (taille de ménage et catégorie socioprofessionnelle du référent) sur chaque secteur du périmètre d'étude
- Le dossier est présenté sous forme de données et ratios analysés et cartographiés

Objectif : Evaluer le potentiel d'un lieu d'implantation

Avertissement : Ce dossier ne peut prétendre à une rigueur scientifique certaine. Les statistiques, normes et ratios utilisés dans ces travaux, sont tous entachés d'approximation et d'incertitudes inhérentes à leur source et à leur mode de calcul, ce qui laisse une certaine marge d'interprétation aux résultats. Cependant, Il permet de fixer des ordres de grandeur suffisamment fiables pour faciliter la prise de décision avec un fort coefficient de sécurité.

Il dossier doit être complété par le porteur de projet par :

- . Une étude financière (seuil de rentabilité, bilan prévisionnel, compte d'exploitation prévisionnel, besoins en fonds de roulement)
- . Relevé terrain et une analyse détaillée de la concurrence

Éléments de cadrage

Tendance du marché

- **Le secteur d'activité :**

Source : fiches professionnelles APCE, <http://boutique.apce.com/>

Fiche APCE :

« *Résumé fiche APCE* »

- **Les dépenses de consommation nationales :**

Source : Modélisation AID Observatoire, INSEE Budget annuel des ménages 2012

	Budget annuel moyen par ménage (en €) <i>France - 2012</i>

- **En savoir plus :** Liens vers d'autres études

Éléments de cadrage

Présentation de la zone d'implantation

- **Caractéristiques** (ancienneté de la zone, spécialisation (type activité et formes de vente), potentiel de développement ou zone figée, vacances, charte/règlement de zone ?) :

- **Principaux projets** (CDAC (en cours ou obtenus), création d'établissements (publics, privés), infrastructures, droit de préemption, charte de qualité urbaine) :

- **Accessibilité** (automobile, stationnement, transports en communs) :

Éléments de cadrage •

Présentation de la zone d'implantation

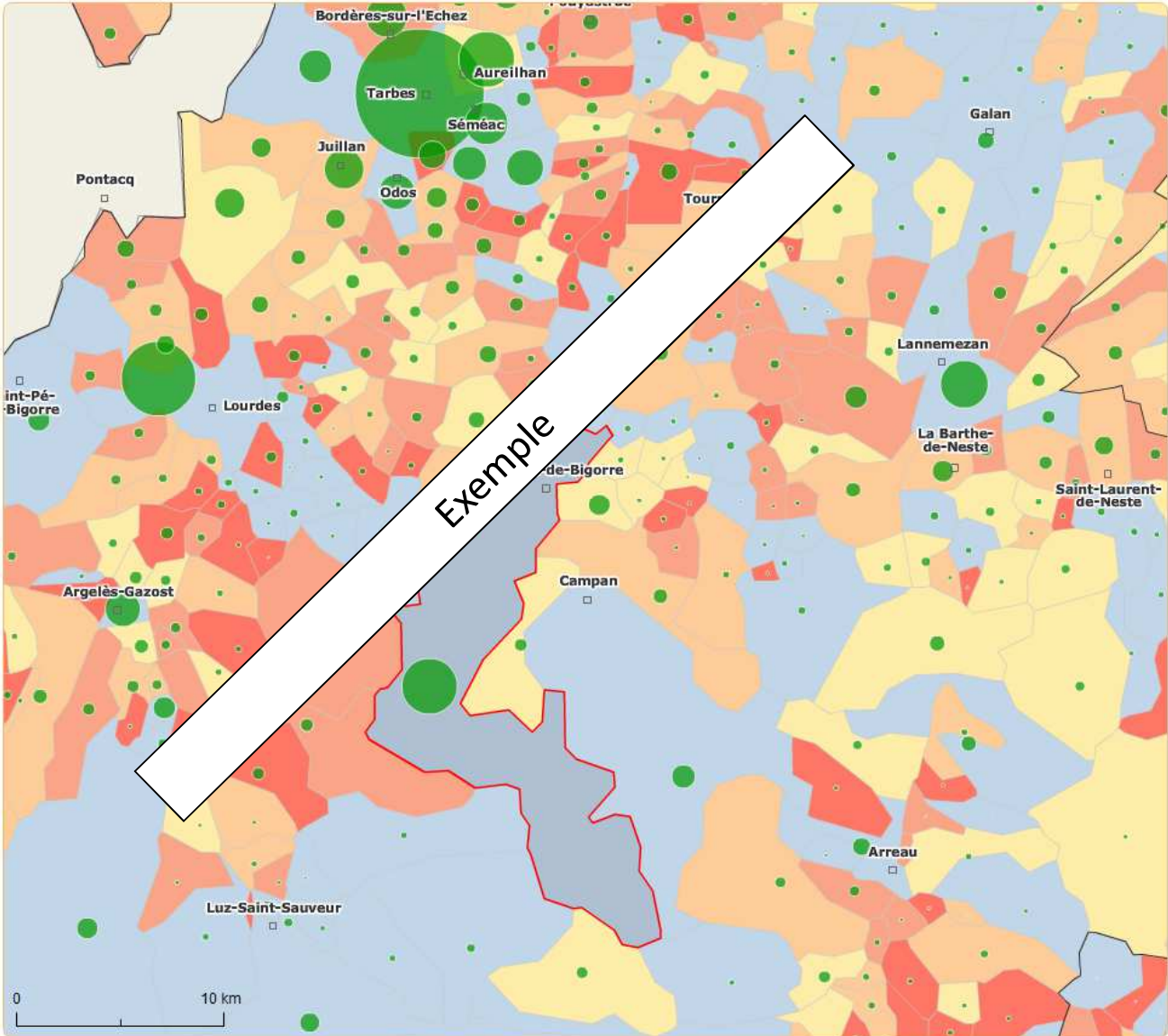
Zoom commerce de détail et services ayant un point de vente

Composition de l'offre commerciale de la commune

Éléments de cadrage

Présentation de la zone d'implantation

OBSéco Midi-Pyrénées



Evolution de la population totale, 1999-2011 (%)

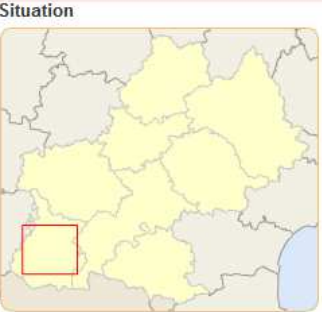
2,2	(558)
1,3	(581)
0,6	(603)
0	(529)
0	(749)

source : INSEE

Population totale 2011 - Recensement de la population

21 187
5 297

source : INSEE



réalisé avec Géoclip



Éléments de cadrage •

Présentation de la zone d'implantation

Principaux projets CDAC (en cours ou obtenus) sur Montauban

Source : xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Éléments de cadrage •

Présentation de la zone d'implantation

Localisation du projet dans la ville

carte

Éléments de cadrage •

Présentation du territoire •

Accessibilité: transports en commun

carte

offre commerciale

Concurrence

Produit :
Secteur :

Nombre d'établissements sur le secteur d'implantation de xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx : Code NAF : xxxxxxxxxxxxxxxx Et activités similaires xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	xxxxx
---	-------

Principaux établissements ayant la même activité :

Enseigne/ Raison sociale	Localisation	Surface de vente

Offre commerciale

Locomotives

Produit :

Secteur :

Les principales locomotives

Carte localisation des locomotives

Option



Locomotives : points de vente qui récoltent les plus forts niveaux d'activité (estimation) et qui sont donc attracteurs de flux de clientèle

Etablissements leaders du secteur d'implantation :

Enseigne	Activité

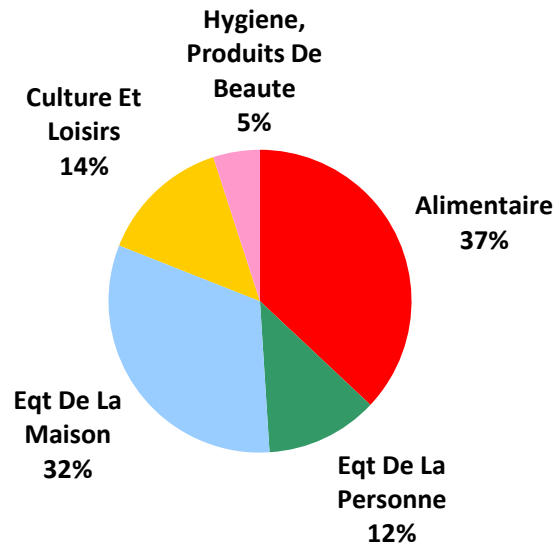
Niveau d'activité

Du xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Ensemble des produits

Produit :
Secteur :

Niveau d'activité généré par xxxxxxxxxxxxxxxx pour l'ensemble des 38 produits enquêtés (cf. méthodologie en annexe) hors pharmacie, coiffure, accessoires auto.

Niveau d'activité (en €) des commerces par secteur d'activité :



Niveau d'activité (en €)
= ensemble des actes d'achats effectués sur les points de vente du territoire analysé. Attention, il ne prend pas en considération les dépenses liées au tourisme de passage ou d'affaires ou encore les achats des entreprises = *potentiel de consommation de la ZC - l'évasion des dépenses de cette zone + l'attraction des dépenses des ménages résidant hors de cette zone*

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Niveau d'activité (en €) des commerces par forme de vente :

Formes de vente	En M€	%
Commerce de moins de 300 m ²		
Grandes surfaces		
Commerce non sédentaires		
Autres		
Total		

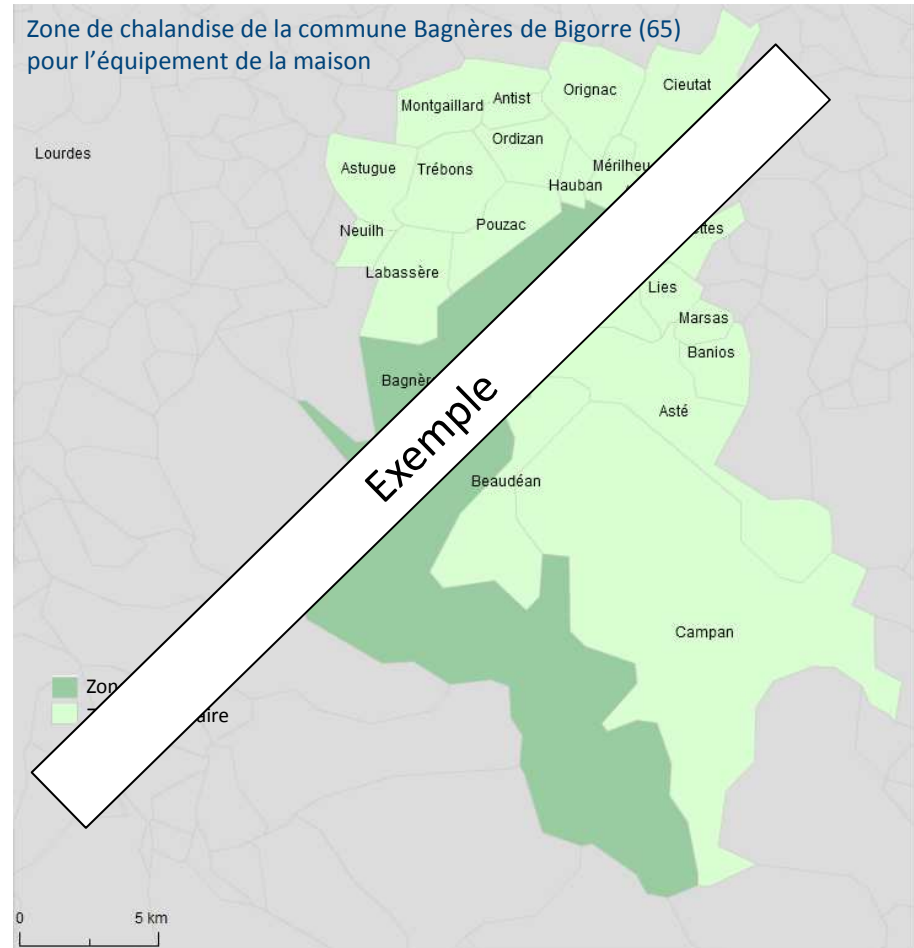
Zone de chalandise • Composition

Zone de XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
pour XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX :

Secteurs d'habitation*	Taux Emprise (en %)	Contribution au CA (en %)	Zones
			Primaire
			Secondaire
<i>Ensemble ZC</i>			
Diffus			Hors zone
Total	-	100	

* : cf. liste des communes en annexe

Les ménages qui résident dans la zone de chalandise dépensent près de XXXXXX de leur potentiel annuel de dépenses en équipement de la maison à XXXXXX.
Le chiffre d'affaires (hors achats des touristes et des entreprises) des commerces de XXXXXXXX en XXXXXXXX est généré à XX% par des ménages de la zone de chalandise et à XX% par des ménages habitants en dehors de cette zone (clientèle de passage hors tourisme).



Zone de chalandise : zone géographique d'influence dans laquelle habite la majorité de la clientèle du lieu étudié, elle se décompose en plusieurs zones en fonction du niveau d'attraction des points de vente. Elle est calculée en fonction de l'emprise des commerces de la zone.

Zone de chalandise

Taille

Zone de chalandise de XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
pour XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX :

Population municipale :

Zones	1999	2011	Evolution annuelle moyenne 1999-2011
Zone primaire			
Zone secondaire			
Ensemble ZC			

Nombre de ménages :

Zones	1999	2011	Evolution annuelle moyenne 1999-2011
Zone primaire			
Zone secondaire			
Ensemble ZC			

Sources : CCI de Midi-Pyrénées, enquête flux de consommation 2014 ; INSEE, recensement de la population

La zone de chalandise de XXXXXXXX regroupe XXXXXX habitants en 2011, soit X% de la population du département. Sa population augmente de X% par an entre 1999 et 2011.

Zone de chalandise

Profil

Zone de XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
pour XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX :

	Zone de chalandise	Département
Nb. moyen de personnes par ménage		
Répartition du nombre de ménages par taille	Zone de chalandise	Département
Une personne		
Deux personnes		
Trois personnes		
Quatre personnes		
Cinq personnes		
Six personnes et plus		
Total	100 %	100 %
Répartition population 15 ans et plus par CSP	Zone de chalandise	Département
Agriculteurs, exploitants		
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise		
Cadres, professions intellectuelles supérieures		
Professions intermédiaires		
Employés		
Ouvriers		
Retraités		
Autres sans activité professionnelle		
Total	100 %	100 %

Répartition de la population par tranche d'âge	Zone de chalandise	Département
0 à 19 ans		
20 à 39 ans		
40 à 59 ans		
60 à 74 ans		
75 ans et plus		
Total	100 %	100 %

	Zone de chalandise	Département
Revenu moyen de l'ensemble des foyers fiscaux 2012		
Part des foyers fiscaux imposables		

Répartition du nombre de foyers fiscaux par tranche de revenu	Zone de chalandise	Département
0 à 10 000 €		
10 001 à 12 000 €		
12 001 à 15 000 €		
15 001 à 20 000 €		
20 001 à 30 000 €		
30 001 à 50 000 €		
50 001 à 100 000 €		
+ de 100 000 €		
Total	100 %	100 %

Exemple

- . Sous représentation des ménages de plus de 4 personnes
- . Surreprésentation des plus de 40 ans
- . Sur représentation des retraités
- . Revenu moyen légèrement inférieur à la moyenne départementale

Sources : INSEE, RP 2010 ; Direction Générale des Finances Publiques ; traitement OBSéco CCI de Midi-Pyrénées

Marché théorique

Sur la zone de chalandise :

	Dépense commercialisable (€)
Zone primaire	
Zone secondaire	
Zone tertiaire	
Total zone de chalandise	

Dépense par ménage (€)	IDC

IDC : xx

Répartition des achats (DC) par forme de vente :	
Petits commerces enseignes locales et nationales	
Grandes surfaces spécialisées	
Hypermarchés/supermarchés	
Autres formes de vente	
Total	

Produit :
Secteur :

Dépense commercialisable (DC) : budget annuel que consacrent les ménages d'une zone géographique donnée à l'achat de produits ou biens alimentaires et/ou non alimentaires dans des commerces de détail, commerces traditionnels, supermarchés, hypermarchés, hard-discounters, marchés...

Indice de disparité de consommation (IDC) : évalue le niveau de consommation d'un ménage résidant sur une zone géographique donnée par rapport à la moyenne nationale (indice 100)

Sur la zone de chalandise de xxxxxxxxxxxxxxx, pour les produits xx:
 . Le potentiel annuel de consommation de l'ensemble des ménages résidant dans la zone de chalandise s'élève à xxxxxxxxxxxxxxxx€
 . La consommation moyenne par ménage est de xxx €par an
 . Le budget annuel moyen des ménages est xx % supérieur à celui d'un ménage français

Sur la zone d'influence directe (zone primaire), le marché théorique s'élève à xxxxxxxxxxxx€pour les produits mentionnés précédemment.

xx % des dépenses des ménages qui résident dans la zone de chalandise sont réalisées dans les grandes surfaces spécialisées, xx % dans les petits commerces et xx % dans les hypermarchés/supermarchés.

Flux de consommation

Rétention	€
Taux de rétention de la zone de chalandise	%
Evasion	€
Taux d'évasion de la zone de chalandise	%

Dépense commercialisable
(budget annuel théorique de l'ensemble des ménages qui habitent dans la zone de chalandise)

Produit :

Secteur :

Evasion : dépenses des ménages d'un secteur effectuées dans d'autres secteurs géographiques que celui où ils résident

Rétention : dépenses des ménages d'un secteur effectuées dans leur secteur de résidence

carte

xx% du potentiel de consommation de la zone est consommé en dehors de celle-ci.

Les ménages qui consomment en dehors de la zone vont principalement vers le :

- xxxxxxxxxxxxxxxx (xxxx % de la DC totale, soit xxxxxx€)
- xxxxxxxx (xxx % de la DC totale, soit xxxxx€)



Liste des communes qui composent la zone de chalandise :

Famille commerce	Code NAF	Libellé activité
01-Alimentaire	1013B	Charcuterie
	1071B	Cuisson de produits de boulangerie
	1071C	Boulangerie et boulangerie-pâtisserie
	1071D	Pâtisserie
	4711A	Commerce de détail de produits surgelés
	4711B	Commerce d'alimentation générale
	4711C	Supérettes
	4721Z	Commerce de détail de fruits et légumes en magasin spécialisé
	4722Z	Commerce de détail de viandes et de produits à base de viande en magasin spécialisé
	4723Z	Commerce de détail de poissons, crustacés et mollusques en magasin spécialisé
	4724Z	Commerce de détail de pain, pâtisserie et confiserie en magasin spécialisé
	4725Z	Commerce de détail de boissons en magasin spécialisé
	4729Z	Autres commerces de détail alimentaires en magasin spécialisé
02-Super-Hyper-Grands magasins	4711D	Supermarchés
	4711E	Magasins multi-commerces
	4711F	Hypermarchés
	4719A	Grands magasins
03-Equipement de la personne	3212Z	Fabrication d'articles de joaillerie et bijouterie
	3213Z	Fabrication d'articles de bijouterie fantaisie et articles similaires
	4751Z	Commerce de détail de textiles en magasin spécialisé
	4771Z	Commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé
	4772A	Commerce de détail de la chaussure
	4772B	Commerce de détail de maroquinerie et d'articles de voyage
4777Z	Commerce de détail d'articles d'horlogerie et de bijouterie en magasin spécialisé	
04-Equipement de la maison	4741Z	Commerce de détail d'ordinateurs, d'unités périphériques et de logiciels en magasin spécialisé
	4742Z	Commerce de détail de matériels de télécommunication en magasin spécialisé
	4743Z	Commerce de détail de matériels audio et vidéo en magasin spécialisé
	4752A	Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres en petites surfaces (moins de 400 m²)
	4752B	Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres en grandes surfaces (400 m² et plus)
	4753Z	Commerce de détail de tapis, moquettes et revêtements de murs et de sols en magasin spécialisé
	4754Z	Commerce de détail d'appareils électroménagers en magasin spécialisé
	4759A	Commerce de détail de meubles
	4759B	Commerce de détail d'autres équipements du foyer
	4776Z	Commerce de détail de fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour ces animaux en magasin spécialisé
4779Z	Commerce de détail de biens d'occasion en magasin	
05-Culture, Loisirs	4761Z	Commerce de détail de livres en magasin spécialisé
	4762Z	Commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé
	4763Z	Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé
	4764Z	Commerce de détail d'articles de sport en magasin spécialisé
	4765Z	Commerce de détail de jeux et jouets en magasin spécialisé

Famille commerce	Code NAF	Libellé activité
06-Automobiles, motos	4511Z	Commerce de voitures et de véhicules automobiles légers
	4519Z	Commerce d'autres véhicules automobiles
	4520A	Entretien et réparation de véhicules automobiles légers
	4520B	Entretien et réparation d'autres véhicules automobiles
	4532Z	Commerce de détail d'équipements automobiles
	4540Z	Commerce et réparation de motocycles
	4730Z	Commerce de détail de carburants en magasin spécialisé
	7120A	Contrôle technique automobile
	7711A	Location de courte durée de voitures et de véhicules automobiles légers
	7711B	Location de longue durée de voitures et de véhicules automobiles légers
07-Commerces non sédentaires, vente à distance, automates	4781Z	Commerce de détail alimentaire sur éventaires et marchés
	4782Z	Commerce de détail de textiles, d'habillement et de chaussures sur éventaires et marchés
	4789Z	Autres commerces de détail sur éventaires et marchés
	4791A	Vente à distance sur catalogue général
	4791B	Vente à distance sur catalogue spécialisé
4799A	Vente à domicile	
4799B	Vente par automates et autres commerces de détail hors magasin, éventaires ou marchés n.c.a.	
08-Santé, beauté	4773Z	Commerce de détail de produits pharmaceutiques en magasin spécialisé
	4774Z	Commerce de détail d'articles médicaux et orthopédiques en magasin spécialisé
	4775Z	Commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté en magasin spécialisé
	4778A	Commerces de détail d'optique
	9602A	Coiffure
	9602B	Soins de beauté
9604Z	Entretien corporel	
09-Services ayant un point de vente	7420Z	Activités photographiques
	7721Z	Location et location-bail d'articles de loisirs et de sport
	7722Z	Location de vidéocassettes et disques vidéo
	7911Z	Activités des agences de voyage
	7912Z	Activités des voyagistes
	9521Z	Réparation de produits électroniques grand public
	9522Z	Réparation d'appareils électroménagers et d'équipements pour la maison et le jardin
	9523Z	Réparation de chaussures et d'articles en cuir
	9524Z	Réparation de meubles et d'équipements du foyer
	9525Z	Réparation d'articles d'horlogerie et de bijouterie
	9529Z	Réparation d'autres biens personnels et domestiques
9601B	Blanchisserie-teinturerie de détail	
9603Z	Services funéraires	
10-Divers	4719B	Autres commerces de détail en magasin non spécialisé
	4726Z	Commerce de détail de produits à base de tabac en magasin spécialisé
	4778B	Commerces de détail de charbons et combustibles
	4778C	Autres commerces de détail spécialisés divers



Pour en savoir plus :

.....

Tel

E Mail :

OBS éco

OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE DE MIDI-PYRÉNÉES

un service de

 **CCI MIDI-PYRÉNÉES**

www.midi-pyrenees.cci.fr

WWW.....