



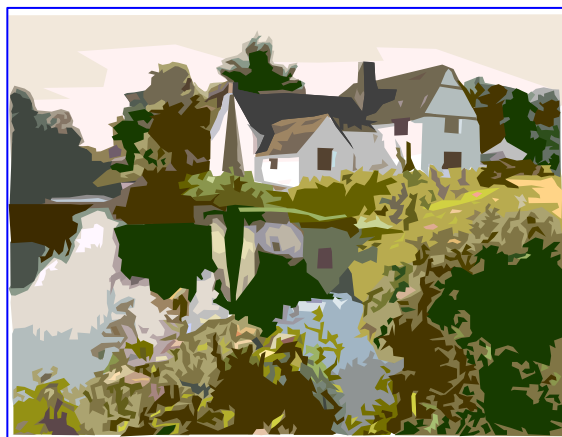
SOMMAIRE

<i>Objet</i>	P 3
<i>Rappels méthodologiques et définitions</i>	P 4
<i>Synthèse</i>	P 7
<i>Conclusion</i>	P 102

1 - L'EMPLACEMENT	P 17
2 - L'EQUIPEMENT COMMERCIAL	P 31
3 - LE MARCHE	P 45
4 - LES RESULTATS PREVISIONNELS	P 83

L'EMPLACEMENT

1	Description	P	22
1.1	La ville et ses environs.....	P	23
1.2	Le site.....	P	24
1.3	Cartographies du site.....	P	26
1.5	La visibilité	P	28
1.6	L'accessibilité.....	P	28
2	Le projet	P	29
2.1	Surfaces du projet.....	P	29
2.2	Structures immobilières	P	29
2.3	L'aire de stationnement.....	P	29
3	Effet du projet sur l'environnement	P	30
3.1	Effet du projet sur l'aménagement du territoire.....	P	30
3.2	Effet du projet sur le développement durable.....	P	30



L'EQUIPEMENT COMMERCIAL

1	L'environnement commercial	P 37
1.1	Généralités	P 37
2	Le marché alimentaire	P 37
2.1	Les supermarchés	P 37
2.2	Les hypermarchés et les centres commerciaux d'attraction	P 38
3	L'équipement commercial concurrentiel	P 40
3.1	Autour du projet.....	P 40
3.2	Dans la ville.....	P 41
3.3	Les principaux acteurs.....	P 42
4.	L'équipement commercial de moins de 300 m²	P 43
5.	Tableau de l'équipement commercial concurrent.....	P 44
6.	Fiches descriptives des principaux concurrents.....	P 45



LE MARCHÉ

1	La zone de chalandise	P	50
1.1	Définition	P	51
1.2	Délimitation de la zone de chalandise.....	P	51
1.2.1	<i>La zone de chalandise du projet.....</i>	<i>P</i>	<i>51</i>
1.2.2	<i>La zone primaire.....</i>	<i>P</i>	<i>53</i>
1.2.3	<i>La zone secondaire.....</i>	<i>P</i>	<i>53</i>
1.2.4	<i>La zone tertiaire.....</i>	<i>P</i>	<i>53</i>
1.2.5	<i>La population correspondante</i>	<i>P</i>	<i>53</i>
2	Caractéristiques démographiques	P	55
2.1	Evolution démographique	P	55
2.2	La taille des communes.....	P	57
2.3	La pyramide des âges	P	57
2.4	La taille et la composition des ménages.....	P	60
2.5	Le revenu des ménages.....	P	63
2.6	Le mode d'habitation	P	64
2.7	La population active.....	P	68
2.7.1	<i>Les catégories socioprofessionnelles</i>	<i>P</i>	<i>68</i>
2.7.2	<i>La population active et le taux de chômage</i>	<i>P</i>	<i>71</i>
2.7.3	<i>La mobilité géographique</i>	<i>P</i>	<i>75</i>
2.8	La clientèle de passage et l'impact saisonnier.....	P	76
3	Le marché potentiel	P	77
3.1	Définitions.....	P	77
3.2	Détermination du marché théorique.....	P	78
3.2.1	<i>Le marché théorique de la zone</i>	<i>P</i>	<i>78</i>
3.2.2	<i>Les dépenses commercialisables</i>	<i>P</i>	<i>78</i>
3.2.3	<i>Les disparités locales</i>	<i>P</i>	<i>79</i>
3.3	Estimation du marché théorique	P	80



RESULTATS PREVISIONNELS

1	Définitions	P 87
2	Méthodologie de calcul	P 87
3	Répartition du marché théorique	P 88
4	Emprises et parts de marché	P 89
	4.1 Emprises	P 89
	4.2 Parts de marché	P 90
5	Chiffres d'affaires prévisionnels	P 91
	5.1 Volume de ventes apporté par les clients occasionnels	P 91
	5.2 Evolution du chiffre d'affaires potentiel.....	P 92
	5.3 Chiffre d'affaires prévisionnel selon le bien de consommation.....	P 92
	5.4 Chiffre d'affaires prévisionnel selon la zone de référence	P 93
	5.5 Chiffre d'affaires prévisionnel selon le secteur de vente.....	P 94
6	Etude de vulnérabilité	P 96
	6.1 Définition	P 96
	6.2 Vulnérabilité marginale	P 96
	6.3 Vulnérabilité commerciale.....	P 101
7	Conclusion	P 102
8	Tableaux de chiffre d'affaires	P 103

