



FLUX DE CONSOMMATION ET MOBILITE

EXEMPLE DU BASSIN DE ROANNE

Journée technique
Aménagement et mobilité,
Agir pour des agglomérations moyennes dynamiques

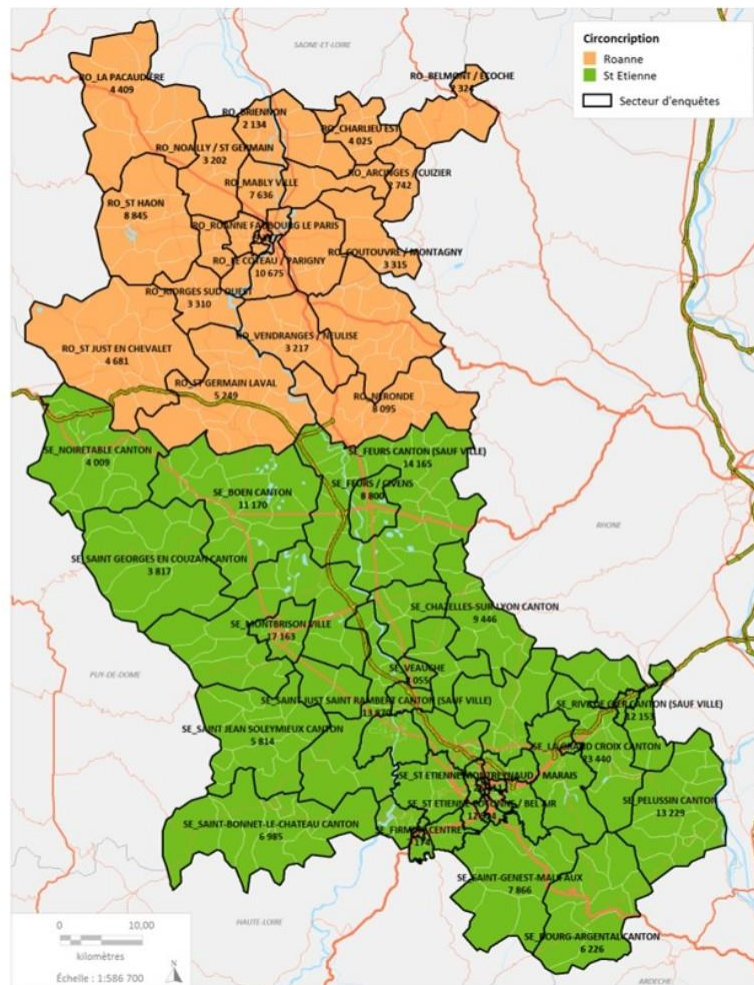
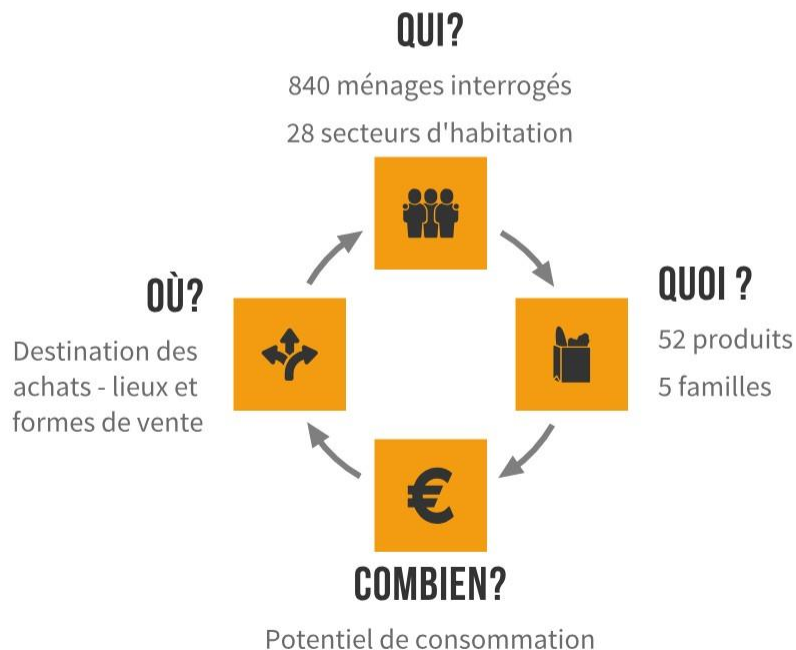
DAVID CORDEIRO - CCI LYON MÉTROPOLÉ SAINT ETIENNE ROANNE

Chalon sur Saône - 7 mars 2019



METHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE CONSOMMATEURS

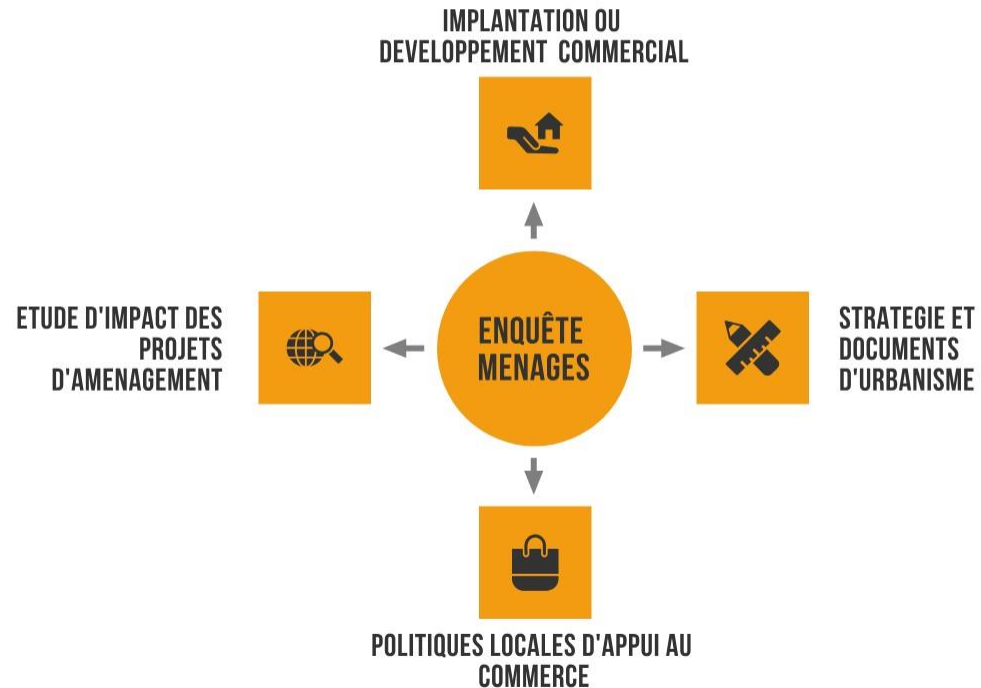
MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE CONSOMMATEURS





A QUOI SERT L'ENQUETE?

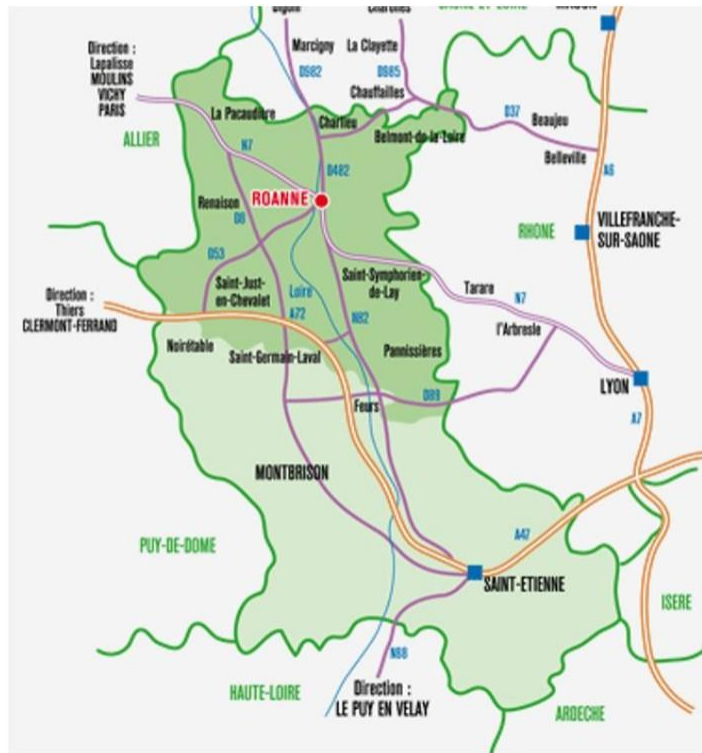
Au service de l'ensemble des acteurs du territoire...



PRESENTATION DU TERRITOIRE



PRESENTATION DU TERRITOIRE



- **ROANNE - SOUS PRÉFECTURE DE LA LOIRE**

Fonctions de centre ville

- **80 KM LYON - 80 KM ST ETIENNE - 100KM CLERMONT FD**

Peu d'évasion commerciale

- **VILLE : 36 000 H - AGGLO : 75 000H**

Zone de chalandise de 160 000 h - population globalement stable stable mais phénomène de périurbanisation très marqué

- **INDICATEURS SOCIO-ECONOMIQUES FRAGILES**

Revenus et proportion de cadres inférieurs à la moyenne régionale, vieillissement de la population marqué, faible croissance démographique

- **A ROANNE 800 COMMERCES/2400**

6 quartiers - le commerce représente 2000 emplois sur la ville centre - densité et diversité commerciale forte - vacance commerciale faible - le commerce est également dense en périphérie et reste largement présent dans les secteurs ruraux.



ANALYSE DES DONNEES CHOIX DE L'APPROCHE

ROANNE CENTRE VILLE

3 236 MÉNAGES

34 M€ POTENTIEL DE
CONSOMMATION - IDC 83

4% DU MARCHÉ

ROANNE QUARTIERS FBGS

15 642 MÉNAGES

170 M€ POTENTIEL DE
CONSOMMATION - IDC 85

19% DU MARCHÉ

RESTE DE L'AGGLOMERATION

16 998 MÉNAGES

224 M€ POTENTIEL DE
CONSOMMATION - IDC 104

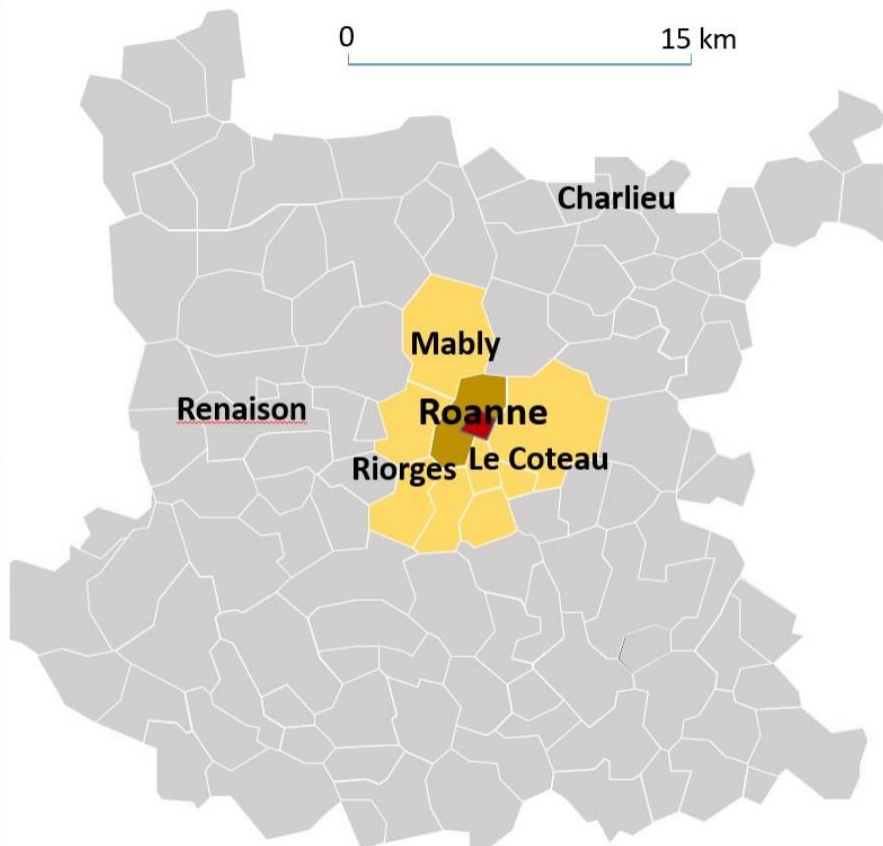
25% DU MARCHÉ

SECTEURS RURAUX ET PERIURBAINS

36 079 MÉNAGES

484 M€ POTENTIEL DE
CONSOMMATION - IDC 105,5

53% DU MARCHÉ

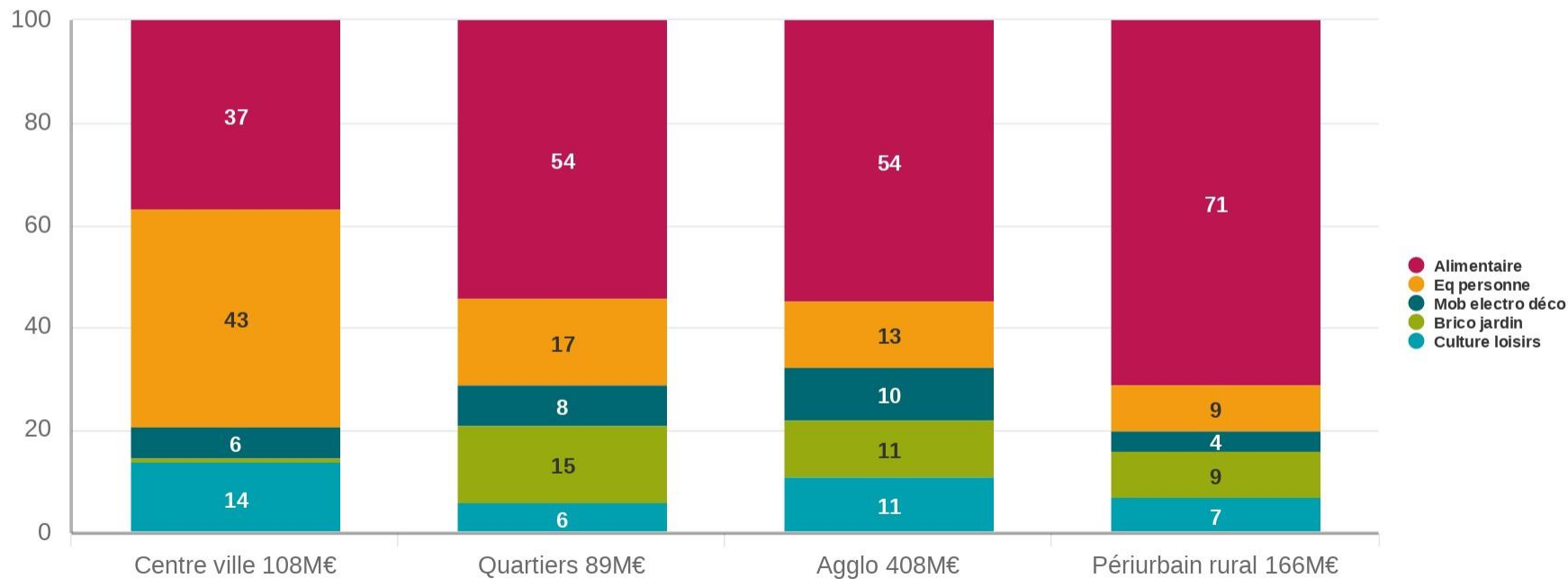




STRUCTURE DU CHIFFRE D'AFFAIRES

STRUCTURE DU CA PAR FAMILLES DE PRODUITS

en % (données 2017)



RATIO CA/DC SELON LA TYPOLOGIE DES SECTEURS



ROANNE CENTRE VILLE

POTENTIEL : 34M€

CHIFFRE D'AFFAIRES : 108M€

CA/DC : 317%



ROANNE QUARTIERS

POTENTIEL : 170M€

CHIFFRE D'AFFAIRES : 89M€

CA/DC : 52%



AGGLOMERATION

POTENTIEL : 224M€

CHIFFRE D'AFFAIRES : 408M€

CA/DC : 182%



PERIURBAIN - RURAL

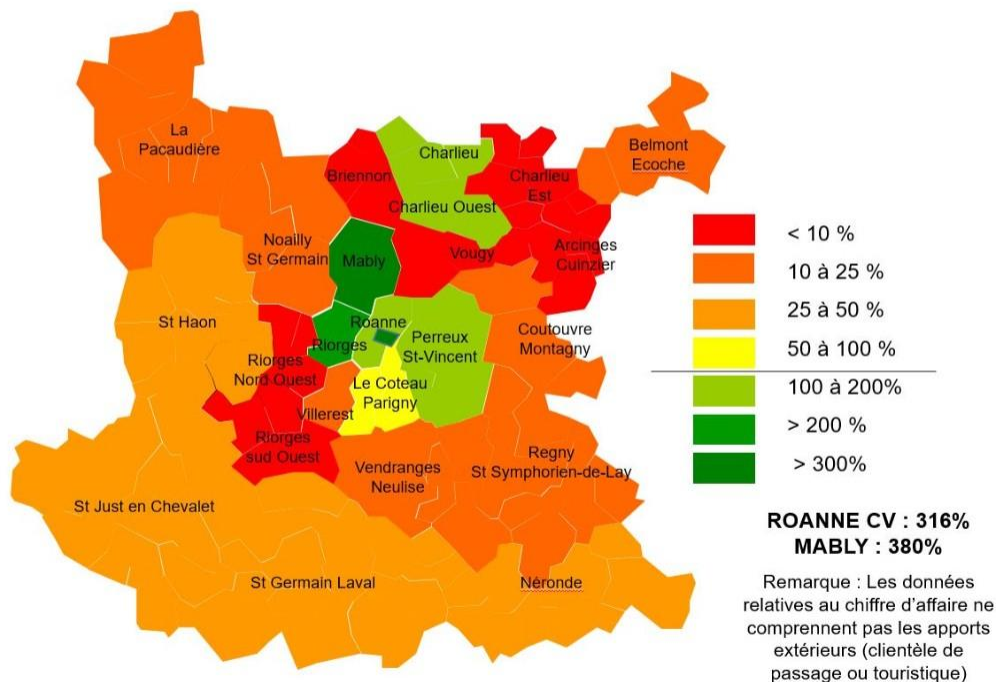
POTENTIEL : 484 M€

CHIFFRE D'AFFAIRES : 166M€

CA/DC : 34%

CA/DC ANALYSE DÉTAILLÉE PAR SECTEUR

données 2017



ANALYSE CA/DC

Ce qu'il faut retenir en lien avec les questions de déplacement / mobilité



**FORTE CONCENTRATION SUR LES
POLES COMMERCIAUX**



**LA PART DES DEPENSES
ALIMENTAIRES SOUS REPRESENTEE
EN CENTRE VILLE / SURREPRESENTEE
EN ZONE RURALE**



**SUR CERTAINS SECTEURS
PERIURBAINS LE CA REPRESENTE
MOINS DE 5% DU POTENTIEL DE
CONSOMMATION**

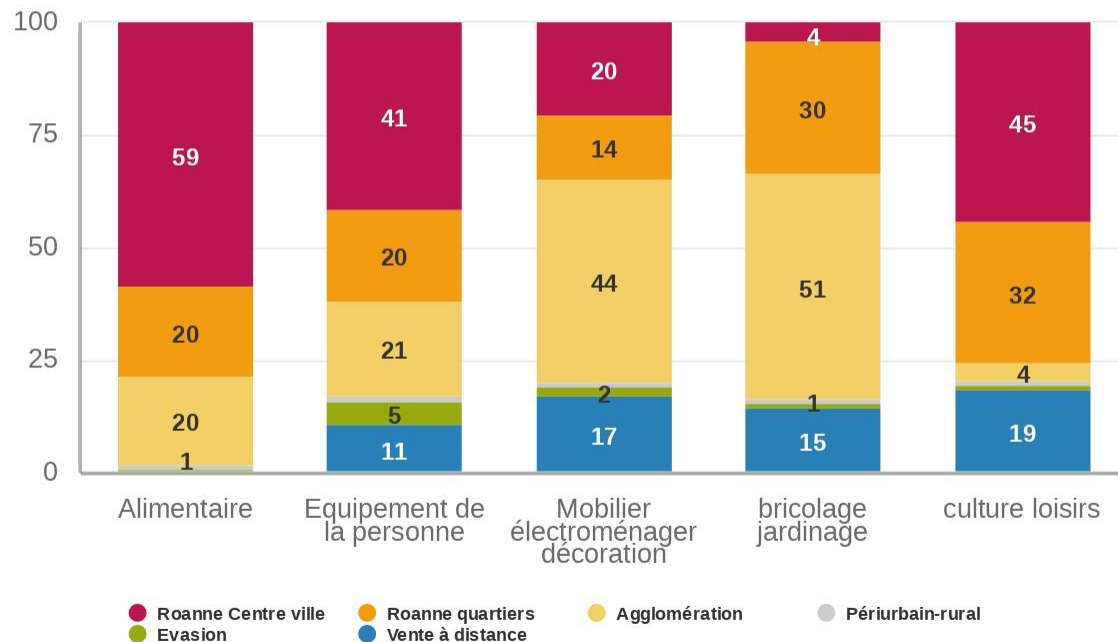
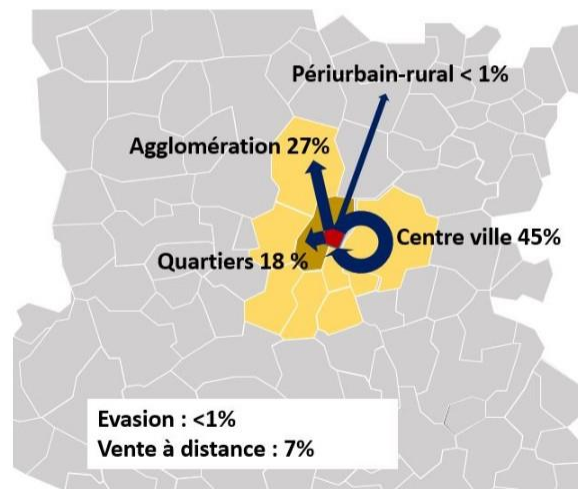


Le **NOUVEAU**
centre-ville de **ROANNE**
va vous surprendre

DESTINATION DES ACHATS SELON LE LIEU D'HABITATION

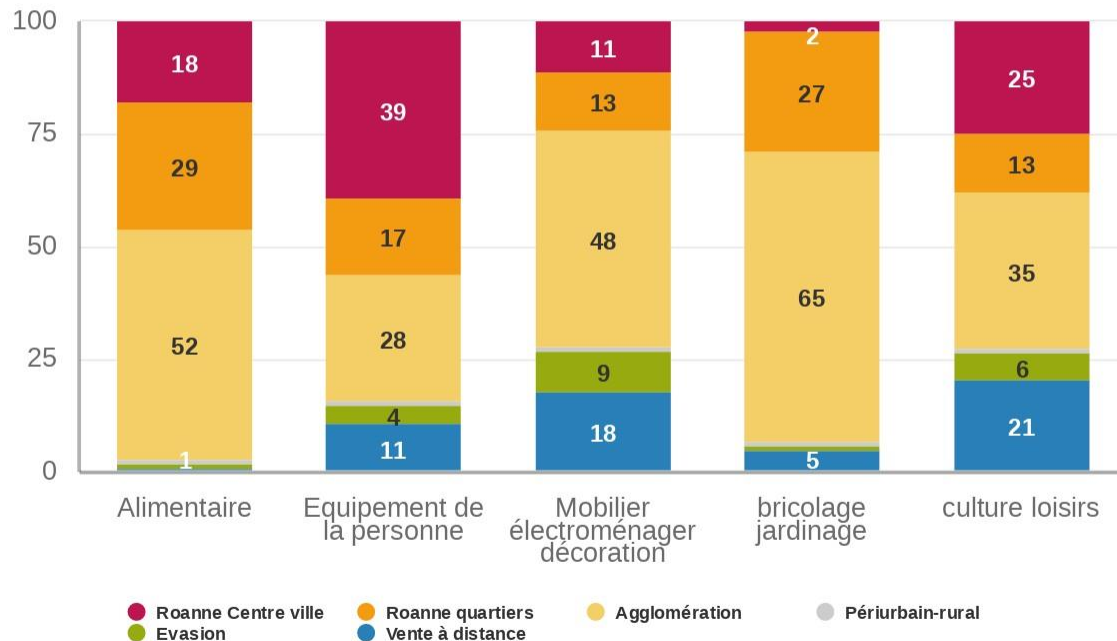
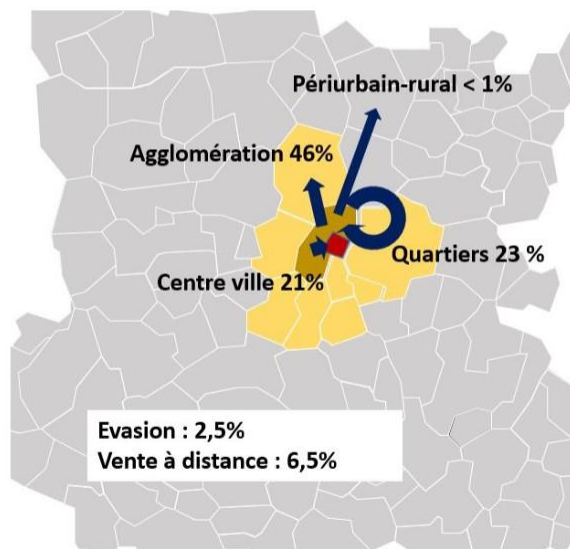
DESTINATION DES ACHATS DES HABITANTS DU CENTRE-VILLE

par familles de produits (% 2017)



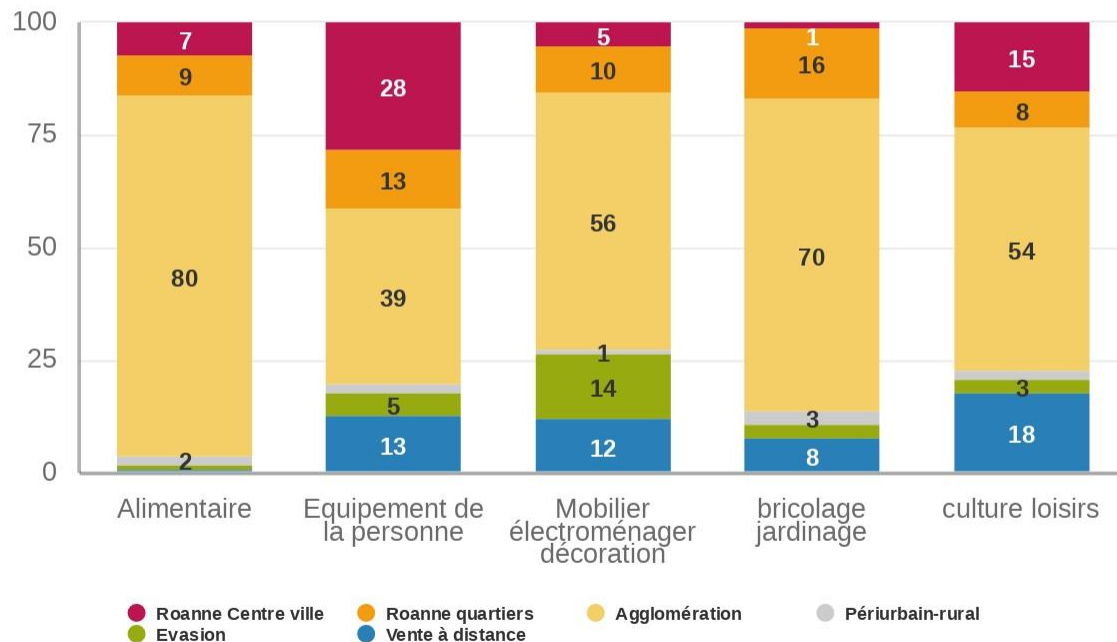
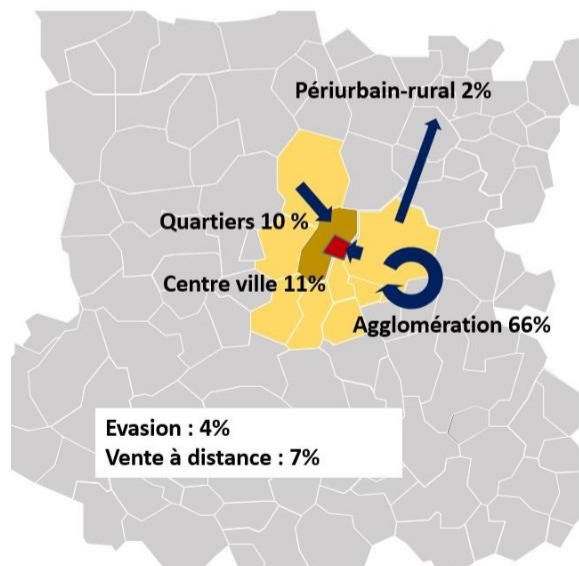
DESTINATION DES ACHATS DES HABITANTS DES QUARTIERS

par familles de produits (2017)



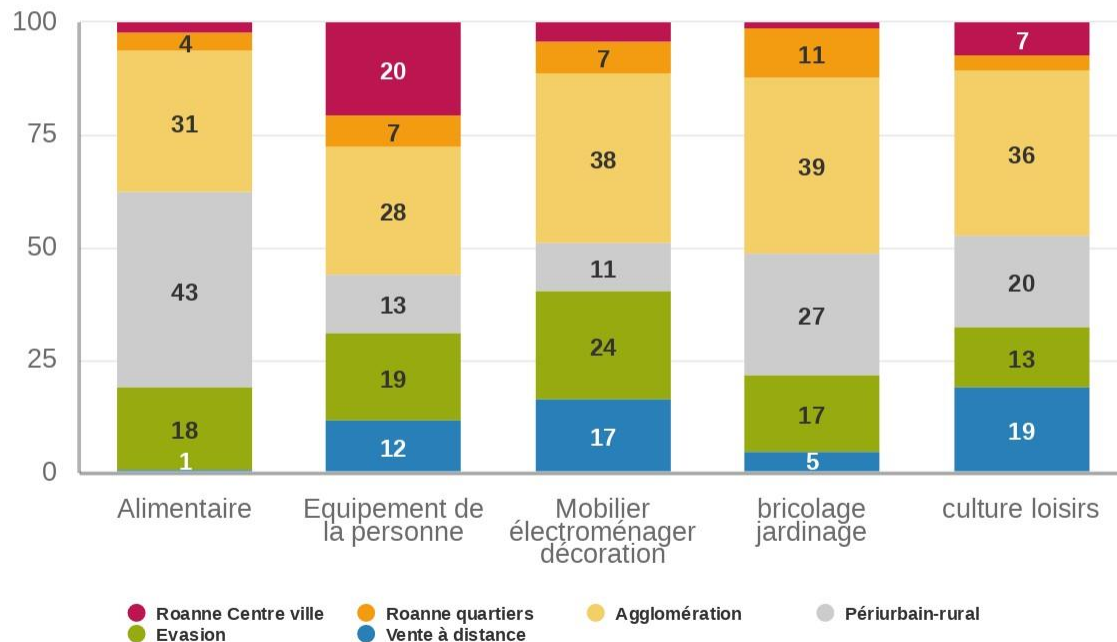
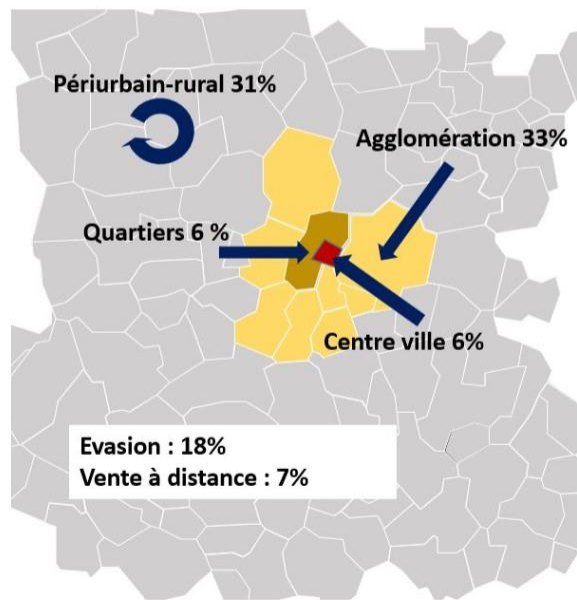
DESTINATION DES ACHATS DES HABITANTS DE L'AGGLOMERATION

par familles de produits (2017)



DESTINATION DES ACHATS DES HABITANTS DES SECTEURS RURAUX

par familles de produits (2017)



DESTINATION DES ACHATS DES MENAGES ROANNAIS SELON LEUR LIEU DE RESIDENCE

Ce qu'il faut retenir en lien avec les questions de déplacement / mobilité



POUR LES ACHATS ALIMENTAIRES DPH LA PROXIMITE EST TOUJOURS PRIVILEGIEE



EN EQUIPEMENT DE LA MAISON LA CONSOMMATION EST FORTEMENT POLARISEE SUR LA PERIPHERIE

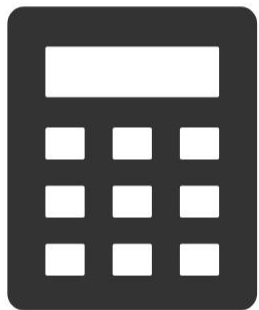


LES FLUX EN DESTINATION DE LA VILLE CENTRE PROVIENNENT EN GRANDE MAJORITE D'UN RAYON DE 5KM (AGGLOMERATION)

(Sauf pour le prêt à porter)



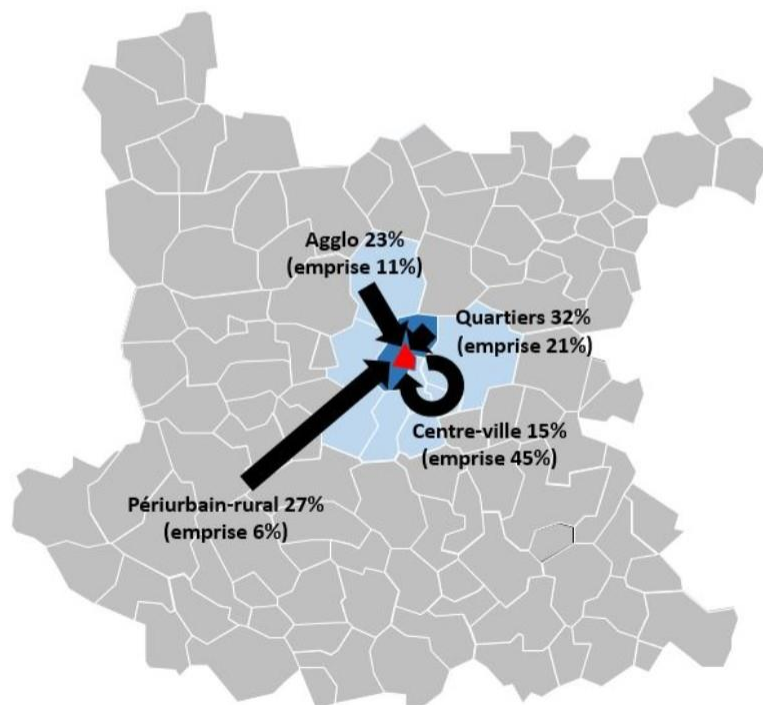
PEU D'EVASION HORS DU TERRITOIRE MAIS MONTEE DU E-COMMERCE



ZONES DE CHALANDISE PROVENANCES DE CLIENTELE

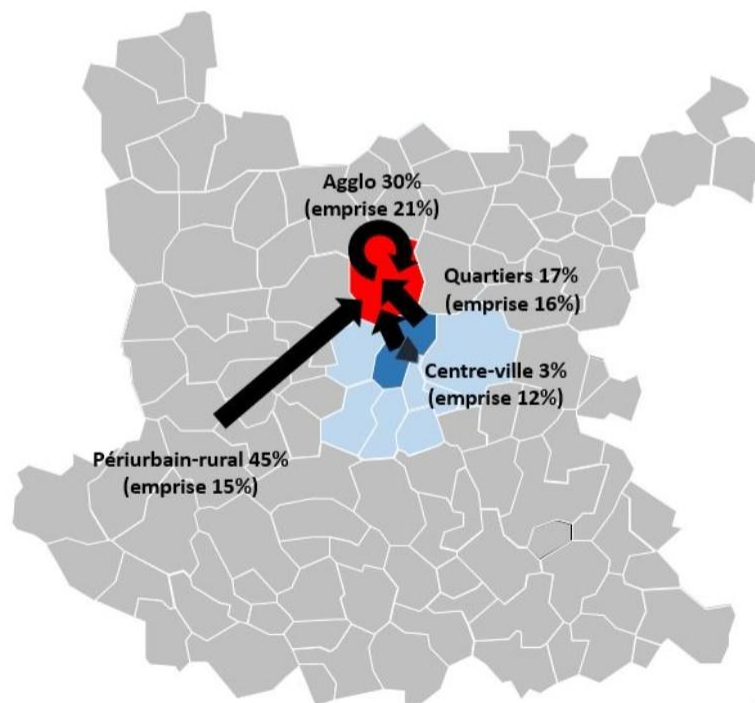
ZONE DE CHALANDISE DU **CENTRE-VILLE** DE ROANNE

Contribution au CA en % (hors clientèle touristique et de passage - 2017)



ZONE DE CHALANDISE DE MABLY

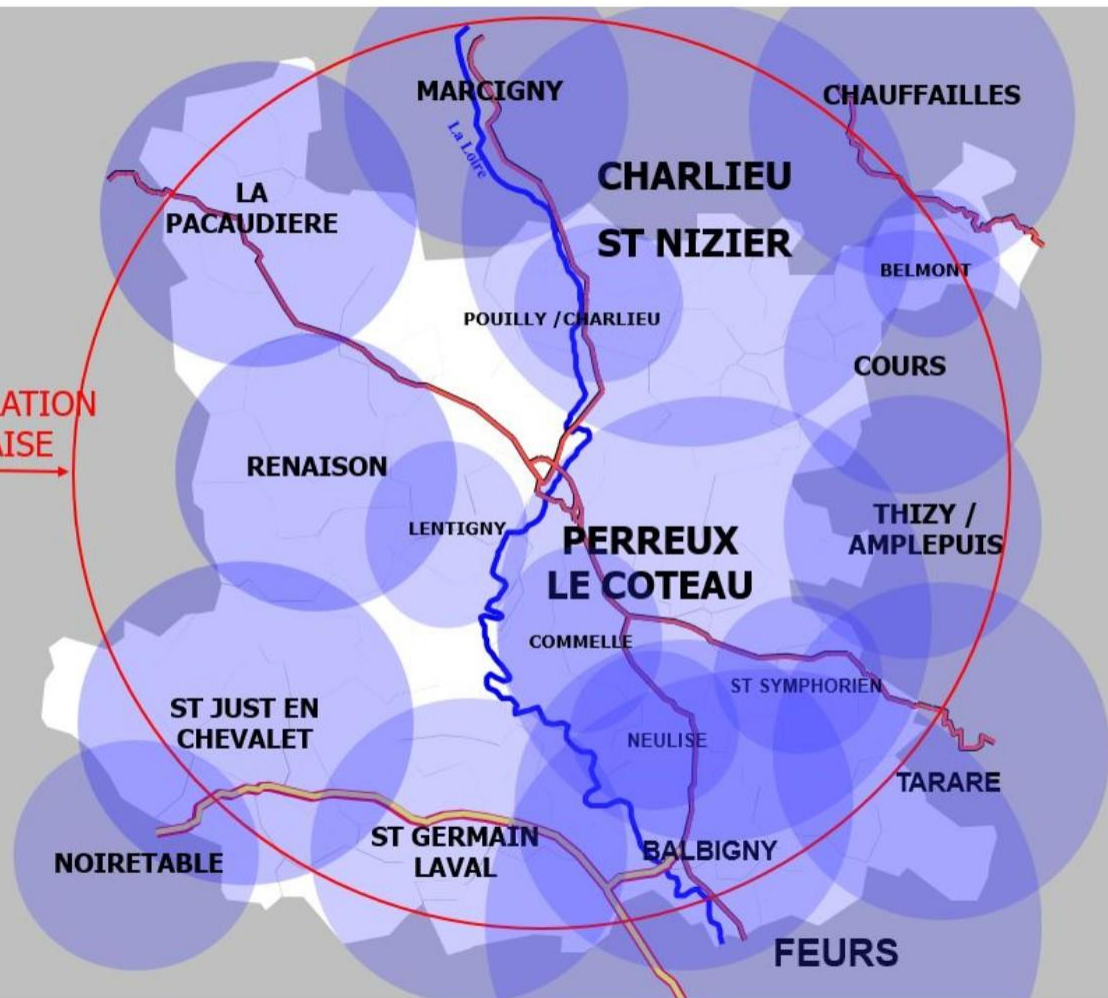
Contribution au CA en % (hors clientèle touristique et de passage - 2017)



ZONE DE CHALANDISE DES POLES COMMERCIAUX DU ROANNAIS

Rayon dans lequel les pôles
captent plus de 80% de leur
chiffre d'affaires

AGGLOMERATION
ROANNAISE





MODES DE DEPLACEMENT

LA VOITURE, MODE DE DÉPLACEMENT PRINCIPAL POUR SES ACHATS

Part de la voiture comme mode de déplacement principal pour ses achats selon lieu d'habitation (2010)

ROANNE CENTRE VILLE - 47 %

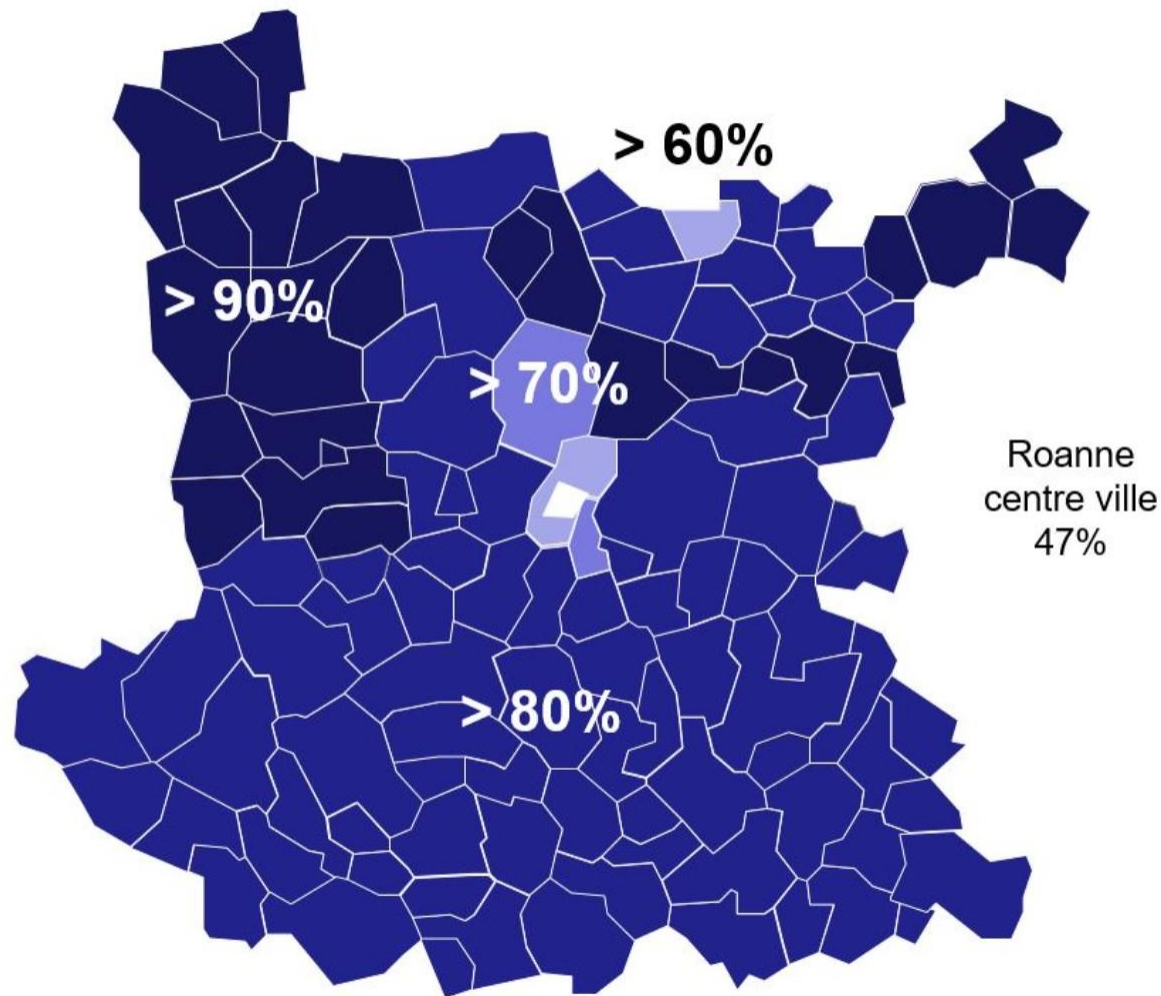
QUARTIERS - 64 %

AGGLOMERATION - 70 À 80 %

RURAL-PERIURBAIN - 85 À 95%

LA VOITURE MODE DE DEPLACEMENT PRINCIPAL POUR SES ACHATS

Part de la voiture comme mode de déplacement principal pour ses achats selon le lieu d'habitation (2010)





POUR ALLER PLUS LOIN



NOUVELLES TENDANCES

39% des actifs réalisent des achats à proximité de leur de lieu de travail

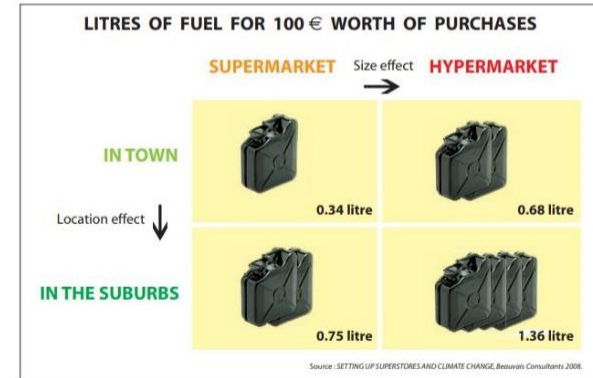
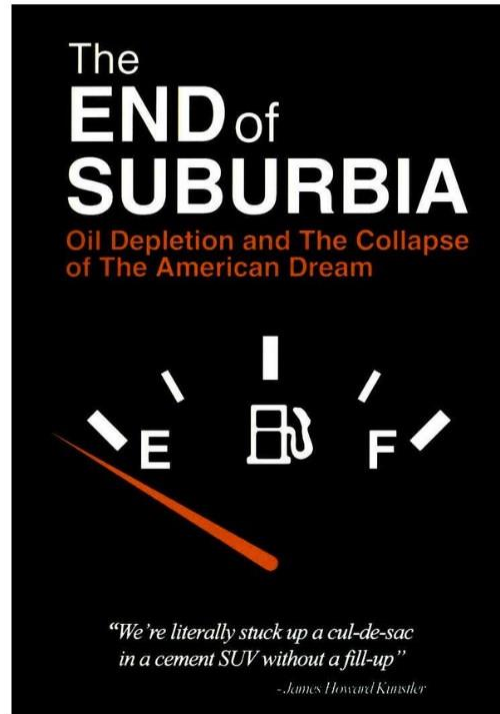
et 24% sur leur trajet domicile-travail au moins 1 fois par semaine

80% des ménagent réalisent des achats par Internet

35% recourent à la livraison à domicile (devant le point relais)

IMPACT CRISE 2008

L'augmentation du coût du carburant, vers la fin du modèle voiture/hypermarché ?



IMPACT DU MOUVEMENT GILETS JAUNES EN ROANNAIS



- LE COMMERCE DE PERIPHERIE DUREMENT IMPACTÉ
- EN COMMERCE DE CENTRE VILLE LE COMMERCE DE PROXIMITÉ A RESISTÉ - LE COMMERCE DE DESTINATION A ETE PLUS IMPACTÉ
- UN REPORT IMPORTANT DE CONSOMMATION QUI A BENEFICIE AU COMMERCE DE PROXIMITE DES BOURGS CENTRES ET PETITS SUPERMARCHÉS
- LES LIVRAISONS EN RELAIS COLIS ONT AUGMENTÉ



ELEMENTS DE CONCLUSION POUR LES VILLES MOYENNES

LIEN CONSOMMATION MOBILITE

Au delà du coût du déplacement, quelques facteurs qui pourraient changer la donne dans les villes moyennes...



MOINS D'IMPLANTATIONS PERIPHERIQUES

L'evasion commerciale concept discutable, impacts connus, perte de temps...



PRET A PORTER

Miser sur l'attractivité du commerce ne suffit plus



TAILLE DES MENAGES, VIEILLISSEMENT DEMOGRAPHIQUE

Des courses plus souvent, plus variées, mais moins de consommation



DENSIFICATION

Des documents d'urbanisme contraignants pour stopper l'étalement urbain et accélérer la tendance ?



PRISE DE CONSCIENCE

Consommation locale, environnement, santé, circuits courts...



E-COMMERCE

Pour les achats "contraints" notamment



DAVID CORDEIRO

Conseil commerce - urbanisme commercial

@ d.cordeiro@lyon-metropole.cci.fr

☎ 04 77 44 54 17 / 06 78 03 64 74