

INITIAL > Territoire de Vittel

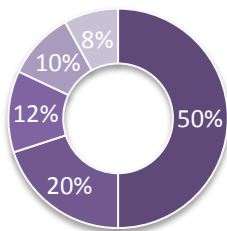


Observatoire du Commerce et de la Consommation



MARCHE DE CONSOMMATION

Potentiel de dépenses annuelles des ménages



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

• **13 779**
nombre de ménages
en hausse de 2% depuis 2010

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

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

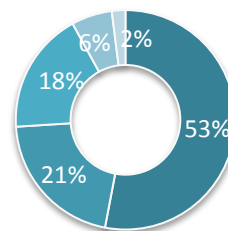
• **87 millions €**
pour les dépenses non-alimentaires

► **L'analyse** : Le marché local de consommation croît moins vite que le marché régional et départemental du fait d'un faible accroissement du nombre des ménages. La dépense annuelle moyenne d'un ménage du bassin de Vittel s'élève à 12 561 €, 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

• **82%**
des achats **alimentaires** sont réalisés
dans les grandes surfaces
alimentaires
dont 40% pour les seuls
hypermarchés

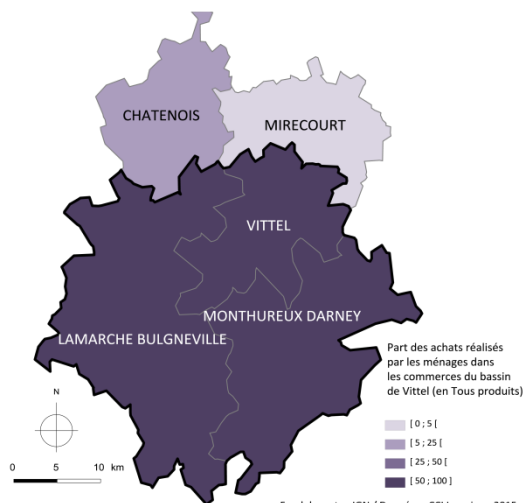
• **64%**
des achats **non-alimentaires** sont
réalisés dans la grande distribution
dont 39% pour les grandes surfaces
spécialisées

► **L'analyse** : La grande distribution est le circuit de distribution dominant tant en alimentaire qu'en non-alimentaire. Localement, la part du commerce traditionnel résiste bien à 18% soit un niveau légèrement supérieur à celui de la Lorraine (17%).



PERFORMANCE COMMERCIALE

La zone de chalandise du territoire

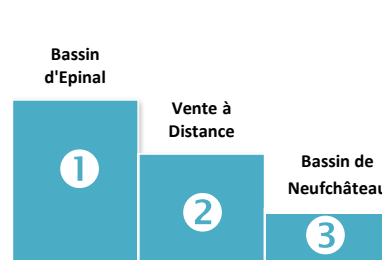


► **L'analyse** : La part des dépenses réalisées à l'intérieur du bassin de Vittel par ses ménages résidents est de 72 %, dont 61% de cette dépense captés par le secteur de Vittel-Contrexéville. Le rayonnement commercial s'exerce sur un vaste territoire rural.



EVASION COMMERCIALE

Les dépenses réalisées hors du territoire



• **28%**
part de l'évasion
globale

• **6%**
part de la vente à
distance tous produits

► **L'analyse** : Le bassin d'Epinal est la première destination d'achats extérieure au bassin de Vittel. Equivalente à celle enregistrée en Lorraine, la part de la vente à distance (internet + vente par correspondance) atteint 6%.



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 :

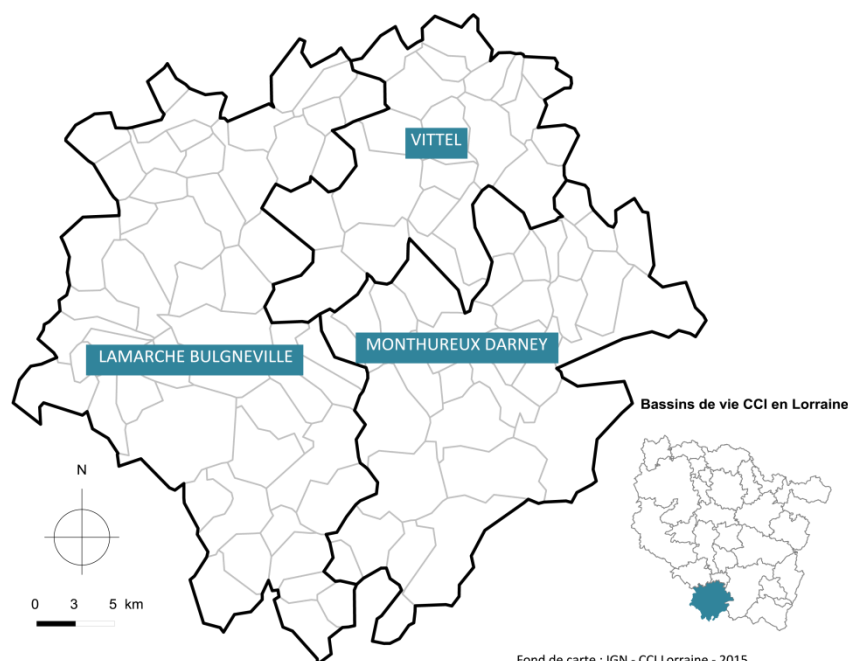
- Evaluer un marché de consommation
- Définir une zone de chalandise
- Mesurer une éviation commerciale
- Estimer un chiffre d'affaires
- Qualifier un pôle commercial
- Diagnostiquer les dynamiques commerciales

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

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

► Le bassin de Vittel

3 zones d'études



➔ Contacts

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

✉ j.sottiriou@vosges.cci.fr

☎ **03 29 38 64 32**