

INITIAL > Territoire de Mirecourt

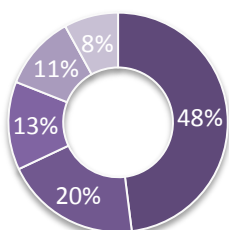


Observatoire du Commerce et de la Consommation



MARCHE DE CONSOMMATION

Potential de dépenses annuelles des ménages



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

• **5 329**
nombre de ménages
en hausse de 3% depuis 2010

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

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

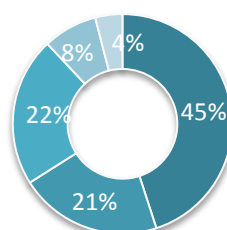
• **35** millions € :
pour les dépenses non-alimentaires

► **L'analyse** : Territoire rural et resserré autour de la ville de Mirecourt, ce bassin a un potentiel de consommation qui croit moins vite que le marché lorrain. La dépense annuelle moyenne d'un ménage (12 568 €) est 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

• **72%**
des achats **alimentaires** sont réalisés
dans les grandes surfaces
alimentaires
dont 48% pour les supermarchés

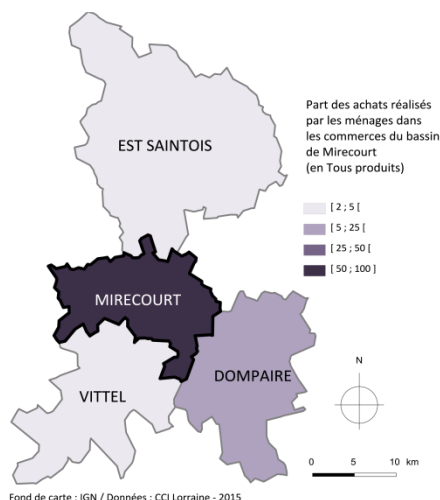
• **59%**
des achats **non-alimentaires** sont
réalisés dans la grande distribution
dont 37% pour les grandes surfaces
spécialisées

► **L'analyse** : La grande distribution est le circuit de distribution dominant tant en alimentaire qu'en non-alimentaire. En l'absence d'hypermarchés sur le territoire, les supermarchés captent 48% de la consommation alimentaire. A noter la part du commerce non sédentaire pour les dépenses alimentaires qui atteint 5%. Le commerce traditionnel résiste très bien avec 22% des dépenses tous produits, taux nettement supérieur à la moyenne lorraine (17%).



PERFORMANCE COMMERCIALE

La zone de chalandise du territoire

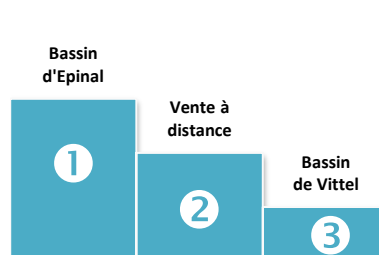


► **L'analyse** : La part des dépenses réalisées localement par les ménages résidents est de 60%. L'attraction commerciale est fragile et résiste grâce aux dépenses alimentaires. Pour les dépenses non-alimentaires, le bassin de Mirecourt est moins attractif auprès de ses ménages et attire peu les ménages des autres zones.



EVASION COMMERCIALE

Les dépenses réalisées hors du territoire



• **40%**
part de l'évasion
globale

• **8%**
part de la vente à
distance tous produits

► **L'analyse** : L'évasion commerciale est assez élevée, mais pas anormale pour ce territoire rural. L'attractif bassin d'Epinal attire près de 20% des flux d'achats extérieurs. La vente à distance (internet + vente par correspondance) est importante : elle atteint 8% contre 6% en Lorraine.



Pour aller plus loin > Comprendre > Analyser > Décider

► 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 :

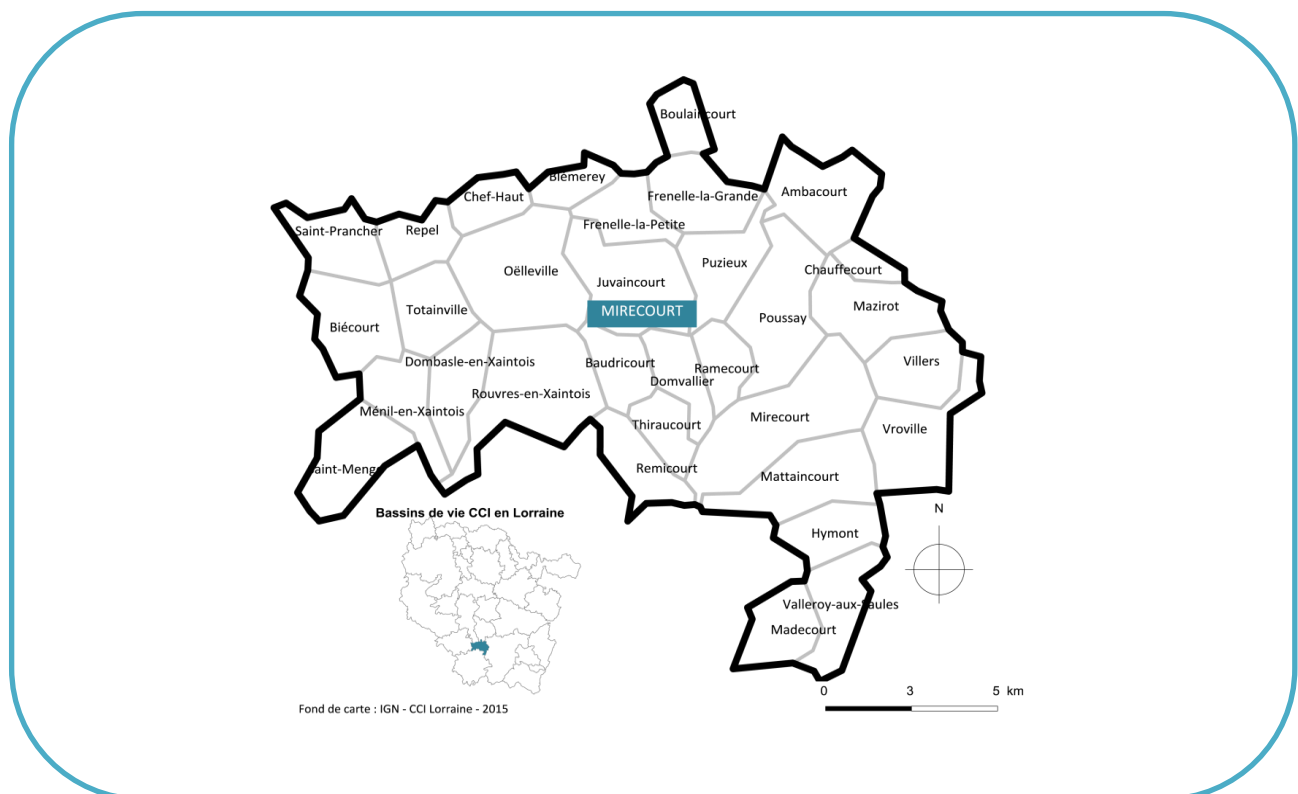
- Evaluer un marché de consommation
- Définir une zone de chalandise
- Mesurer une éviation commerciale
- Estimer un chiffre d'affaires
- Qualifier un pôle commercial
- Diagnostiquer les dynamiques commerciales

➔ Pour plus d'informations sur nos prestations, consultez notre catalogue produits sur :

<http://www.lorraine.cci.fr/produit>

► Le bassin de Mirecourt

1 zone d'étude



➔ Contacts

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

✉ j.sottiriou@vosges.cci.fr

☎ 03 29 38 64 32