

Pays du Giennois

Chiffres clés du territoire

Mars 2010

V. CHEMINEAU



The slide features a white background with a large blue and yellow graphic element on the right side that resembles a rising curve or a stylized 'C'. The text is positioned on the left side of this graphic.

Finalités de l'étude


1- identifier qui achète quoi, où et pour combien ?

- quel est le profil des consommateurs ?
- quel est leur potentiel de consommation ?
- quels circuits de distribution fréquentent ils ?
- dans quels lieux consomment ils ?

2- mesurer les évolutions depuis 2004

Mars 2010

Présentation des résultats



The slide has a white background with a blue and yellow graphic element at the bottom right corner. The text is centered and left-aligned.

Pour quoi faire ?

1. Actualiser les bases de données existantes et mesurer les évolutions tant comportementales que d'attractivité de l'équipement commercial du Département et de chacun de ses pôles
2. Produire de l'information économique pour :
 - les professionnels dans le cadre de projets de développement et/ou de consolidation de leur activité
 - les collectivités dans le cadre notamment d'études préalables FISAC ou des schémas de développement commercial
 - les associations de commerçants pour mieux cibler les actions de communication et/ou d'animation
 - les institutionnels afin de fournir des données de cadrage à l'échelle du Département et de chacun de ses bassins

Mars 2010

Présentation des résultats



Méthodologie

- 1- Échantillonnage :
 - 3 000 ménages ont été interrogés sur le lieu de leur dernier acte d'achat
 - Échantillon représentatif au sens socio démographique sur chacun des bassins de vie (taille du ménage, âge du chef de famille, CSP du référent)
- 2- Produits :
 - Panel de 31 produits de consommation courante (7 alimentaires, 24 non alimentaires)
- 3- Mode de recueil de l'information auprès des ménages :
 - Enquête téléphonique réalisée à l'automne 2008
 - Recueil des déclarations de lieux de consommation pour chaque produit enquêté
 - Temps d'interview moyen : 15 min
- 4- Traitement des données :
 - Valorisation de la consommation des ménages
 - Reconstitution des flux de consommation

Mars 2010

Présentation des résultats



Première Partie

**Qui est le consommateur ?
Quel est son pouvoir d'achat ?
Comment consomme-t-il ?**

Mars 2010

Présentation des résultats



Qui est le consommateur ?

Mars 2010

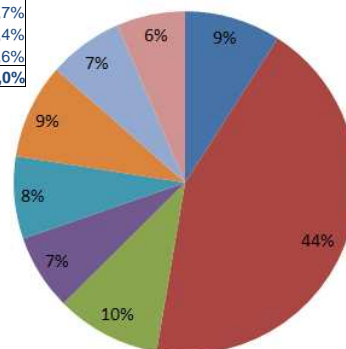
Présentation des résultats



Qui est le consommateur ? Poids et évolution des ménages

	Ménages en 2006	Evolution 1999/2006
Agglomération de Montargis	24 601	5,2%
Agglomération d'Orléans	118 203	8,5%
Pays Beauce Gâtinais en Pithiverais	26 827	8,5%
Pays du Giennois	19 348	7,3%
Pays Forêt d'Orléans Val de Loire	21 071	13,6%
Pays Gâtinais	24 314	11,7%
Pays Loire-Beauce	19 172	9,4%
Pays Sologne Val Sud	17 555	11,6%
Loiret	271 091	9,0%

Poids des territoires du Loiret



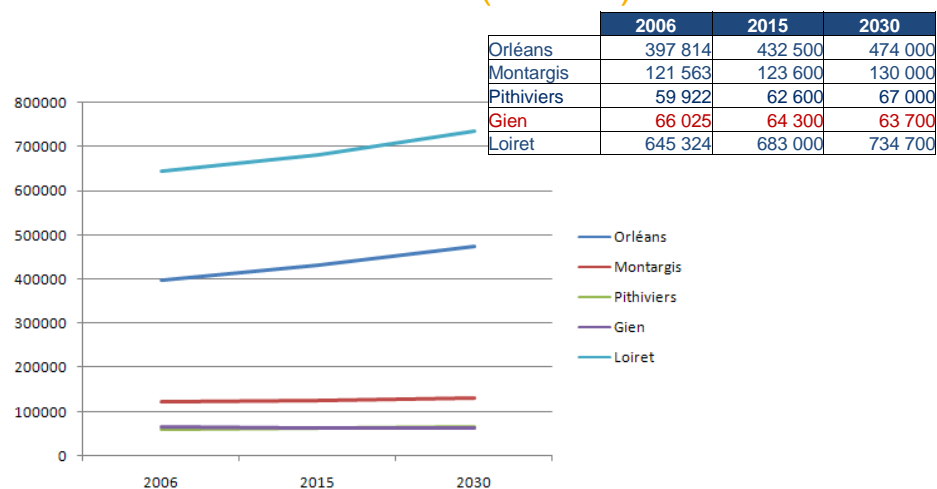
■ Agglomération de Montargis	■ Pays Forêt d'Orléans Val de Loire
■ Agglomération d'Orléans	■ Pays Gâtinais
■ Pays Beauce Gâtinais en Pithiverais	■ Pays Loire-Beauce
■ Pays du Giennois	■ Pays Sologne Val Sud

Mars 2010

Présentation des résultats



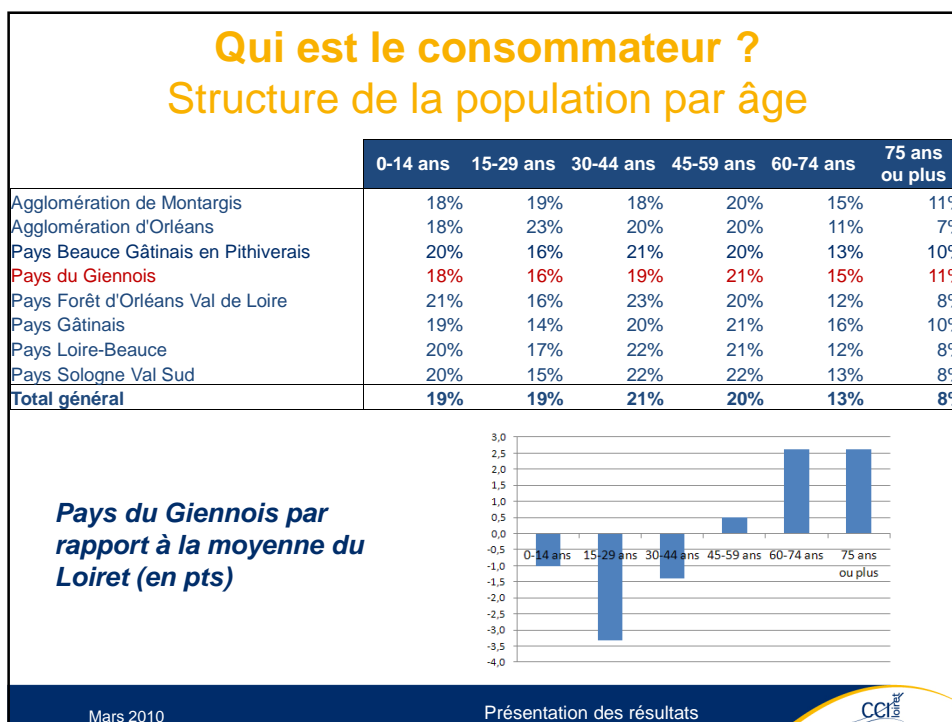
Qui est le consommateur ? Projection de la population par zone d'emploi en 2030 (INSEE)

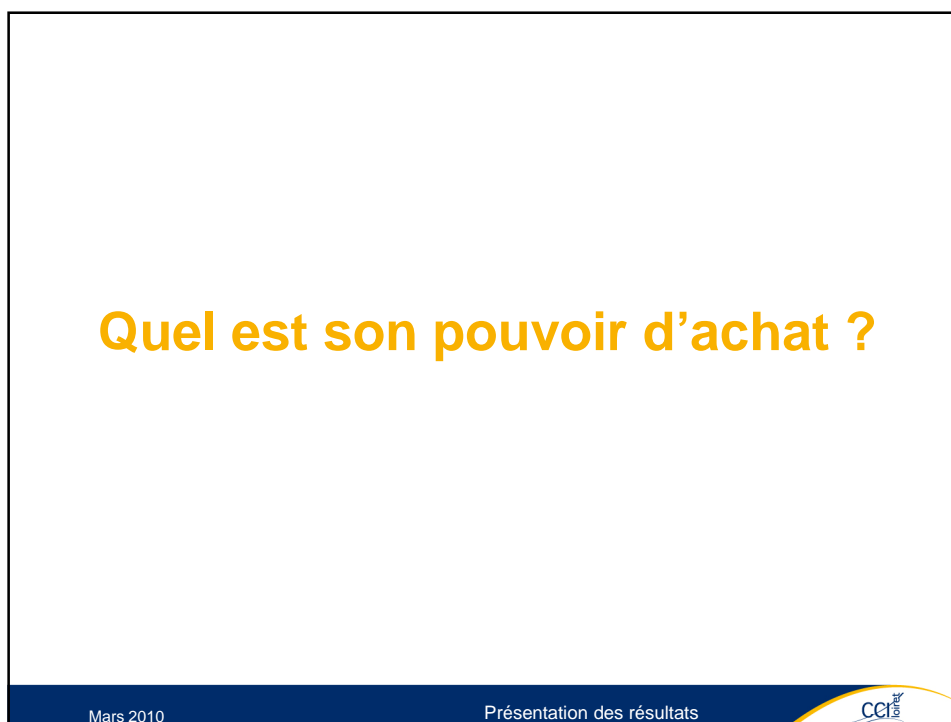
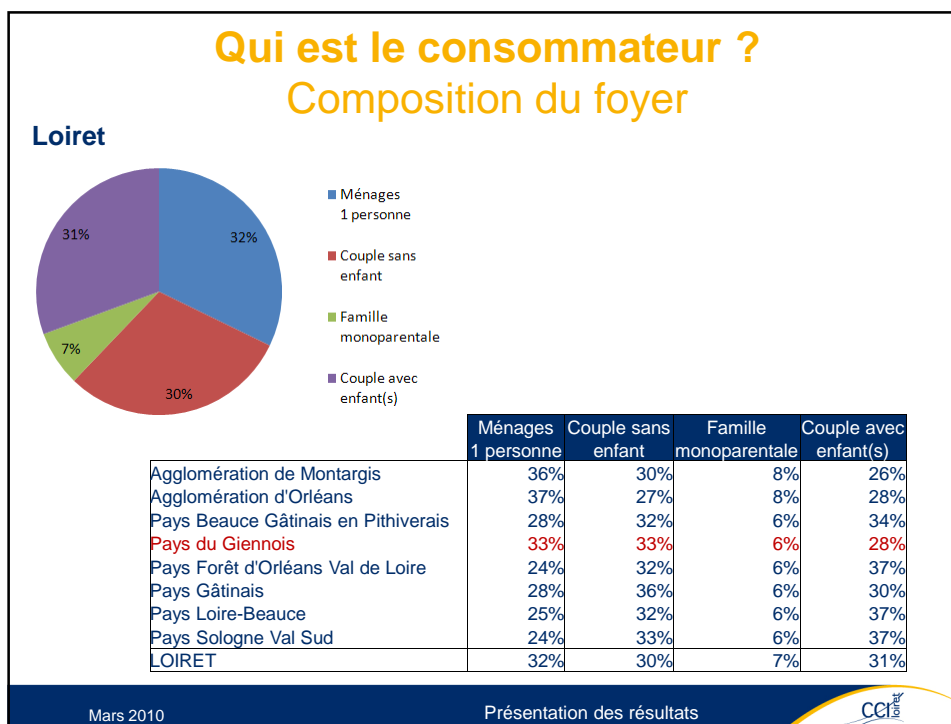


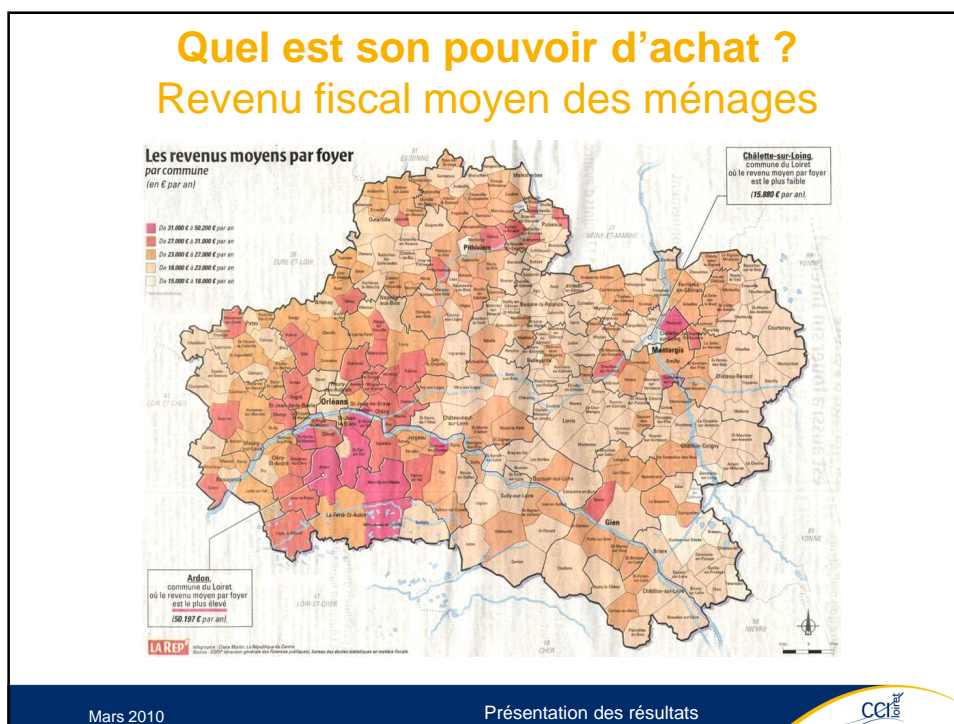
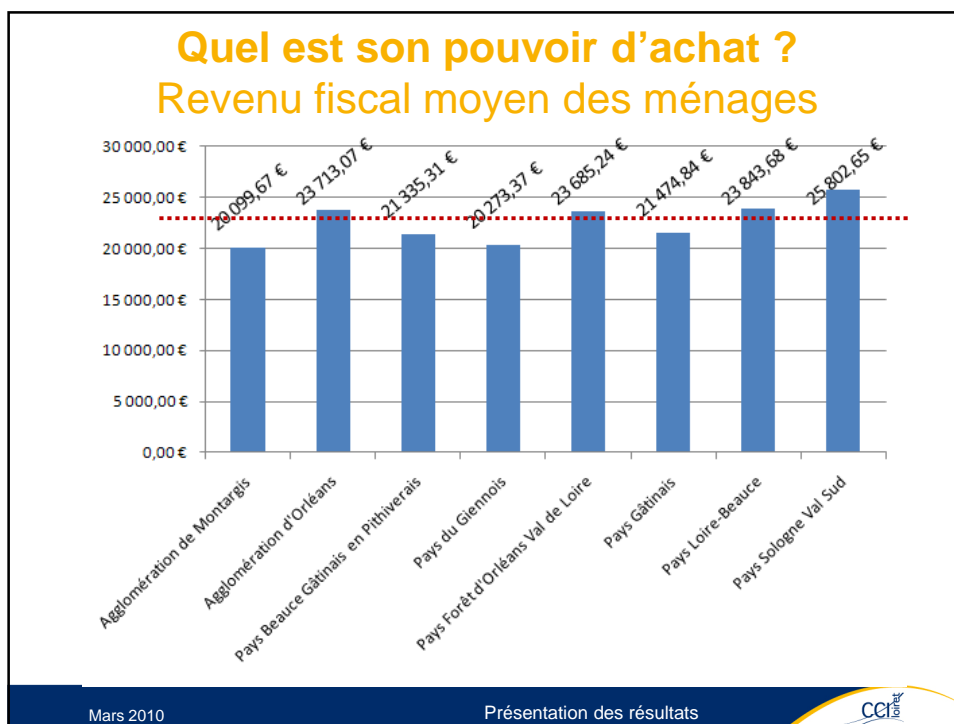
Mars 2010

Présentation des résultats



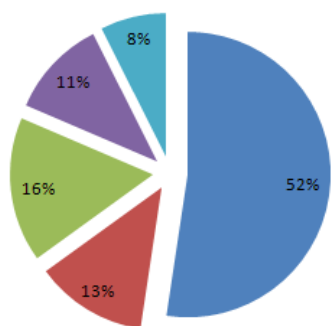






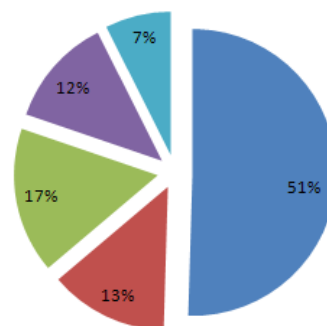
Quel est son pouvoir d'achat ? Arbitrage du budget des ménages du Pays

Pays du Giennois



Montant : 234 M€

Loiret



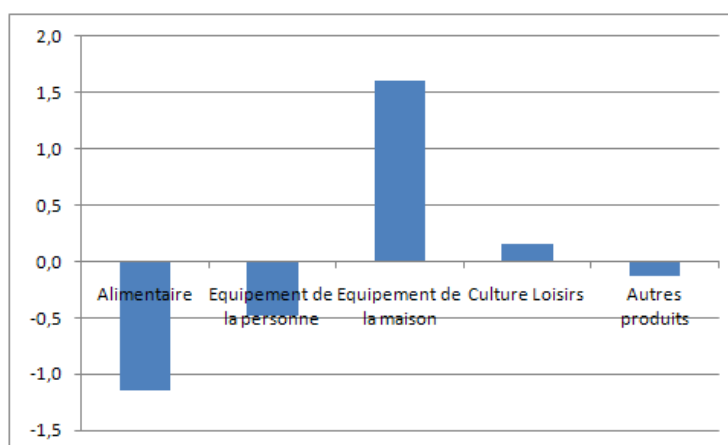
Montant : 3.470 M€

Mars 2010

Présentation des résultats

CCI
Loiret

Quel est son pouvoir d'achat ? Evolution 2004 / 2008 de la DC par famille de produits



Mars 2010

Présentation des résultats

CCI
Loiret

Quel est son pouvoir d'achat ?

Indices de disparité de la consommation

	IDC total	IDC alimentaire	IDC non alimentaire
Cher	92	99	87
Eure et Loir	98	104	92
Indre	91	98	85
Indre et Loire	96	100	93
Loir et Cher	94	100	87
Loiret	99	103	95
Région Centre	96	101	91

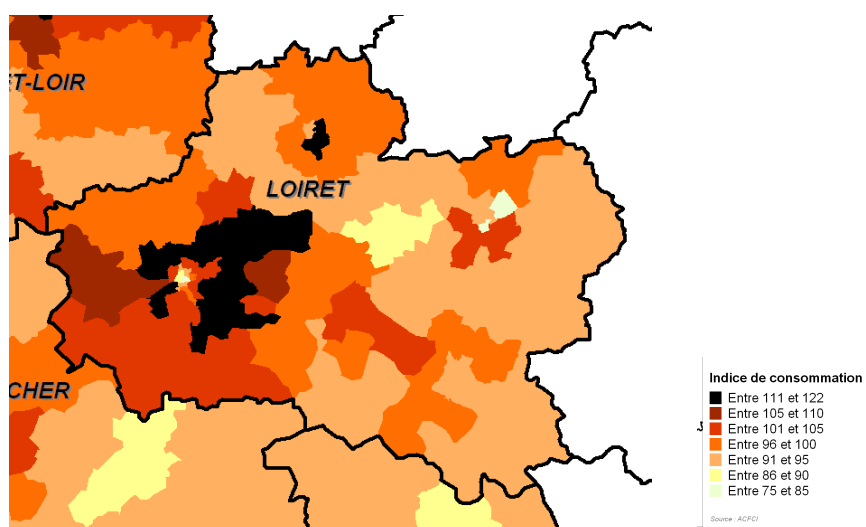
Mars 2010

Présentation des résultats



Quel est son pouvoir d'achat ?

Indices de disparité de la consommation



Mars 2010

Présentation des résultats



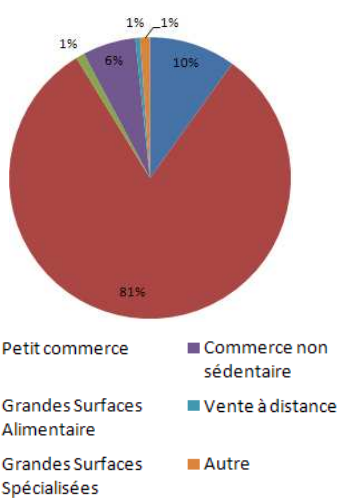
Comment consomme t-il ?

Mars 2010

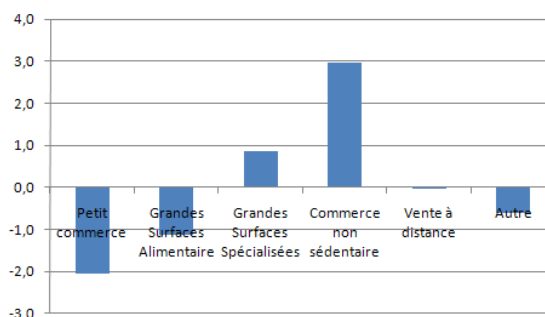
Présentation des résultats



Comment consomme t-il ? Formes de distributions fréquentées - alimentaire



Pays du Giennois par rapport à la moyenne du Loiret (en pts)

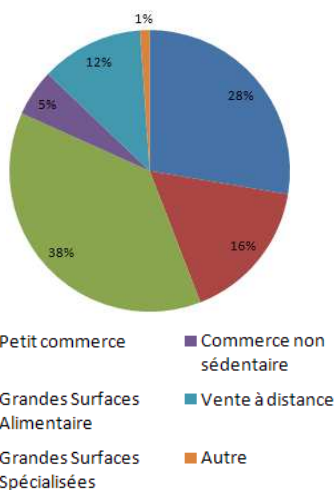


Mars 2010

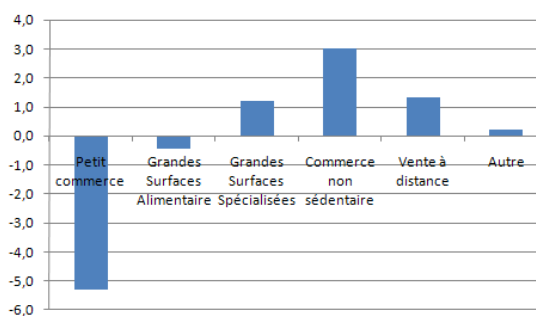
Présentation des résultats



Comment consomme t-il ? Formes fréquentées – équip. de la personne



Pays du Giennois par rapport à la moyenne du Loiret (en pts)

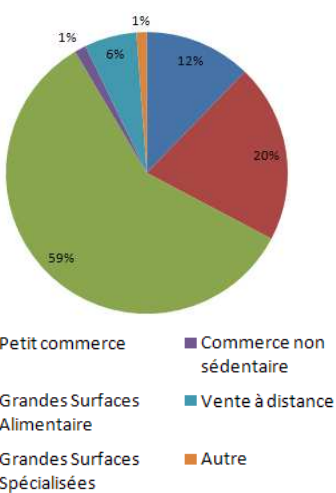


Mars 2010

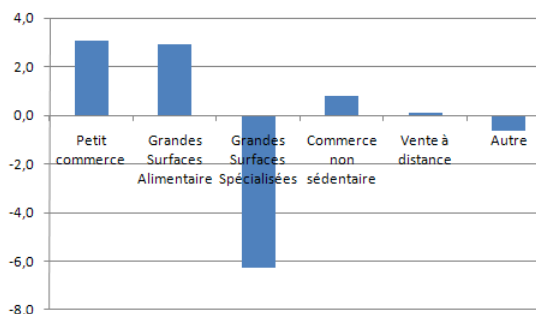
Présentation des résultats



Comment consomme t'il ? Formes fréquentées – équip. de la maison



Pays du Giennois par rapport à la moyenne du Loiret (en pts)

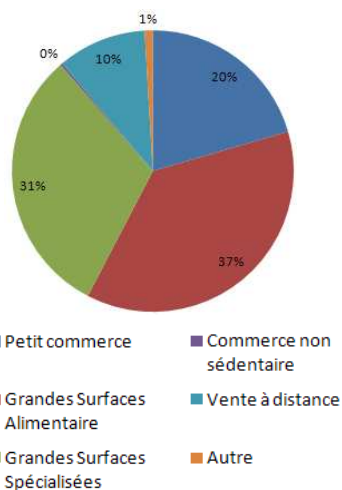


Mars 2010

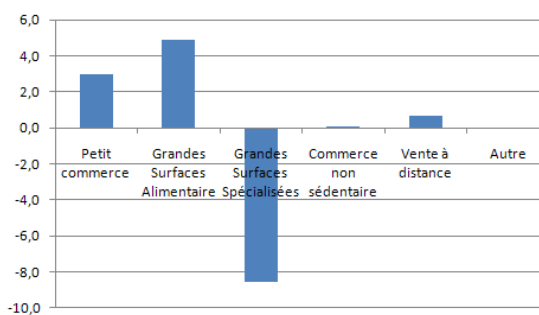
Présentation des résultats



Comment consomme t-il ? Formes fréquentées – culture-loisirs



Pays du Giennois par rapport à la moyenne du Loiret (en pts)



Mars 2010

Présentation des résultats



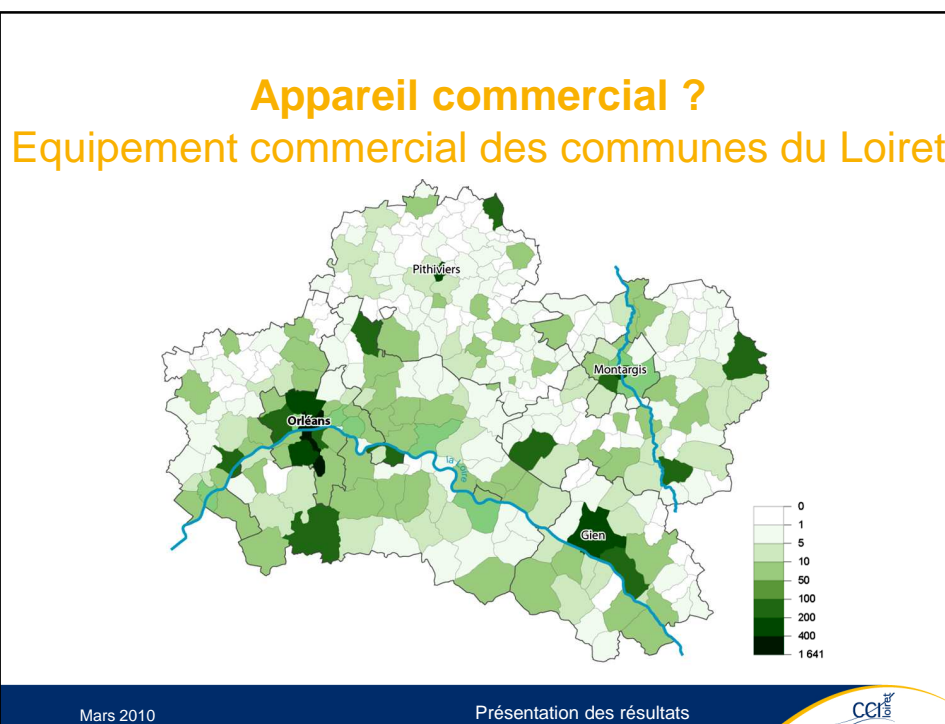
Deuxième partie

Comment est structuré l'appareil commercial ?

Mars 2010

Présentation des résultats





Appareil commercial ?

Poids du commerce

Pays du Giennois

	moins de 300		plus de 300		Total général
Nombre d'établissements	307	84,6%	56	15,4%	363
Surface de vente	22 281	24,2%	69 752	75,8%	92 033
Emploi Equivalent Temps Plein	909	53,9%	776	46,1%	1 686
Emploi Total	961	53,4%	839	46,6%	1 800

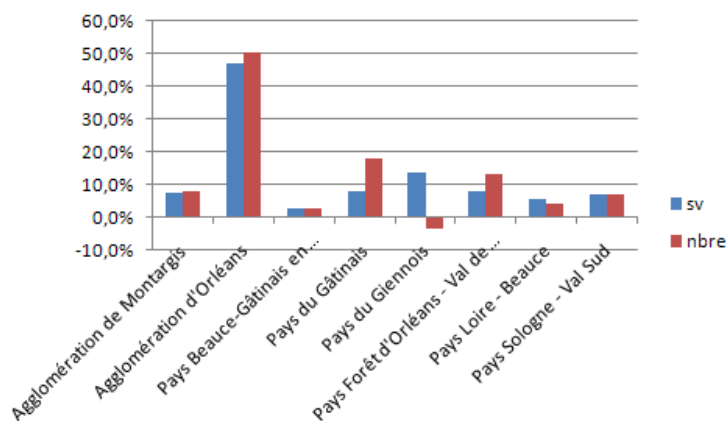
Loiret

	moins de 300		plus de 300		Total général
Nombre d'établissements	4 112	87,4%	594	12,6%	4 706
Surface de vente	293 826	27,4%	779 868	72,6%	1 073 694
Emploi Equivalent Temps Plein	12 734	54,1%	10 820	45,9%	23 554
Emploi Total	13 548	53,1%	11 954	46,9%	25 502

Mars 2010 Présentation des résultats

Appareil commercial

Répartition du solde d'établissements et de m² créés entre 2006 et 2009 par territoire



Mars 2010

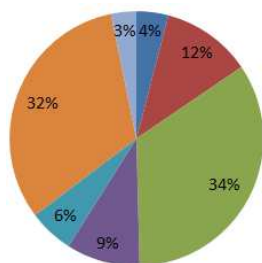
Présentation des résultats

CCIR

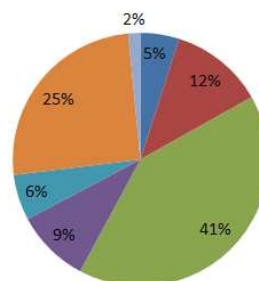
Appareil commercial

Répartition des m² par famille d'activités

Pays du Giennois

92 033 m²

Loiret

1 073 694 m²

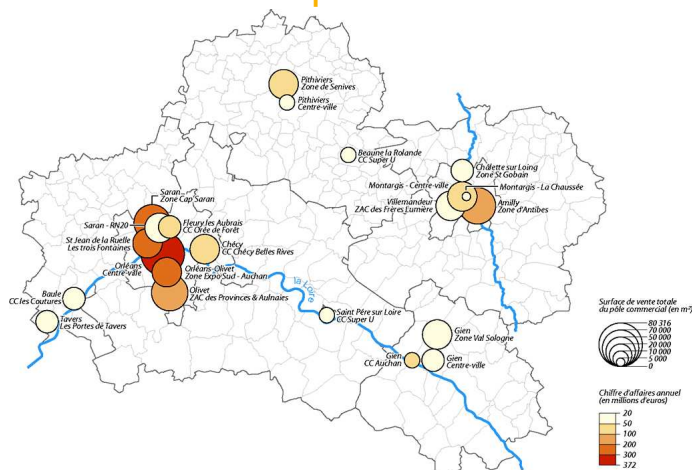
Mars 2010

Présentation des résultats

CCIR

Appareil commercial

Localisation des principaux pôles commerciaux du département



Mars 2010

Présentation des résultats

CCI Loire

Appareil commercial

Hit parade des principaux pôles du département

Val
Sologne
?

	Nombre de m ²	CA annuel en € *	Poids du CA dans le département
ORLEANS Centre-ville	80 318	372 473 400	11,1%
ST JEAN DE LA RUELLE Les Trois Fontaines	41 665	262 904 659	7,8%
ORLEANS-OLIVET Zone Expo Sud / Auchan	37 609	245 027 199	7,3%
SARAN Cap Saran	63 733	230 002 783	6,8%
AMILLY Antibes	51 071	195 535 632	5,8%
OLIVET Provinces et Aulnaies	68 925	183 926 786	5,5%
CHECY Belles Rives	23 208	89 385 342	2,7%
FLEURY LES AUBRAIS Orée de Forêt	19 243	80 756 183	2,4%
PITHIVIERS Zac de Senives	28 275	70 445 564	2,1%
GIEN Auchan	7 439	63 056 674	1,9%

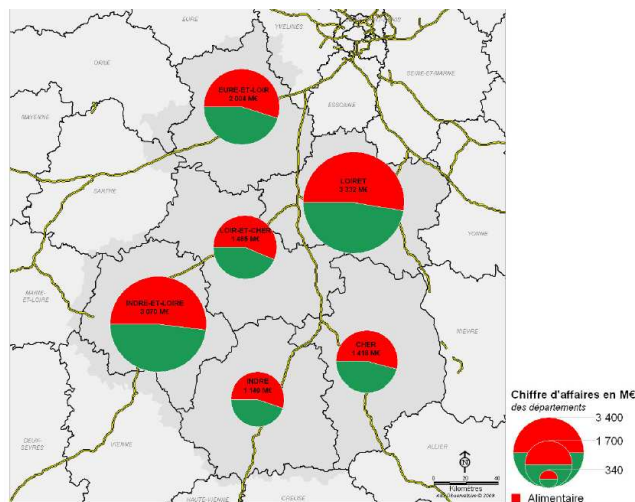
* - Sur la base des produits enquêtés hors achats de passage, flux touristiques et achats professionnels

Mars 2010

Présentation des résultats

CCI Loire

Appareil commercial Chiffre d'affaires par département

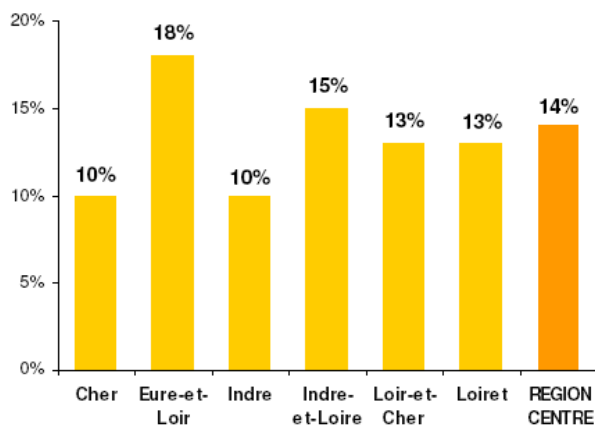


Mars 2010

Présentation des résultats



Appareil commercial Evolution 2004/2008 du chiffre d'affaires par département



Mars 2010

Présentation des résultats



Troisième partie

Quel est le fonctionnement commercial du territoire ?

Mars 2010

Présentation des résultats



Fonctionnement commercial Principaux flux non-alimentaires dans le Loiret



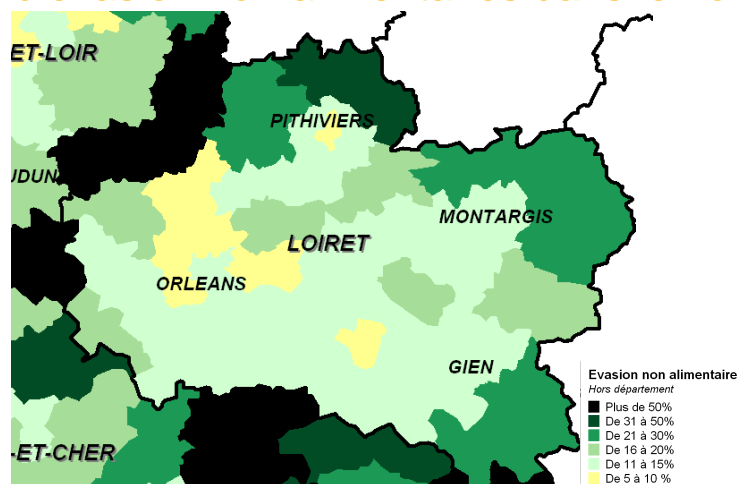
Mars 2010

Présentation des résultats



Fonctionnement commercial

Taux d'évasion non-alimentaires dans le Loiret



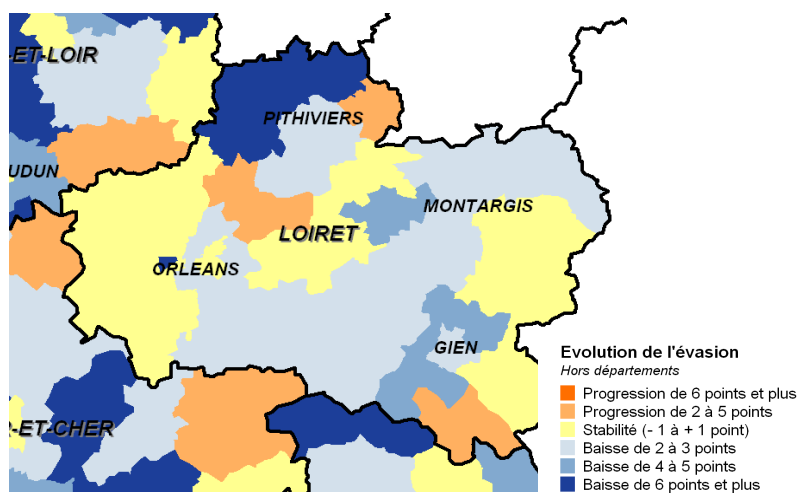
Mars 2010

Présentation des résultats



Fonctionnement commercial

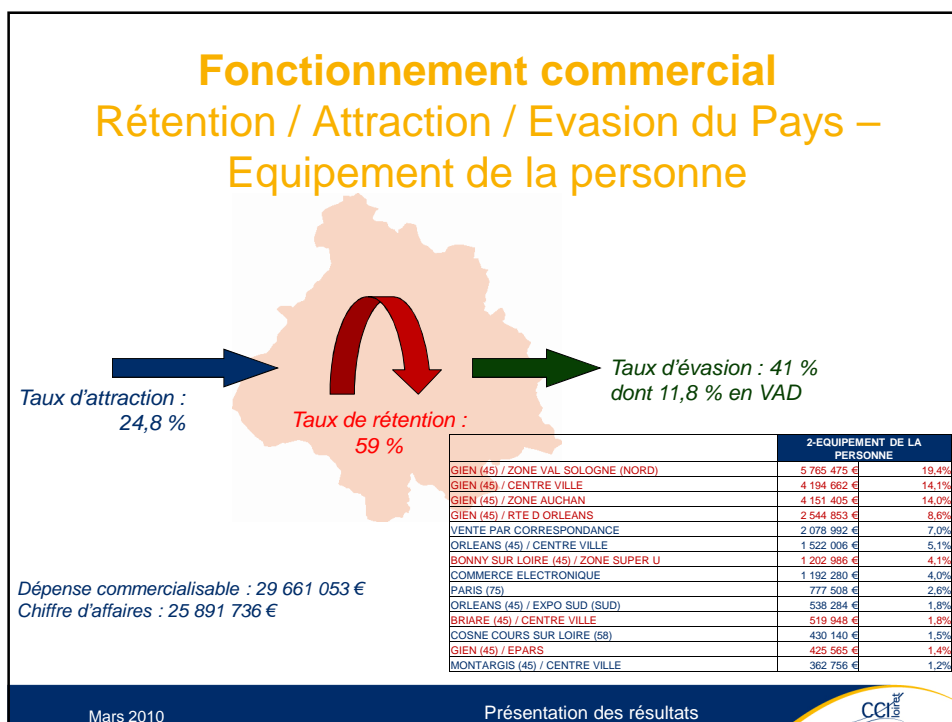
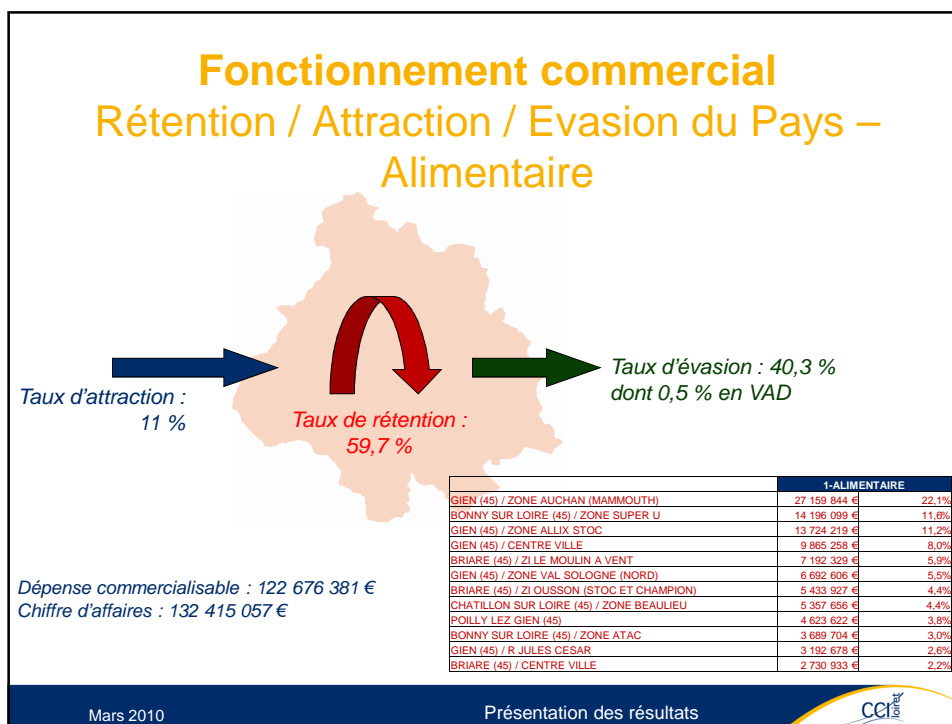
Evolution des taux d'évasion dans le Loiret

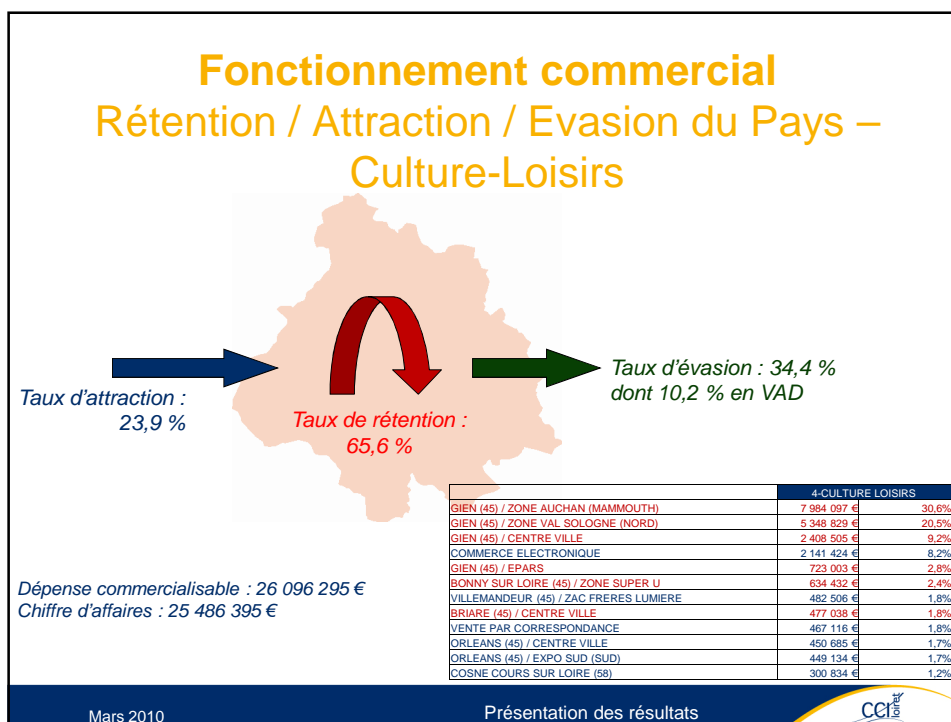
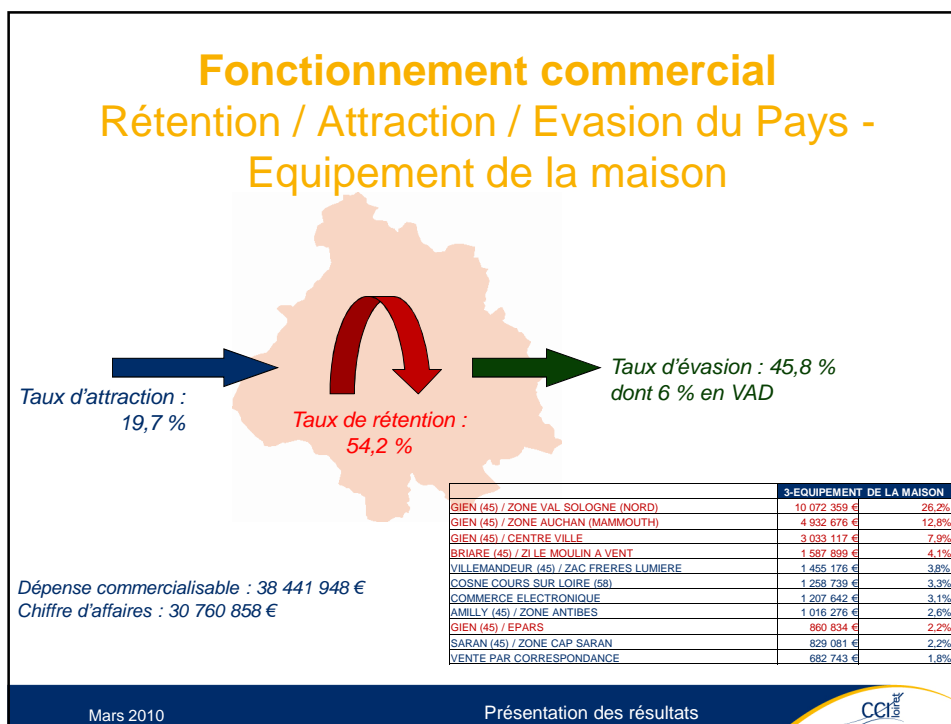


Mars 2010

Présentation des résultats







Merci de votre attention