

INITIAL > Territoire de BRUYÈRES

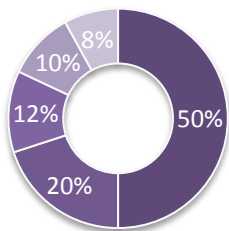


Observatoire du Commerce et de la Consommation



MARCHE DE CONSOMMATION

Potentiel de dépenses annuelles des ménages



- Alimentaire
- Équipement de la maison
- Équipement de la personne
- Culture-loisirs
- Hygiène Santé Beauté

• **10 051**
nombre de ménages
en hausse de 4% depuis 2010

• **129** millions €
montant annuel des dépenses
commercialisables

• **63** millions €
pour les dépenses alimentaires

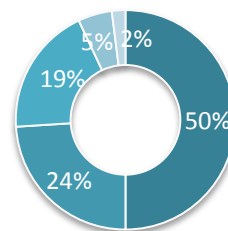
• **65** millions €
pour les dépenses non-alimentaires

► **L'analyse** : La croissance du marché de consommation du bassin de Bruyères est proche de celle de la Lorraine (5%). La dépense annuelle moyenne d'un ménage (12 810 €) est légèrement inférieure au niveau régional (12 870 €).



FORMES DE VENTE

Fréquentées par les ménages du territoire



- Grande distribution alimentaire
- Grandes et moyennes surfaces
- Commerce traditionnel
- Vente à distance
- Autres formes de vente

• **79%**
des achats **alimentaires** sont réalisés
dans les grandes surfaces
alimentaires
dont 52% pour les seuls
hypermarchés

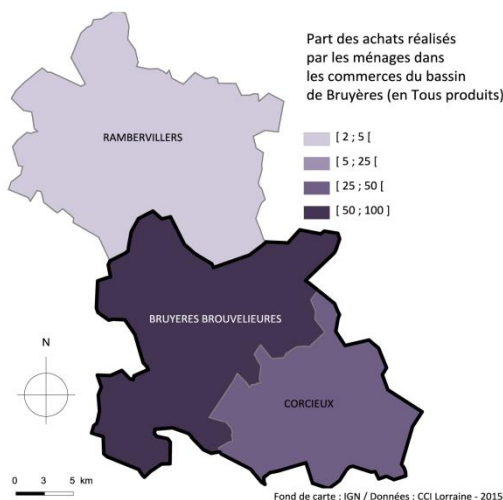
• **66%**
des achats **non-alimentaires** sont
réalisés dans la grande distribution
dont 42% pour les grandes surfaces
spécialisées

► **L'analyse** : La grande distribution est le circuit de distribution dominant tant en alimentaire qu'en non-alimentaire. Le commerce traditionnel résiste bien et capte 19% des dépenses des habitants du bassin.



PERFORMANCE COMMERCIALE

La zone de chalandise du territoire

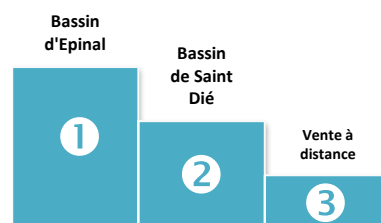


► **L'analyse** : La part des dépenses réalisées localement par les ménages résidents est de 53 %. Le bassin de Bruyères exerce donc une attraction assez moyenne sur ses résidents et n'attire que peu les consommateurs des zones voisines.



EVASION COMMERCIALE

Les dépenses réalisées hors du territoire



• **47%**
part de l'évasion
globale

• **5%**
part de la vente à
distance tous produits

► **L'analyse** : L'évasion commerciale est élevée. Epinal, et dans une moindre mesure Saint-Dié, attirent les consommateurs du bassin de Bruyères.

La vente à distance (internet + vente par correspondance) atteint 5%, soit un point de moins que la moyenne régionale (6%).



► Méthodologie d'enquête :

Qui consomme quoi, où et combien ?

- Une enquête téléphonique conduite auprès d'un échantillon représentatif de **9850 ménages lorrains et frontaliers** à l'automne 2014.
- Un questionnement sur le dernier acte d'achat sur un panel de **34 produits de consommation courante** :
9 produits alimentaires / 24 produits non-alimentaires
- **201 secteurs d'enquêtes** :
168 en Lorraine / 33 dans l'espace transfrontalier

Au total, ce sont près de **300 000 actes d'achats** qui constituent une base de données unique en Lorraine et reflétant de manière fiable et précise les pratiques de consommation des ménages.

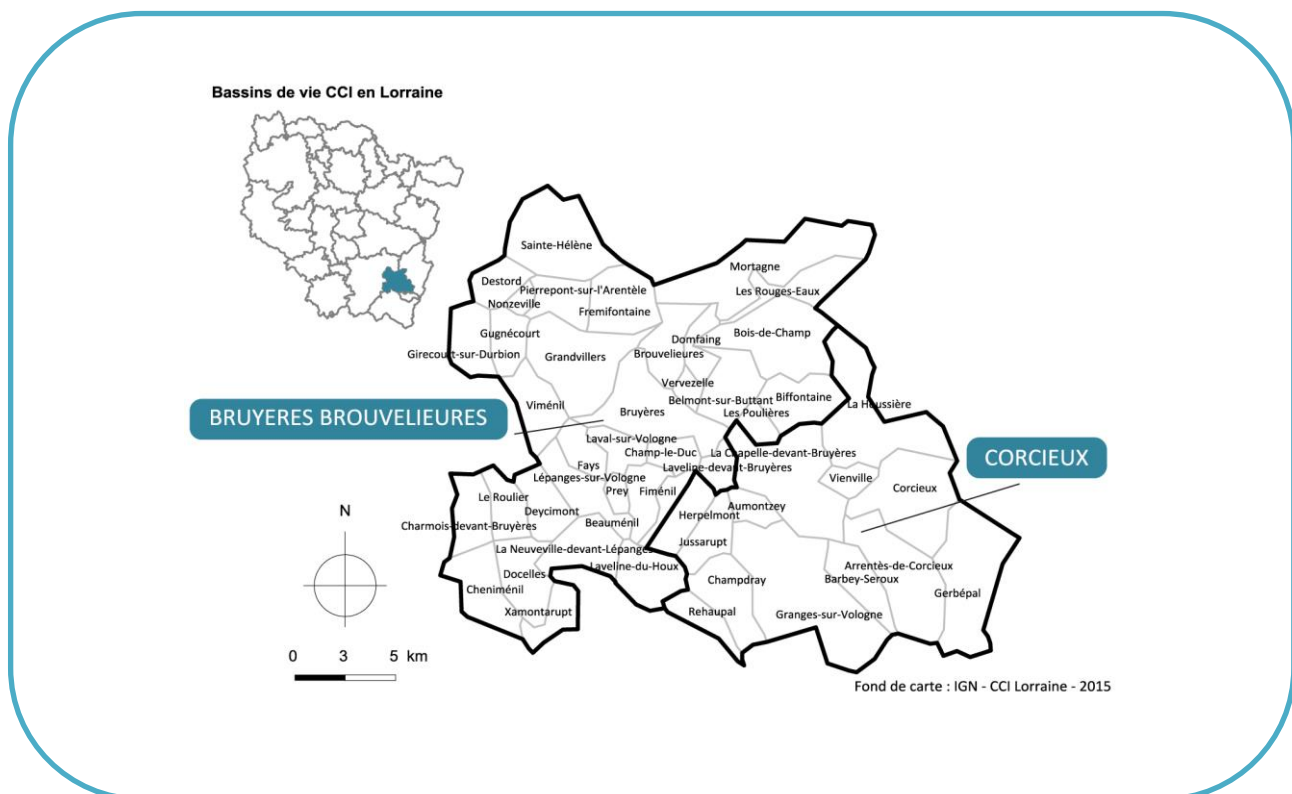
► Nos prestations

Du projet d'entreprise au projet de territoire, notre expertise est au service des acteurs du commerce, adaptée à vos besoins pour une étude de marché ou un plan stratégique de développement commercial :

- Evaluer un marché de consommation
- Définir une zone de chalandise
- Mesurer une évansion commerciale
- Estimer un chiffre d'affaires
- Qualifier un pôle commercial
- Diagnostiquer les dynamiques commerciales

► Le bassin de Bruyères

2 zones d'études



→ Contacts

**Direction de l'Information Economique
et des Etudes Stratégiques**

✉ j.sottiriou@vosges.cci.fr

☎ **03 29 38 64 32**