



Système d'**I**nformations **D**écisionnel pour le **COM**merce

SIDCOM

Un outil décisionnel pour l'urbanisme commercial

Préambule

Depuis la fin de l'année 2014 la Chambre de Commerce et d'Industrie de La Réunion développe un système d'information économique décisionnel pour le commerce (SIDCOM) afin d'alimenter la réflexion en matière de planification et d'aménagement commercial.

La mise en place de cet outil se déroule en 3 temps:

- Dresser une photographie de la situation existante de l'appareil commercial aussi bien qualitative que quantitative.

- Réaliser une étude de comportement d'achat auprès des ménages réunionnais

Etat des lieux sur l'appareil commercial

Etat des lieux de l'appareil commercial

Petits Commerces (M300)

Commerce de détail

Alimentaire (hors BB)
Boulangerie - Boucherie
Commerce automobile
Commerce de détail divers
Equipe ment de la maison
Equipe ment de la personne
Hygiène-Santé-Beauté
Station services

Source fichier consulaire

3 secteurs d'activités

Café Hotel Restauration

Cafe Hebergement
Restauration

15 activités

Service

Assurances
Banques
Activités Immobilières
Location
Services divers

Plus de 14 000
établissements

Géolocalisation
SIG

Grands Commerces (P300)

Source CDAC / Terrain

Alimentaire

Hypermarché
Supermarché

2 secteurs d'activités

Non alimentaire

Bricolage / Jardinage / Animalerie
Culture et Loisirs
Divers commerces de détail
Electroménager
Equipe ment de la maison
Equipe ment de la personne
Meubles
Sport

10 activités

375 établissements

Pointage GPS

Etat des lieux de l'appareil commercial

Unité commerciale

P300

M300

Centralités commerciales

Centre-ville (cv)

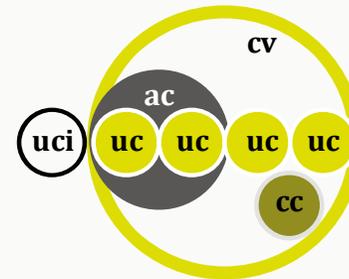
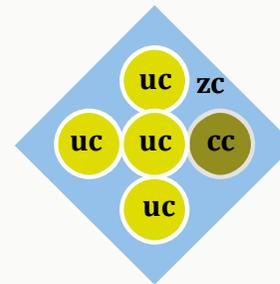
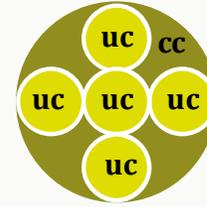
Autre centralité (ac)

Zone commerciale (zc)

Centre-commercial (cc)

Commerce isolé (uci)

Hiérarchie

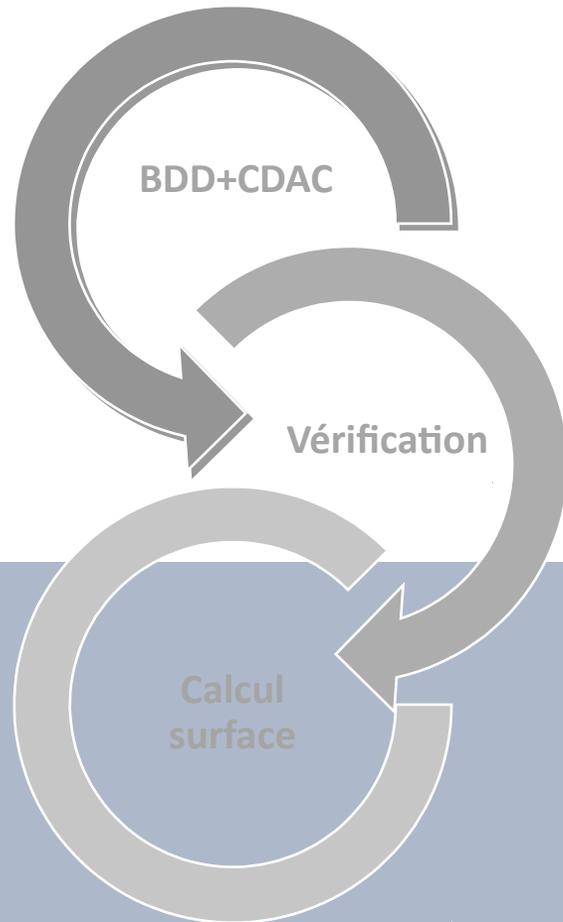


En fonction de leur localisation et leur regroupement sur le territoire les établissements ont été classés dans une nomenclature de centralités commerciales, puis mis en lien avec l'armature urbaine définie par le Schéma de Cohérence Territoriale.

Etat des lieux de l'appareil commercial

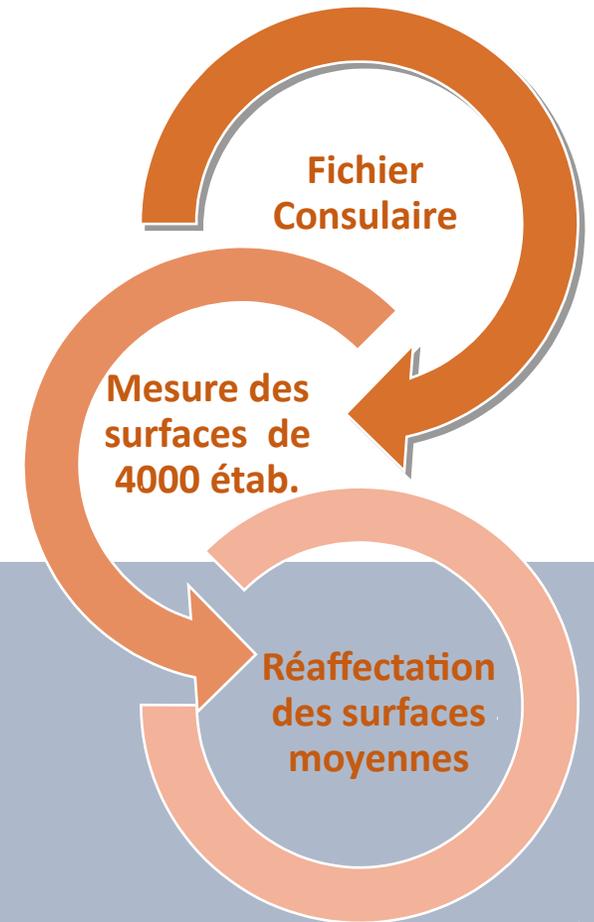
Evaluation du plancher commercial

Grands Commerces (P300)

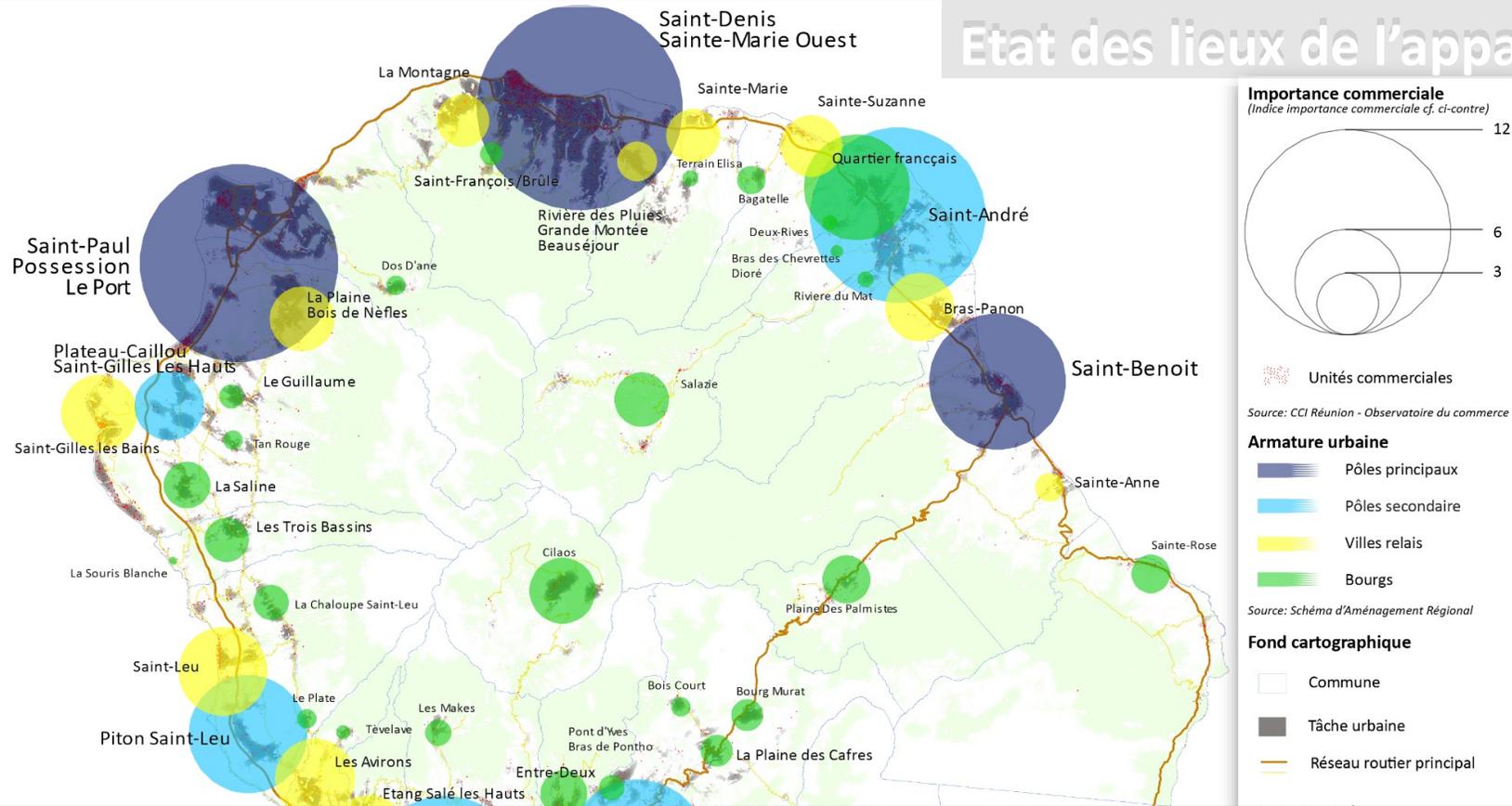


1,15 millions
m² de surface de
vente

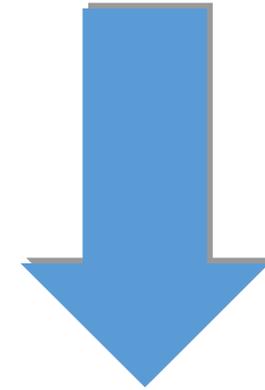
Petits Commerces (M300)



Etat des lieux de l'appareil commercial



Localisation



Armature commerciale

Chaque unités urbaines a été qualifié commercialement au travers de plusieurs indicateurs (Nombre d'établissements, diversité commerciale, poids du Grand Commerce, diversité du Grand Commerce...)

Le comportement d'achat des ménages

Etudes sur le comportement d'achat

Etude réalisée entre novembre 2014 et février 2015 auprès de 10 000 ménages sur l'ensemble de l'île



Indice de Disparité de la Consommation

Indice délivré par le réseau consulaire, permettant de discriminer la consommation des ménages sur 40 produits pour chaque commune ou zone IRIS. L'indice est une modélisation des résultats de l'Enquête Budget Famille Insee et de la Comptabilité Nationale.

L'IDC permet de corriger une moyenne de consommation nationale d'un produit fournie le plus souvent par l'INSEE pour tenir compte d'une disparité régionale ou locale.

Un indice supérieur à 1 pour une zone et pour un produit donné signifie que la région est plus consommatrice du produit que la moyenne régionale et inversement.

Les applications SIDCOM

SCODEC

Outils en constructions

SCODEC : Définition de la carte d'identité commerciale d'un territoire

- Evaluer le potentiel de consommation d'un territoire
- Mesurer le poids des formes de distribution par territoire et/ou par produits
- Déterminer la performance commerciale

Les applications SIDCOM

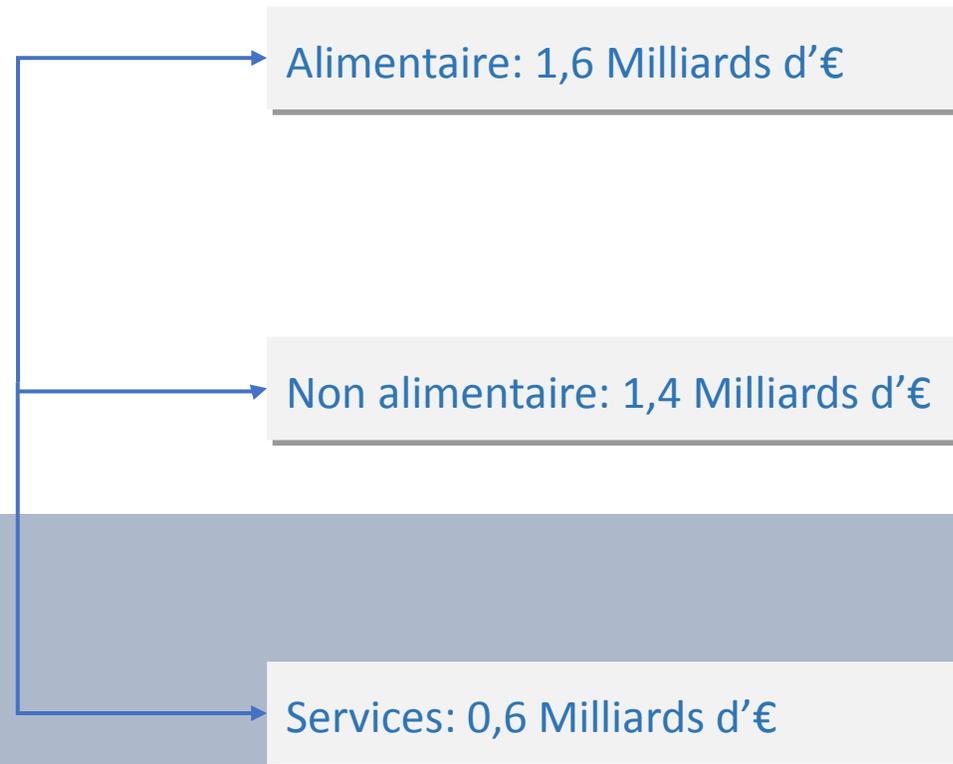
SCODEC

Définition du potentiel de consommation d un territoire

3,6

Milliards d'€

Dépense commercialisable



Viande charcuterie /Poissons, crustacés/Epicerie,
boissons non alcoolisées/Beurre, œufs,
fromage/Boissons alcoolisées/Boulangerie
pâtisserie
Fruits, légumes/Surgelés, glaces

Mobilier y.c. literie, mob. Jardin, /Linge de maison
Appareils équipement ménager/Art de la table,
Décoration/Bricolage/Flowers, plantes, animaux
/Appareils audiovisuels /Chaussures/Art et mat
sport, camping /Parfumerie, hygiène, beauté/Jouets,
loisirs créatifs, jeux/ Horlogerie, bijouterie,
Maroquinerie.../fournitures de bureau / Vêtement
enfant -12 ans/Matériel de téléphonie/Vêtement
homme/Informatique, logiciels,
accessoires/Vêtement femme/CD, DVD, minidisc

Cinéma / Restaurant traditionnel / Restauration
rapide / entretien voiture / coiffure, soins
esthétiques

Les applications SIDCOM

SCODEC

Définition du poids des formes de distribution par territoire et/ou par produits

- L'emprise des formes de distribution pour l'ensemble des produits alimentaires

1,6

Milliards d'€

Dépense commercialisable



Définition de la performance commerciale

- Attraction interne par produit
- Evasion commerciale et destination des achats par produit
- Origine des flux (aires d'attraction)
- Chiffre d'affaire par produits (apports internes – externes)
- Chiffre d'affaire par territoire ou pôle d'étude
- Forces et faiblesses d'un territoire

Les applications SIDCOM

SCODEC

Chiffre d'affaire
548 M €

54%
externe

46%
interne

Evasion commerciale

19%

Dépense
commercialisable
310 M €

Pôle centre-ville
31% du CA

Nombre de commerces



Localisation des commerces
et services commerciaux

Les applications SIDCOM

MACROSCO : *Evaluation des besoins en surface commerciale sur un territoire*

Les 3 étapes

- 1 – Constater un taux d'attraction insuffisant sur la zone d'étude pour certains produits
- 2 – Déterminer un taux d'attraction à atteindre
- 3 – Traduire cet alignement en surfaces commerciales (donc en chiffre d'affaire)

Les applications SIDCOM

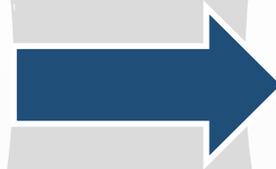
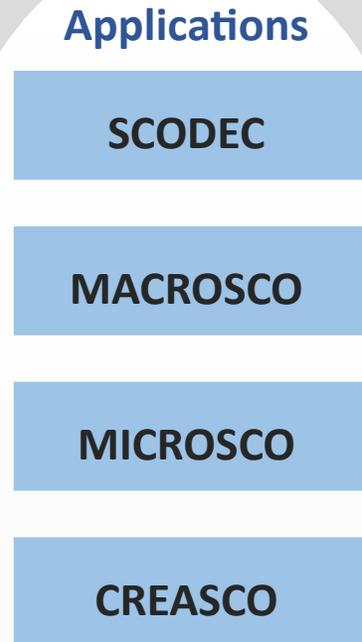
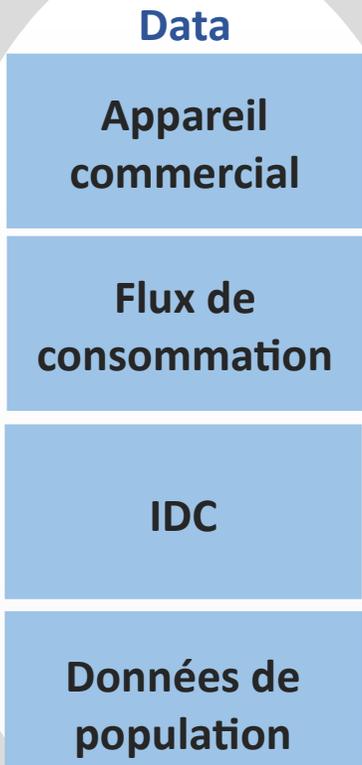
MICROSCO : Evaluation de l'impact d'une implantation commerciale et détermination d'une taille acceptable

- Evaluer l'impact sur 3 niveaux :
 - Sur l'évasion commerciale
 - Sur les zones d'habitation environnantes
 - Sur la concurrence de la zone d'implantation
- Déterminer la tailles acceptables des nouvelles implantations en vue de l'équilibre d'une zone

Les applications SIDCOM

CREASCO : Module cartographique d'aide à la localisation commerciale, au repérage des potentiels d'implantation sur un territoire et des risques d'affaiblissement commercial

- Déterminer le profil de zone (attractive, évolutive, dépendante)
- Déterminer le niveau de performance en alimentaire (d'après le CA/m²)
- Donner le potentiel naturel de croissance commerciale (en M€ en non alimentaire)
- Evaluer le risque d'érosion commerciale



Exemple d'un territoire: Saint-Anne

Dépenses par personne

Ville relais	3 013 €
La commune	3 013 €
La Réunion	4 089 €

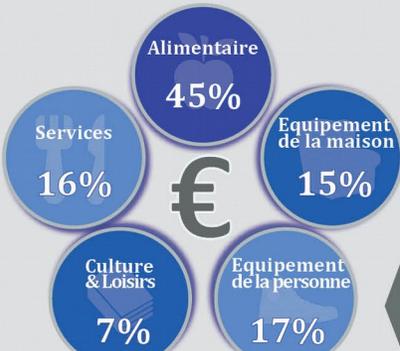
€ dépensés par personne, et par an, résident dans le périmètre.

Évasion commerciale

Alimentaire :	>90 %
Équipement de la personne :	>95 %
Équipement de la maison :	>95 %
Culture et loisirs :	>95 %
Services :	32 %

Part des dépenses effectuées en dehors de la ville relais par famille de produits.

Structure des dépenses



Part des dépenses allouées à chaque famille de produits.



Dépense commercialisable de la zone

Destination des dépenses

Grand commerce	64%
Petit commerce	17%
Galerie marchande	10%
Autre	9%

Part des dépenses effectuées par forme de distribution.

Chiffre d'affaire de l'appareil commercial

6 millions €

Chiffre d'affaire réalisé par l'ensemble des points de vente de la ville relais.

ND Clientèle interne
ND Clientèle externe

Secteur d'activité

Sources: Etablissement CCIRéunion Novembre 2016 - Population INSEE 2013
Densité exprimé en unité pour 1 000 habitants

Secteur d'activité	Nombre	Part	Densité
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	11	20%	1,3
Boulangerie - Boucherie	6	11%	0,7
Commerce automobile	2	4%	0,2
Commerce de détail divers	5	9%	0,6
Équipement de la maison	3	5%	0,4
Équipement de la personne	0	0%	0
Hygiène-Santé-Beauté	3	5%	0,4
Station services	0	0%	0

Commerce de détail 30 54% 3,6

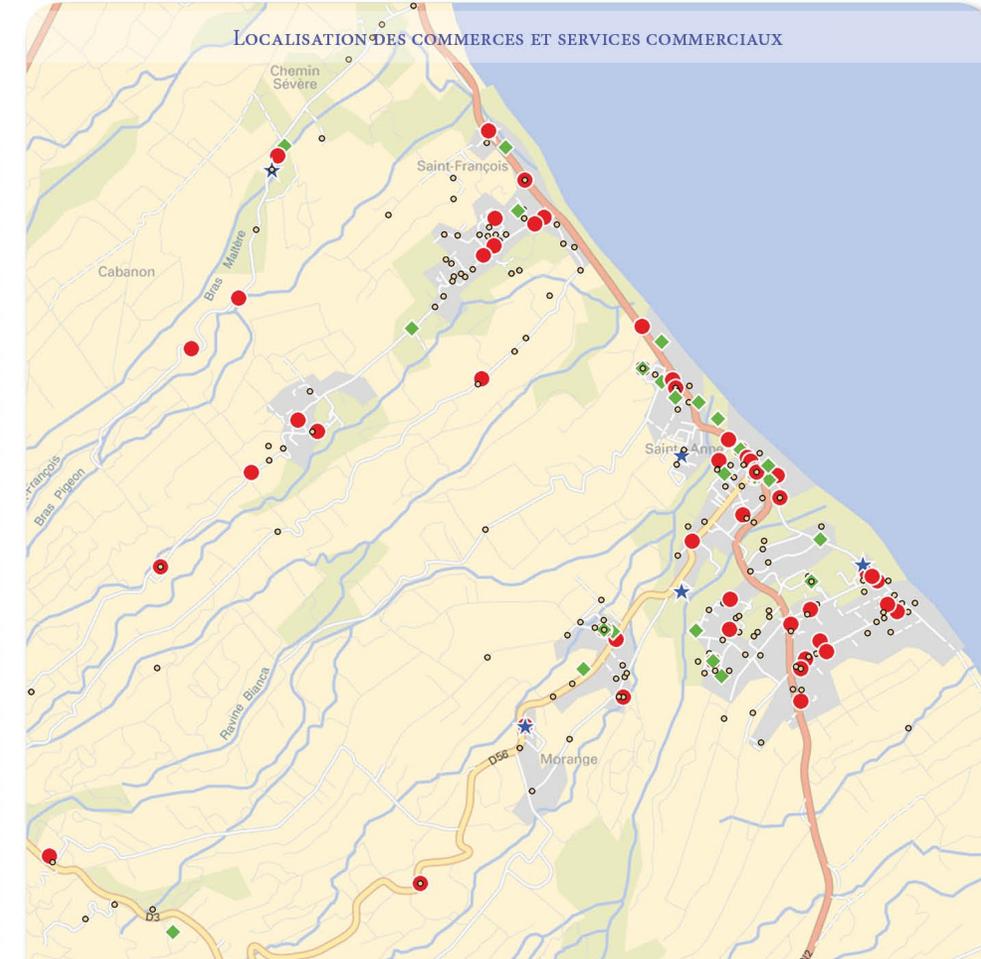
Café- hébergement 4 7% 0,5
Restaurants 16 29% 1,9

Café hôtel restaurants 20 36% 2,4

Activité immobilière 1 2% 0,1
Assurances 0 0% 0
Banques 0 0% 0
Location 2 4% 0,2
Services divers 3 5% 0,4

Service 6 11% 0,7

Ensemble 56 100% 6,7



Légende

- Commerces de détail
- ◆ Café - hôtel - Restaurants
- ★ Services commerciaux
- Autres activités

Données économiques: Données géolocalisées CCIRéunion 2016
Fond cartographique: IGN FranceRaster20° 2015

MERCI DE VOTRE ATTENTION