

Etude commerce sur la Vallée de l'Hérault

Présentation du 12 mai 2022



Accélérateur des entreprises et des territoires

Portrait de territoire

Données Obseco 2022



Accélérateur des entreprises et des territoires



ÉVOLUTION DE LA POPULATION

	2008	2013	2018	Taux de variation annuel 2008 - 2013	Taux de variation annuel 2013 - 2018
Zone d'étude	32 298	35 566	39 499	+1,9%	+2,1%
Hérault	1 019 798	1 092 331	1 159 220	+1,4%	+1,2%

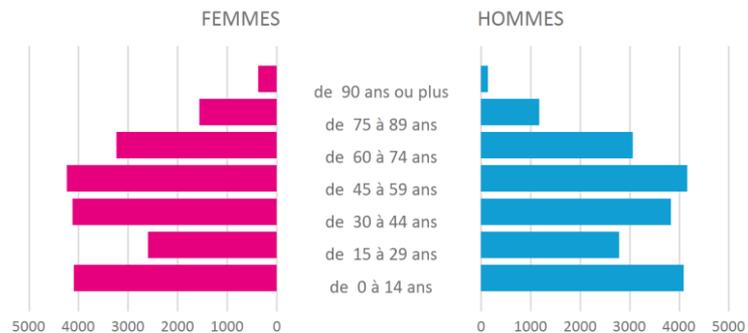
Source : Insee

POPULATION PAR ÂGE EN 2018 - ZONE D'ÉTUDE

	Femmes	Hommes	Total
de 0 à 14 ans	4 097	4 096	8 194
de 15 à 29 ans	2 593	2 793	5 386
de 30 à 44 ans	4 123	3 833	7 956
de 45 à 59 ans	4 233	4 161	8 394
de 60 à 74 ans	3 234	3 067	6 302
de 75 à 89 ans	1 564	1 180	2 744
de 90 ans ou plus	378	147	525
Total	20 222	19 277	39 499

Source : Insee

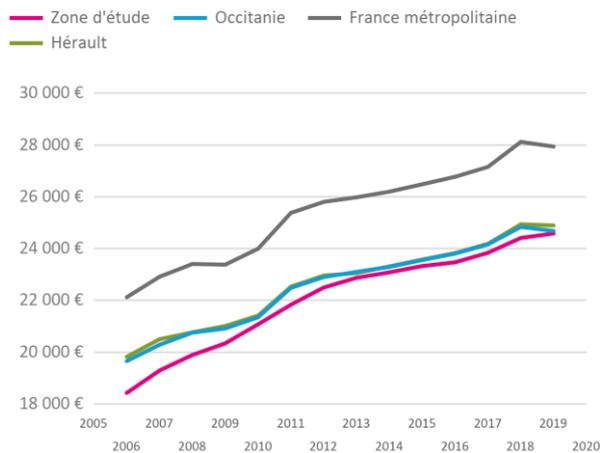
	2013	2018
Indice de jeunesse	111,6	109,7
Taux de dépendance économique	28,6%	30,4%
Part des personnes âgées de 60 ans ou plus	23,7%	24,2%





ÉVOLUTION DU REVENU DES FOYERS FISCAUX

ÉVOLUTION DU REVENU ANNUEL MOYEN



Source : Direction Générale des Impôts - Impôt sur le revenu

2019	Part des foyers fiscaux imposés
Zone d'étude	43,6%
Hérault	45,0%
Occitanie	46,7%
France métropolitaine	50,5%

2019	Revenu mensuel moyen
Zone d'étude	2 049 €
Hérault	2 075 €
Occitanie	2 057 €
France métropolitaine	2 328 €

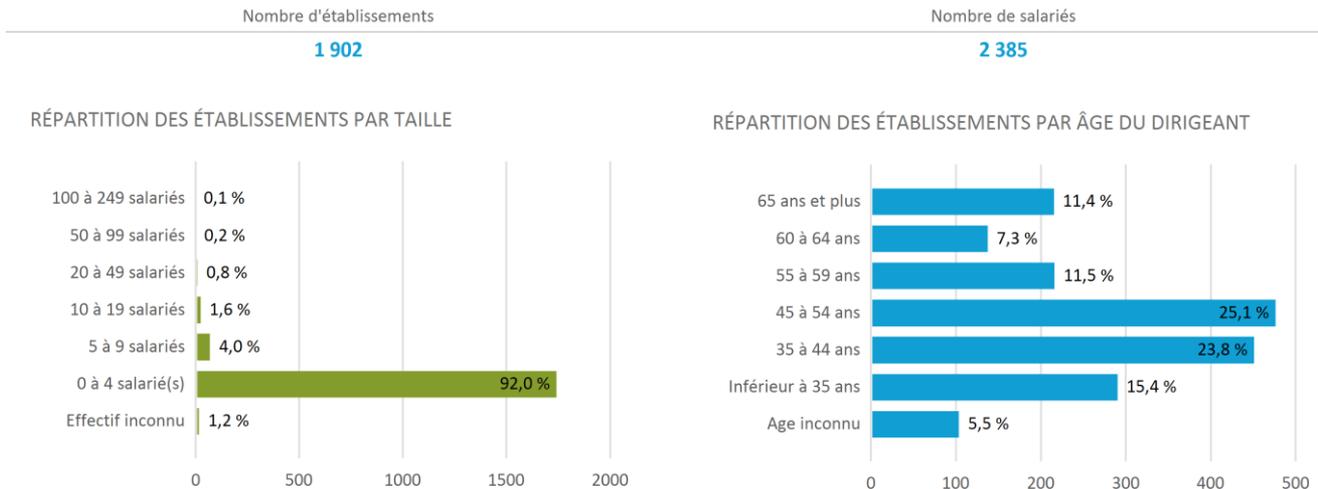
2019	Part des foyers fiscaux concernés par les retraites et pensions
Zone d'étude	33,8%
Hérault	35,7%
Occitanie	37,8%
France métropolitaine	35,2%

Note méthodologique

Certaines communes présentent des données incomplètes en raison du **secret statistique**. C'est pourquoi la somme de toutes les communes d'un même département ne correspond pas toujours à la donnée départementale.



ÉTABLISSEMENTS INSCRITS AU REGISTRE DU COMMERCE ET DES SOCIÉTÉS AU 11/05/2022 - ZONE D'ÉTUDE



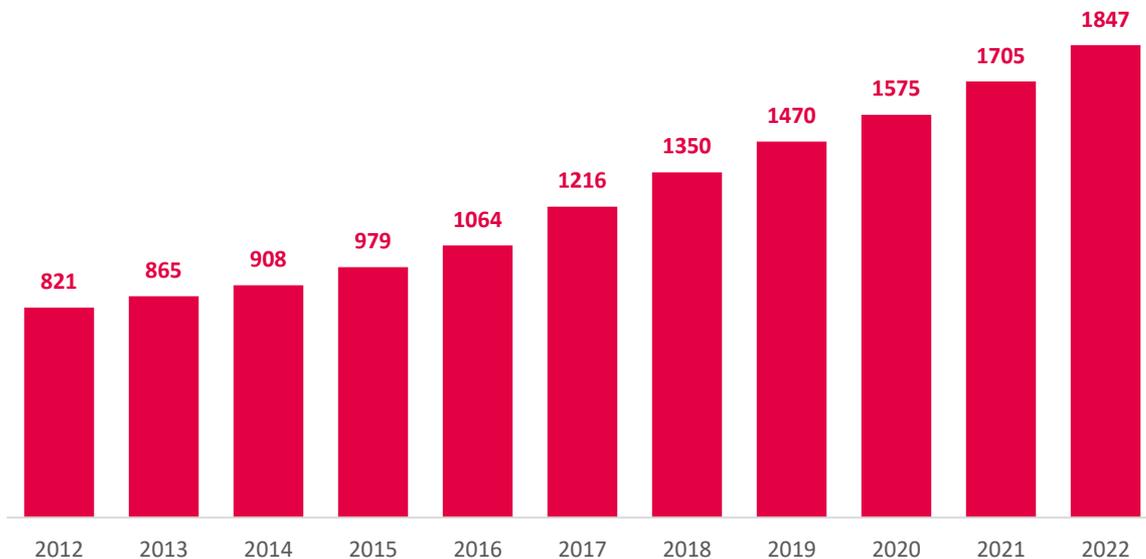
Sources : Fichiers des CCI d'Occitanie - URSSAF

Sources : Fichiers des CCI d'Occitanie - URSSAF

Les traitements statistiques détaillés ci-dessous ne tiennent compte que des établissements inscrits au Registre du Commerce et des Sociétés (RCS). Les établissements inscrits au Répertoire des Métiers (RM) uniquement ne sont pas comptabilisés, tout comme les professions libérales.



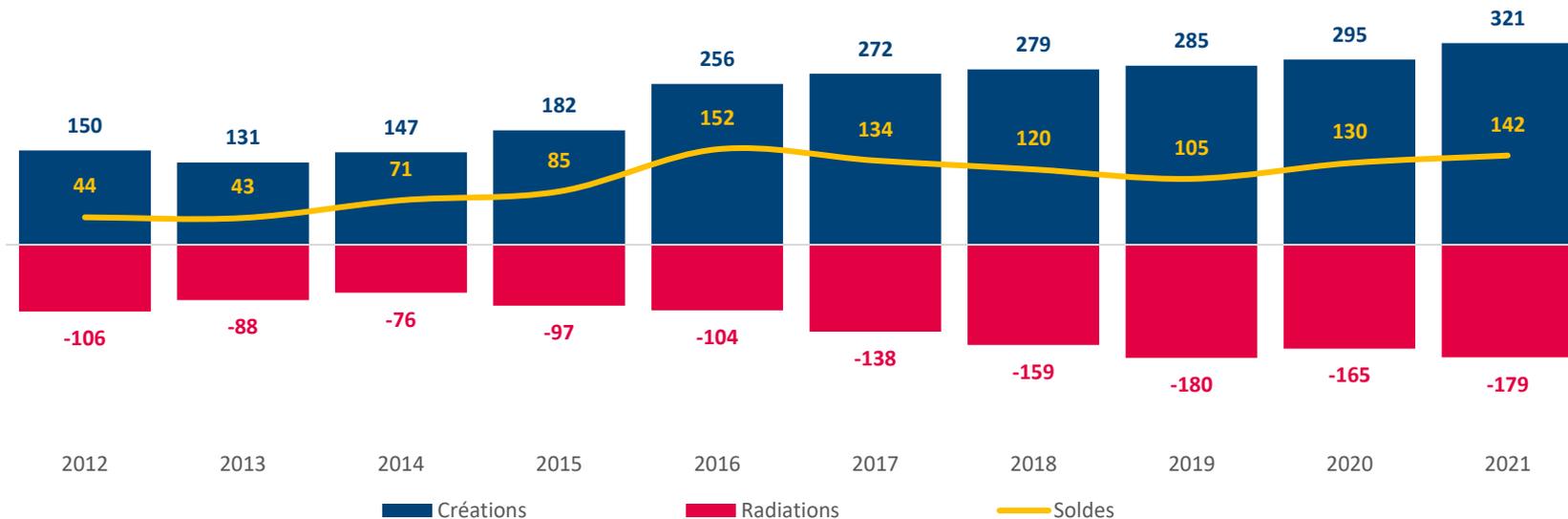
Nombre d'établissements au 1er janvier - Tous secteurs d'activités*



* Registre du Commerce et des Société Uniquement – Périmètre CCVH
Sources : CCI Hérault, 11/04/2022



Créations et radiations d'entreprises – Tous secteurs d'activités*

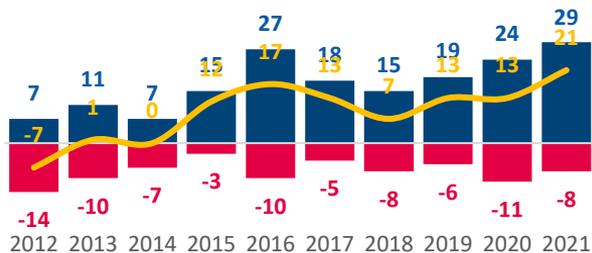


* Registre du Commerce et des Société Uniquement – Périmètre CCVH
Sources : CCI Hérault, 11/04/2022

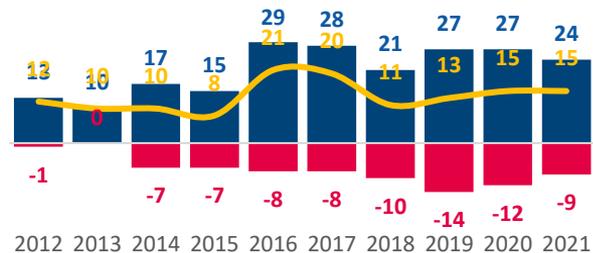


Une dynamique portée par le secteur des services

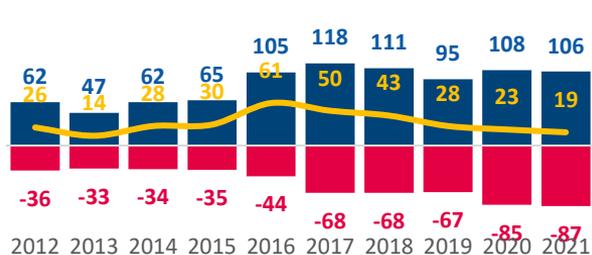
Industrie



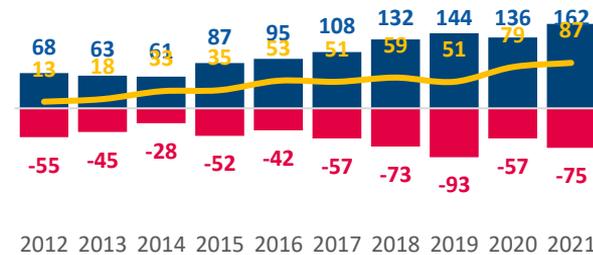
Construction



Commerce



Services



■ Créations

■ Radiations

— Soldes

Comportements d'achats

Observatoire du commerce, CCI Occitanie / AID 2020



Accélérateur des entreprises et des territoires



Classification des commerces par famille

Alimentaire

Boulangeries,
pâtisseries,
Boucheries,
poissonneries,
épiceries,
primeurs, cavistes
Supermarchés,
hypermarchés,
supérettes

Equipelement de la personne

Prêt à porter,
Maroquineries,
Bijouteries
Chaussures,
Pressings,
Cordonniers

Equipelement du foyer

Magasins
d'Electroménager,
téléphonie, audio
vidéo, mobilier,
textile
ameublement,
tapis

Bricolage jardinage

Quincailleries,
Fleuristes,
Drogueries
Jardineries,
Magasins de
bricolage,
Animaleries

Culture loisirs

Tabacs, Presse,
Disquaires,
Photographes
Papeteries,
Librairies, Magasin
de jouets ou
d'Articles de sports

Hygiène santé beauté

Parfumerie,
produits de beauté
Pharmacie,
parapharmacies,
Optique, Coiffure,
Esthétique

Automobile moto

Garage
automobile,
Concessionnaires,
Contrôles
techniques,
stations services

Bazar, Occasion

Bazar, dépôts
vente

Cafés restaurants

Bars, Restauration
rapide &
traditionnelle,
Cafétérias

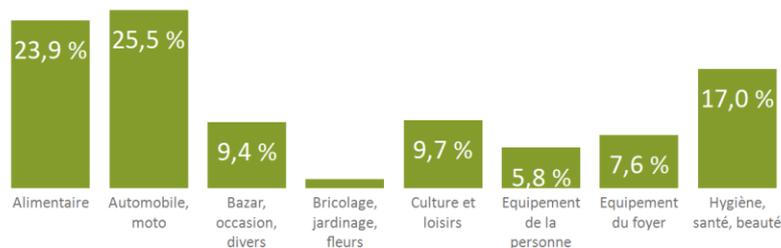
Services à vitrines

Agences
immobilières, de
voyage, d'intérim,
de location de
véhicules
assureurs, auto
écoles, clubs de
sports...



Offre commerciale

Nombre de commerces	2015	2020	2022	Evolution 2015 - 2020	
Alimentaire	57	76	79	+19	+33,3%
<i>dont Super et hypermarchés</i>	3	4	4	+1	+33,3%
Equipement de la personne	8	17	19	+9	+112,5%
Equipement du foyer	16	25	25	+9	+56,3%
Bricolage, jardinage, fleurs	4	4	4	+0	+0,0%
Culture et loisirs	23	30	32	+7	+30,4%
Hygiène, santé, beauté	20	50	56	+30	+150,0%
Automobile, moto	38	81	84	+43	+113,2%
Bazar, occasion, divers	22	30	31	+8	+36,4%
Total	188	313	330	+125	+66,5%



330 commerces de détail sur le territoire



Qui sont les consommateurs? **Où** consomment-ils? **Quels** produits? **Combien** cela représente-t-il de dépenses et donc de chiffre d'affaires?

Les objectifs de cette enquête sont de :

- ANALYSER LA CONSOMMATION ET COMPRENDRE LES COMPORTEMENTS D'ACHATS SUR UN TERRITOIRE (Dépenses et destinations d'achats des ménages)
- ÉVALUER LES PARTS DE MARCHÉ PAR FORMES DE VENTE ▪ MESURER LES NIVEAUX D'ACTIVITÉ ET D'ATTRACTIVITÉ DES PÔLES DE COMMERCE ET DE SERVICES
- BÂTIR DES SCÉNARIOS ET PRENDRE LES BONNES DÉCISIONS

A l'échelle de l'Occitanie, ce sont 33,5 milliards d'€ de dépenses réalisés par les ménages sur les familles de produits étudiées.

75% des achats alimentaires sont réalisés dans les grandes surfaces alimentaires.
60% des achats non alimentaires sont réalisés dans la grande distribution.

Lorsque les achats, ne sont pas réalisés dans un commerce du territoire, ils sont essentiellement réalisés en vente à distance

Chiffres clés de l'enquête

37 groupes de produits :

- 11 alimentaires
- 26 non alimentaires

Secteurs d'habitation :

- 570 en Occitanie
- 98 dans l'Hérault

Enquêtes :

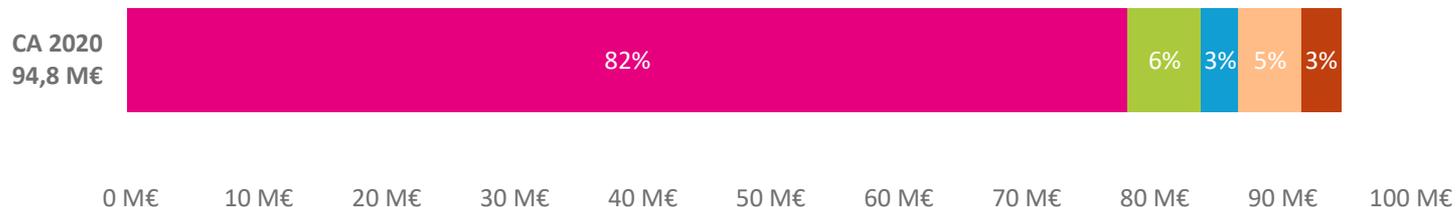
- 20 886 en Occitanie
- 4 299 dans l'Hérault

Nombre d'actes recueillis :

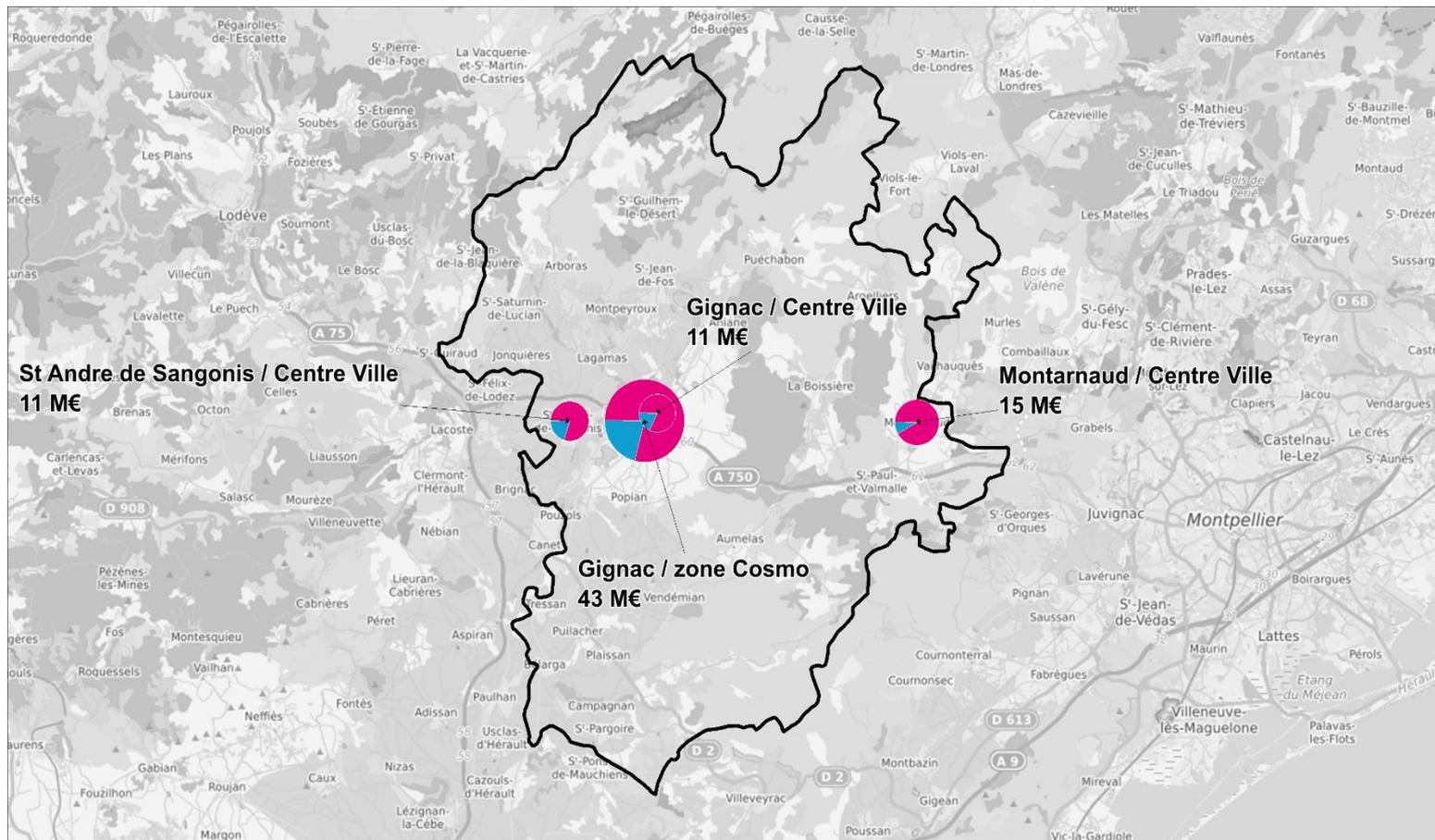
- 634 678 en Occitanie
- 138 592 dans l'Hérault



95 Millions de chiffre d'affaires pour les commerces du territoire

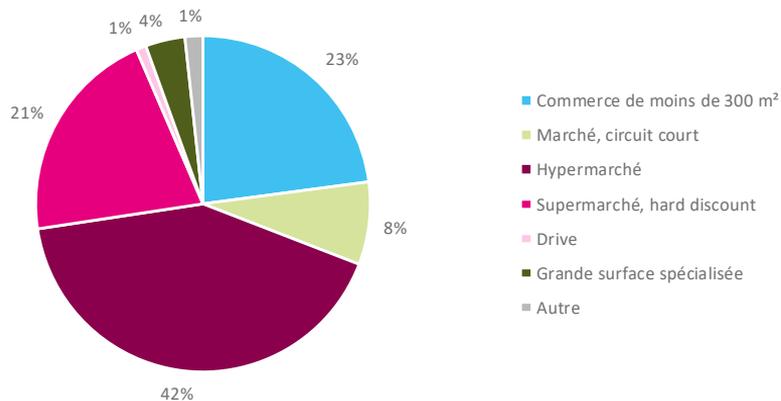


	CA 2020 94,8 M€
■ Produits alimentaires*	78,1 M€
■ Equipement de la personne	5,8 M€
■ Equipement du foyer	2,9 M€
■ Bricolage Jardinage	4,9 M€
■ Biens culturels loisirs jeux sport	3,1 M€





RÉPARTITION DU NIVEAU D'ACTIVITÉ PAR FORME DE DISTRIBUTION



	TOTAL		Produits alimentaires*		Produits non-alimentaires	
	En M€	%	En M€	%	En M€	%
Commerce de moins de 300 m²	21,7 M€	23%	15,8 M€	20%	5,9 M€	35%
Marché, circuit court	7,5 M€	8%	6,9 M€	9%	0,6 M€	4%
Grande surface	63,9 M€	67%	53,9 M€	69%	10,0 M€	60%
Hypermarché	39,6 M€	42%	34,2 M€	44%	5,4 M€	32%
Supermarché, hard discount	19,8 M€	21%	18,8 M€	24%	1,0 M€	6%
Drive	0,9 M€	1%	0,9 M€	1%	0,0 M€	0%
Grande surface spécialisée	3,6 M€	4%	0,0 M€	0%	3,6 M€	22%
Autre	1,6 M€	2%	1,5 M€	2%	0,1 M€	1%
TOTAL	94,8 M€	100%	78,1 M€	100%	16,7 M€	100%

*y compris droguerie-hygiène

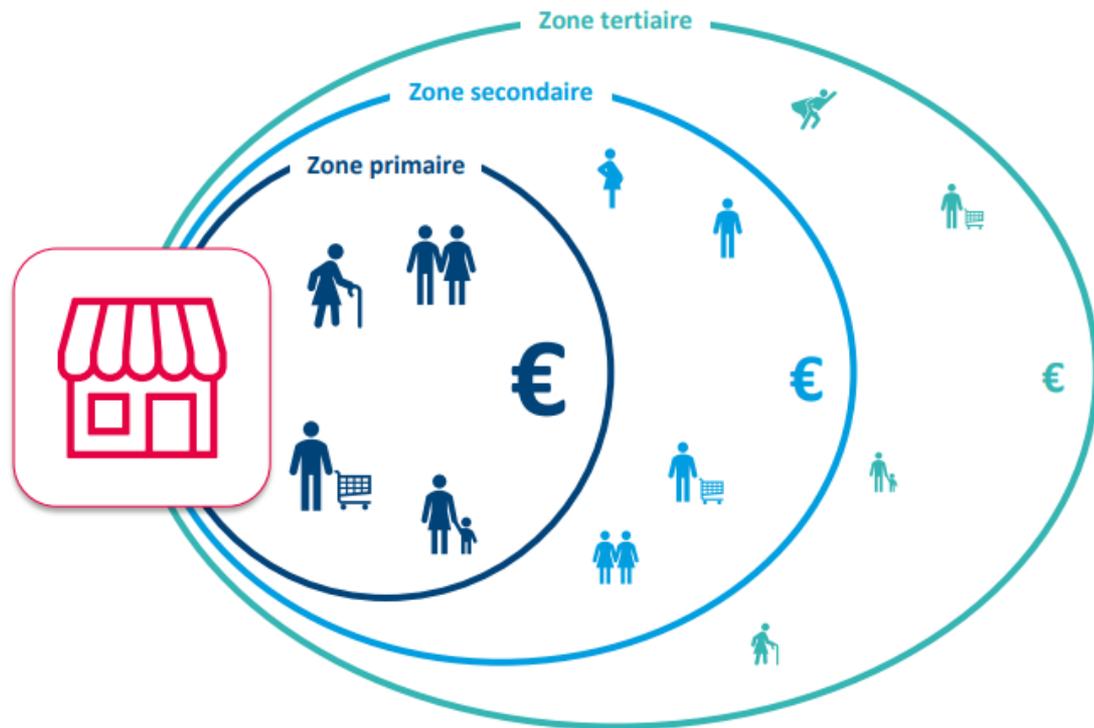
Source : Étude sur les comportements d'achats des ménages en Occitanie - 2020

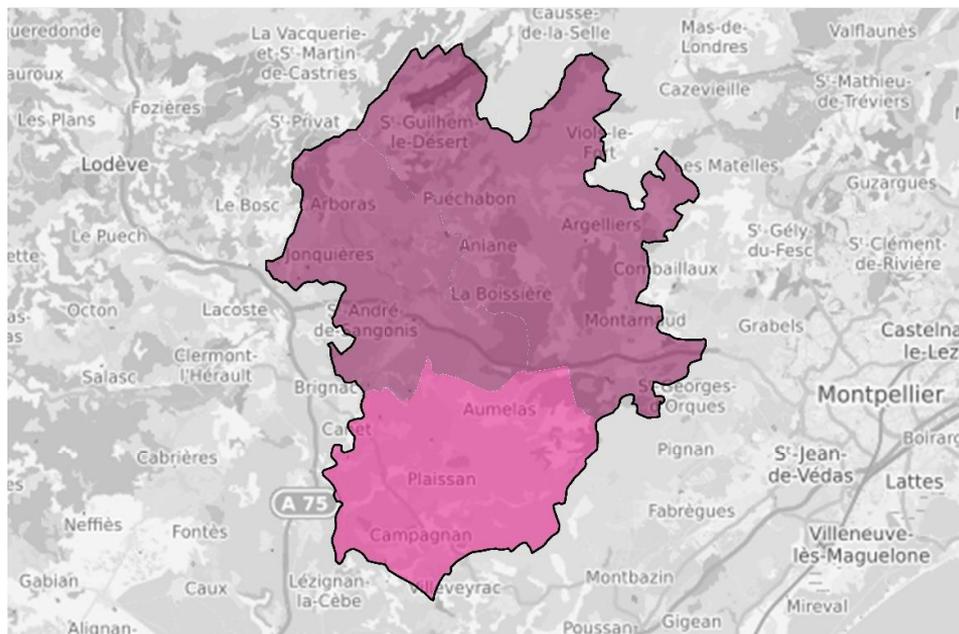


La zone de chalandise

d'un point de vente est la zone de provenance de l'essentiel des clients de ce point de vente.

L'étude sur les comportements d'achats des ménages, permet de la définir sur la base des réponses des consommateurs, en fonction de leurs **secteurs d'habitation** et de leur secteurs de consommation.





40 000 habitants
avec une emprise
moyenne de 65%

112,7 M€ de dépenses de consommation annuelles

6 801 € de dépenses annuelles de consommation
par ménage (Moyenne Occitanie : 6 255€ / Moyenne France : 6 769€)

 Zone primaire

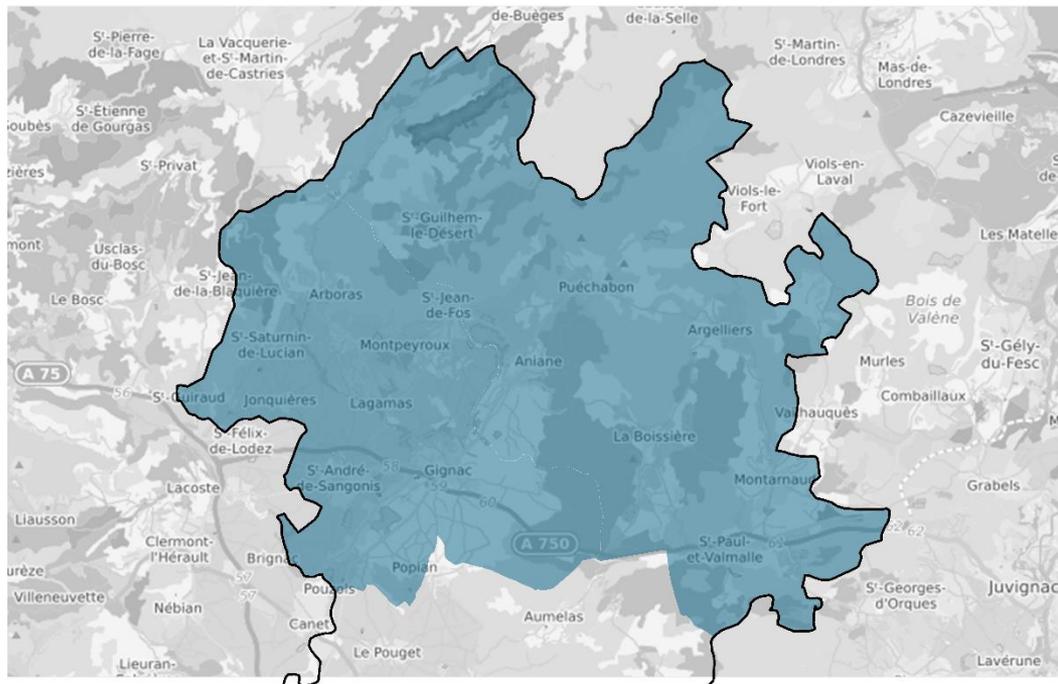
 Péri mètre de l'EPCI

 Zone secondaire

 Zone tertiaire



ZONE DE CHALANDISE - PRODUITS NON-ALIMENTAIRES



30 000 habitants
avec une emprise
moyenne de 17%

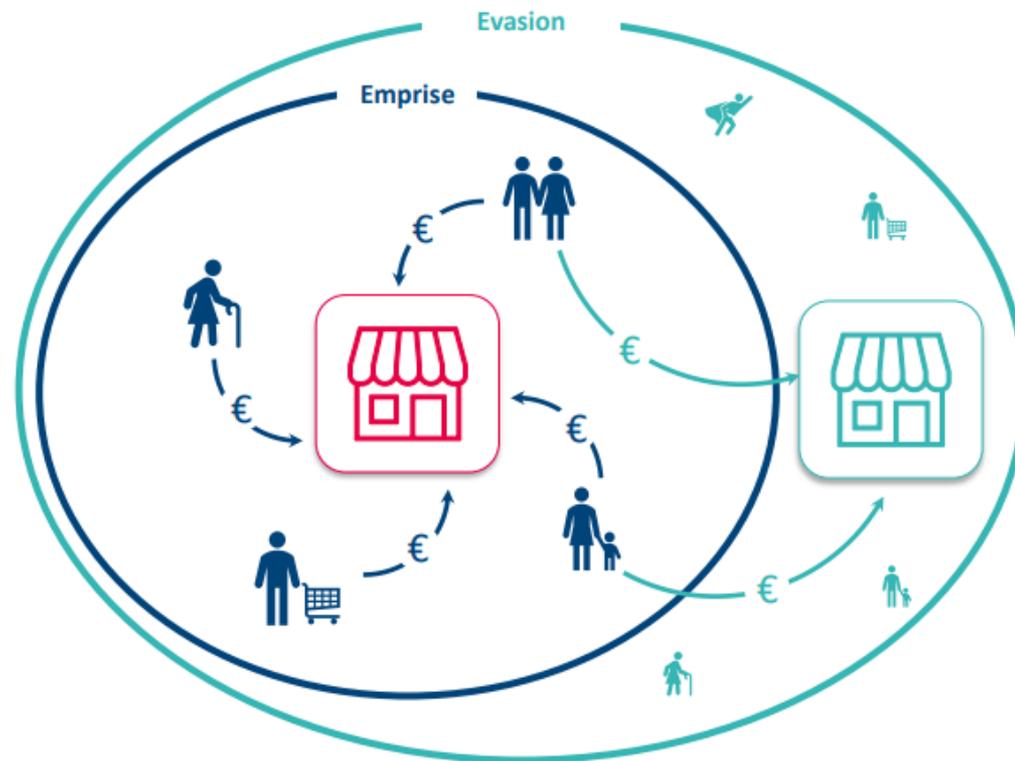
79,4 M€ de dépenses de consommation annuelles

6 568 € de dépenses annuelles de consommation
par ménage (Moyenne Occitanie : 5 884€ / Moyenne France : 6 154€)



L'emprise est constituée par les dépenses des ménages que les commerces d'un territoire parviennent à capter.

L'évasion : Dépenses des ménages qui bénéficient aux commerces implantés hors du territoire sur lequel les ménages habitent. La VAD constituent également de l'évasion.





Les circuits de distribution fréquentés par les ménages de la zone de chalandise

	TOTAL		Produits alimentaires*		Produits non-alimentaires	
	En M€	%	En M€	%	En M€	%
Commerce de moins de 300 m ²	36,5 M€	19%	18,7 M€	17%	17,8 M€	22%
Marché, circuit court	8,8 M€	5%	8,0 M€	7%	0,8 M€	1%
Grande surface	132,9 M€	69%	83,9 M€	74%	49,0 M€	62%
<i>Hypermarché</i>	75,1 M€	39%	60,2 M€	53%	14,9 M€	19%
<i>Supermarché, hard discount</i>	20,9 M€	11%	19,3 M€	17%	1,6 M€	2%
<i>Drive</i>	3,4 M€	2%	3,3 M€	3%	0,1 M€	0%
<i>Grande surface spécialisée</i>	33,5 M€	17%	1,1 M€	1%	32,4 M€	41%
Vente en ligne	12,2 M€	6%	0,8 M€	1%	11,4 M€	14%
Autre	1,8 M€	1%	1,3 M€	1%	0,4 M€	1%
TOTAL	192,1 M€	100%	112,7 M€	100%	79,4 M€	100%

*y compris droguerie-hygiène

Source : Étude sur les comportements d'achats des ménages en Occitanie - 2020

69% des dépenses des ménages sont réalisées par la grande distribution

Pour l'alimentaire **78%** des dépenses sont réalisées par la grande distribution. Et **17%** par les commerces traditionnels

Pour le non alimentaire, **62%** des dépenses sont réalisées en GSS et 22% dans les commerces de moins de 300m²

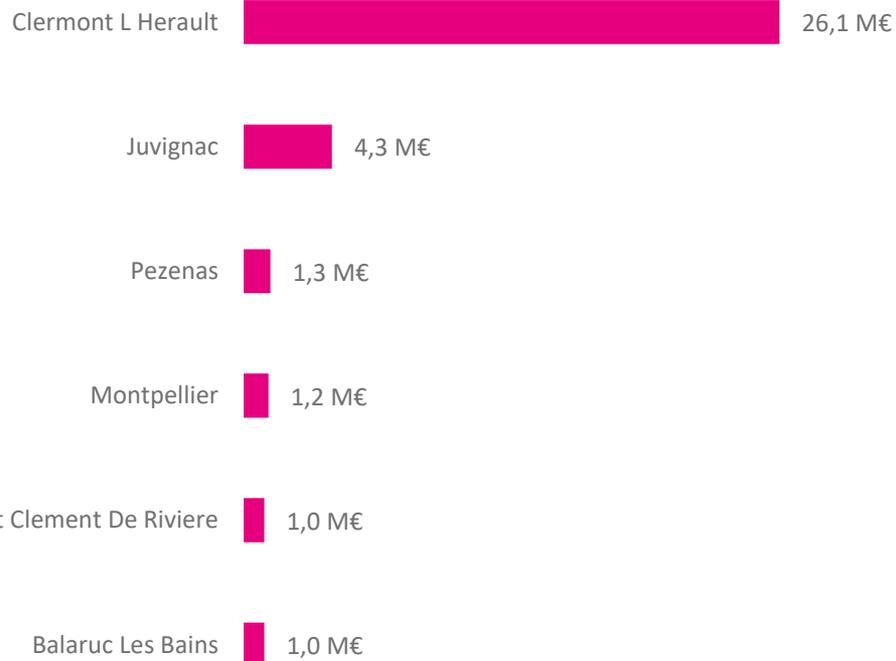


	Potentiel en M€	sur CC Vallée de l'Hérault	sur le reste de la zone de chalandise	ailleurs	dont en vente en ligne	dont ailleurs	TOTAL
Produits alimentaires*	112,7 M€	65%	0%	35%	1%	35%	100%
Produits non-alimentaires	79,4 M€	17%	0%	83%	14%	69%	100%
<i>Eqpt Personne</i>	<i>27,3 M€</i>	<i>19%</i>	<i>0%</i>	<i>81%</i>	<i>13%</i>	<i>68%</i>	<i>100%</i>
<i>Eqpt Foyer</i>	<i>23,4 M€</i>	<i>10%</i>	<i>0%</i>	<i>90%</i>	<i>22%</i>	<i>68%</i>	<i>100%</i>
<i>Bricolage Jardinage</i>	<i>13,3 M€</i>	<i>26%</i>	<i>0%</i>	<i>74%</i>	<i>4%</i>	<i>70%</i>	<i>100%</i>
<i>Biens culturels loisirs jeux sport</i>	<i>15,4 M€</i>	<i>15%</i>	<i>0%</i>	<i>85%</i>	<i>13%</i>	<i>71%</i>	<i>100%</i>
TOTAL	192,1 M€	45%	0%	55%	6%	49%	100%

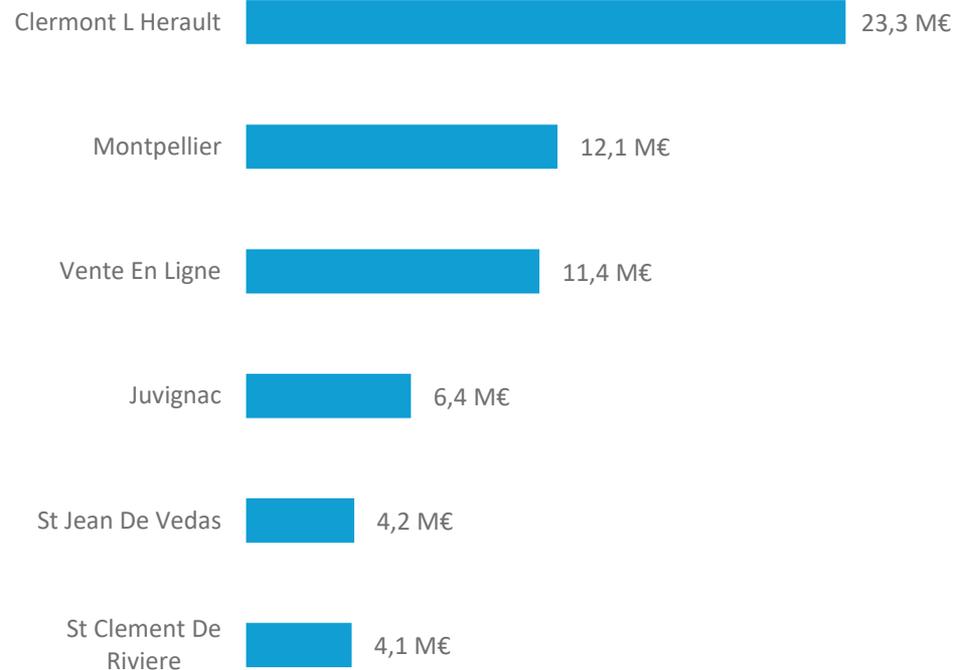
*y compris droguerie-hygiène



Produits alimentaires (35%) 39,7 M€ d'évasion

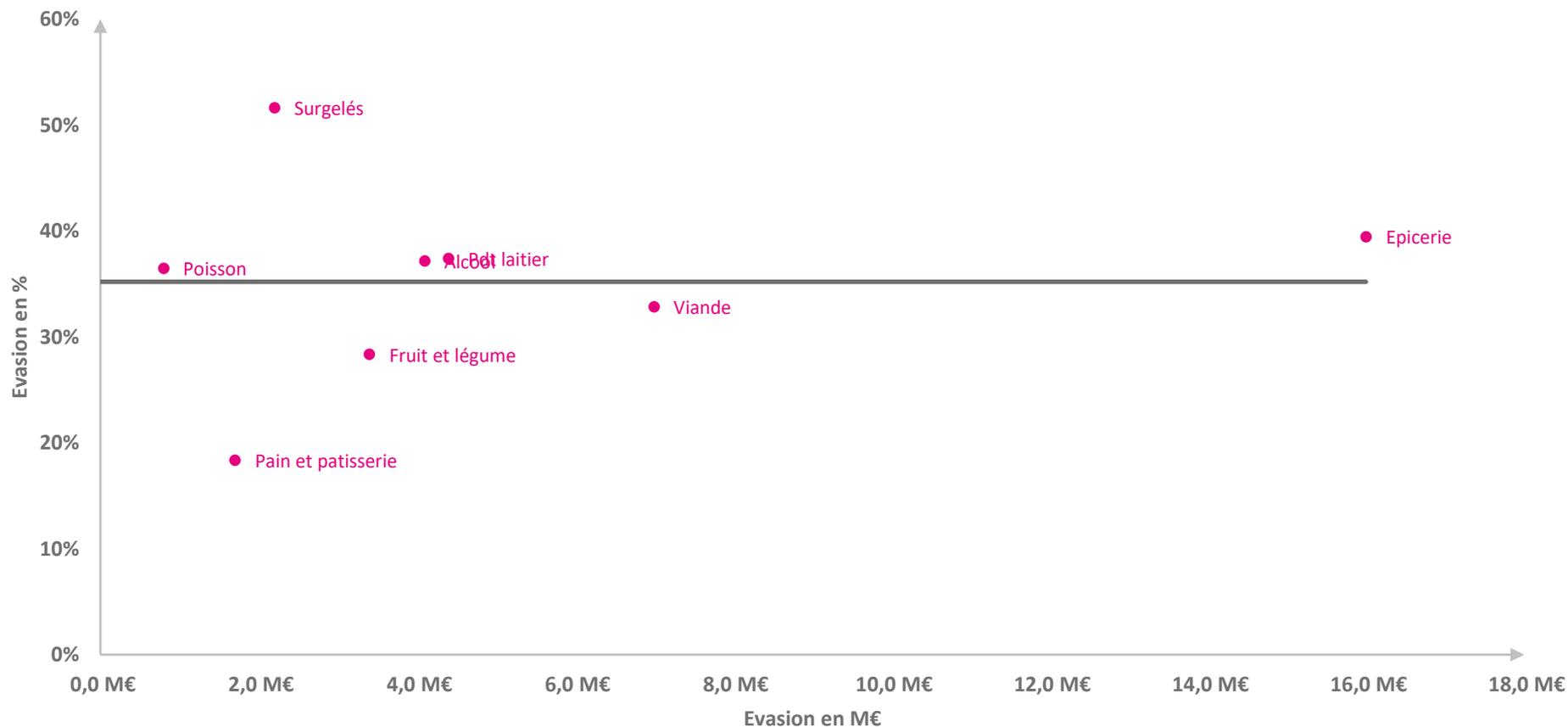


Produits non alimentaires (83%) 66 M€ d'évasion



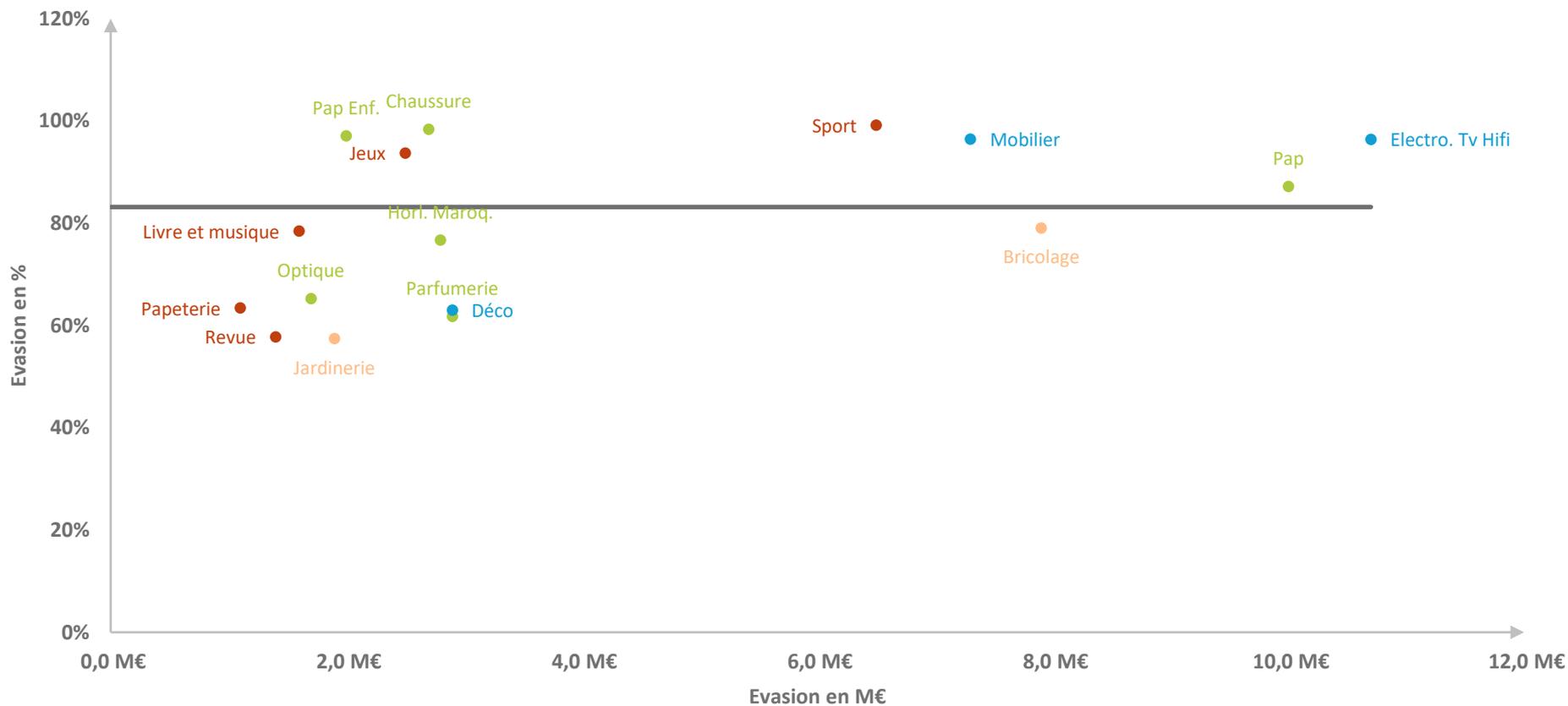


Destination de consommations / Produits générateurs d'évasion en alimentaire





Destination de consommations / Produits générateurs d'évasion en non alimentaire

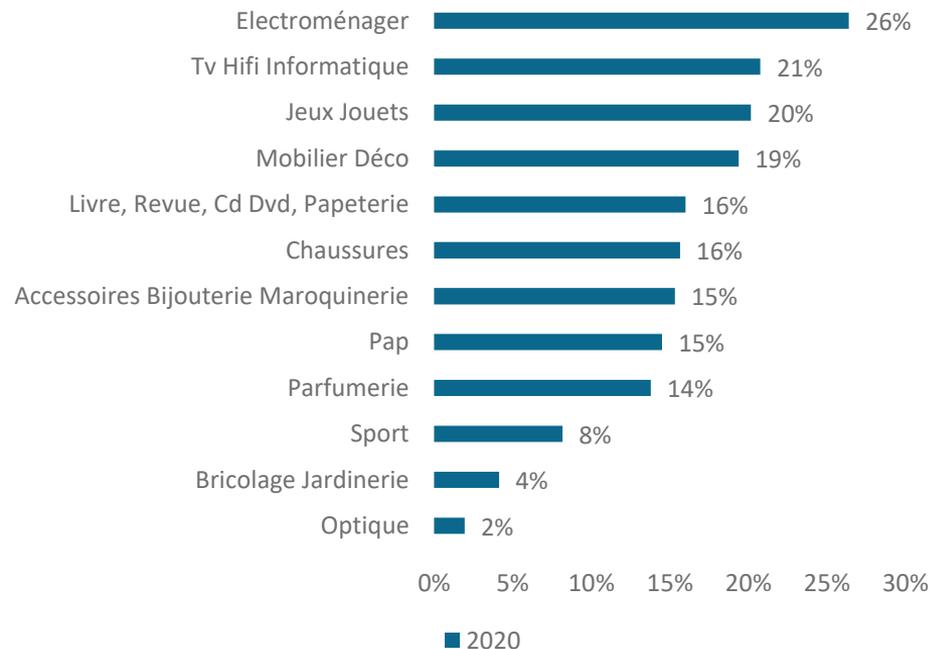




Elle représente **14%** des dépenses non alimentaire

11 M€ sont dépensés via la VAD

Dépenses réalisées en VAD selon le produit



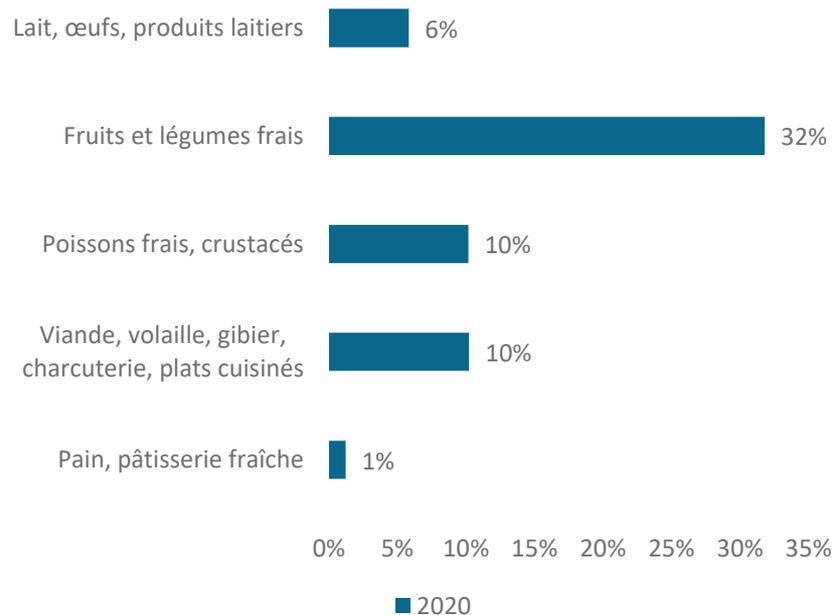


Les circuits courts captent **12%** de la dépense en produits frais

La consommation via les circuits courts concerne principalement les fruits et légumes, soit **32%** des dépenses pour cette catégorie de produits

Au total, **7 M€** sont dépensés via les circuits courts.

Dépenses réalisées en circuits court selon le produit





Maintenant, nous pouvons décliner ces éléments sur le fonctionnement commercial et co-construire entre CCI, collectivités et associations de commerçants des feuilles de route partagées.