

# Etude CCI Toulouse Haute-Garonne – SCoT Nord Toulousain

## Economie – Commerce

Eléments de synthèse

Novembre 2023



**CCI TOULOUSE  
HAUTE-GARONNE**

A decorative graphic consisting of a dashed grey line that starts from the left edge, goes down, then right, and then down again, ending at an orange circular dot.

# L'économie du territoire

→ **Disposer de données localisées et d'indicateurs économiques pour enrichir le diagnostic territorial**

## Attractivité du territoire

- **Démographie d'entreprises**
- **Evolution de l'emploi**
- **Créations pures d'établissements**
- **Taux de création**

## Adaptabilité du territoire

- **Procédures judiciaires**
- **Suivi de conjoncture économiques des entreprises implantées sur le territoire**

→ **Sources** : *Urssaf opendata – Base de données des entreprises ressortissantes de la CCI Toulouse Haute-Garonne – Enquêtes de conjoncture CCI Toulouse Haute-Garonne – Tribunal de Commerce*

## Attractivité du territoire : Démographie d'entreprises - Evolution de l'emploi

→ Source : Urssaf opendata – Etablissements employeurs et effectifs

	Somme de Nombre d'établisse- ments 2010	Somme de Effectifs salariés 2010	Somme de Nombre d'établisse- ments 2020	Somme de Effectifs salariés 2020	ETABLISSEMENTS : Solde net sur 10 ans	EFFECTIFS : ETABLISSEMENTS Solde net sur 10 ans	: % d'évolution 2010 à 2020	EFFECTIFS : % d'évolution 2010 à 2020
SCoT du Nord Toulousain	1 831	12 636	2 194	16 032	+363	+3 396	+19,8%	+26,9%
CC de Val'Aïgo	324	2 334	360	2 873	+36	+539	+11,1%	+23,1%
CC des Coteaux du Girou	413	2 022	506	2 205	+93	+183	+22,5%	+9,1%
CC des Hauts Tolosans	481	2 577	570	2 854	+89	+277	+18,5%	+10,7%
CC du Frontonnais	613	5 703	758	8 100	+145	+2 397	+23,7%	+42,0%
<b>Total général</b>	<b>1 831</b>	<b>12 636</b>	<b>2 194</b>	<b>16 032</b>	<b>+363</b>	<b>+3 396</b>	<b>+19,8%</b>	<b>+26,9%</b>
<b>Total général HAUTE-GARONNE</b>	<b>37 068</b>	<b>396 883</b>	<b>39 439</b>	<b>456 743</b>	<b>+2 371</b>	<b>+59 860</b>	<b>+6,4%</b>	<b>+15,1%</b>

- Sur 10 ans
- Par année de 2010 à 2020
- Par territoire
- Par sphère économique (productive – présenteielle)
- Pour les 4 grands secteurs économiques : Industrie – Commerce – Services – Construction + 51 sous-secteurs
- Pour les commerces et services vitrine

→ Livraison des bases de données qualifiées et des tableaux de synthèse

## Attractivité du territoire : Créations pures d'établissements - Taux de création

→ Source : Base de données des entreprises CCI Toulouse Haute-Garonne

### Créations nettes sur le Scot du Nord Toulousain, de 2010 à 2020, par Grands Secteurs

Source : CCI Toulouse Haute-Garonne

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Industrie	58	45	27	80	37	39	22	32	31	53	42
Construction	49	66	46	51	52	56	60	73	58	57	83
Commerce	92	103	127	82	89	145	167	136	160	164	188
Services	130	158	148	146	143	204	198	198	208	258	226
<b>SCoT du Nord Toulousain</b>	<b>329</b>	<b>372</b>	<b>348</b>	<b>359</b>	<b>321</b>	<b>444</b>	<b>447</b>	<b>439</b>	<b>457</b>	<b>532</b>	<b>539</b>

- Par année de 2010 à 2020
- Par territoire
- Pour les 4 grands secteurs économiques : Industrie – Commerce – Services – Construction + 51 sous-secteurs

→ Livraison des bases de données qualifiées et des tableaux de synthèse

### Taux de création par année sur le SCoT Nord Toulousain

(rapport du nombre des créations d'une année n au stock d'établissements du 31/12 de l'année n-1)

Source : CCI Toulouse Haute-Garonne

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Nombre de créations (Année n)	329	372	348	359	321	444	447	439	457	532	539
Dont, part de créations en Micro-entreprise (Année n)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	28,2%	25,5%	21,9%	18,8%	20,1%	18,9%
Etablissements actifs (au 31/12 de l'Année n-1)	2 714	2 844	3 027	3 179	3 314	3 388	3 651	3 900	4 101	4 248	4 461
Taux de création	<b>12,1%</b>	<b>13,1%</b>	<b>11,5%</b>	<b>11,3%</b>	<b>9,7%</b>	<b>13,1%</b>	<b>12,2%</b>	<b>11,3%</b>	<b>11,1%</b>	<b>12,5%</b>	<b>12,1%</b>

## Attractivité du territoire : Tableau de bord – Tissu économique 2010-2020

→ Source : Base de données des entreprises CCI Toulouse Haute-Garonne

ÉTABLISSEMENTS ACTIFS - ÉVOLUTION SUR 10 ANS - 2010 vs 2020												
Source CCI de Toulouse : établissements ressortissants de la CCI de Toulouse (subdivision du Registre du Commerce et des Sociétés)												
SCoT NORD TOULOUSAIN												
Situation au 31 décembre 2010 et 2020												
Répartition par secteur d'activité	Ensemble établissements actifs				Hors micro-entreprises				Micro-entreprises			
	2010 (nb)	2020 (nb)	Poids 2020 (%)	Écart en nb	2010 (nb)	2020 (nb)	Poids 2020 (%)	Écart en nb	2010 (nb)	2020 (nb)	Poids 2020 (%)	Écart en nb
<b>INDUSTRIE</b>	<b>318</b>	<b>440</b>	<b>9,3%</b>	<b>+122</b>	<b>318</b>	<b>414</b>	<b>9,8%</b>	<b>+96</b>	<b>0</b>	<b>26</b>	<b>5,0%</b>	<b>+26</b>
I01 Agriculture	59	71	1,5%	+12	59	67	1,6%	+8	0	4	0,8%	+4
I02 Chimie plastique	4	8	0,2%	+4	4	8	0,2%	+4	0	0	0,0%	0
I03 Energie, environnement, traitement déchets	98	156	3,3%	+58	98	152	3,6%	+54	0	4	0,8%	+4
I04 Industrie aéronautique et spatiale	1	3	0,1%	+2	1	3	0,1%	+2	0	0	0,0%	0
I05 Industrie automobile	4	6	0,1%	+2	4	6	0,1%	+2	0	0	0,0%	0
I06 Autre industrie des moyens de transport		0	0,0%	0		0	0,0%	0	0	0	0,0%	0
I07 Industrie extractive	7	7	0,1%	0	7	7	0,2%	0	0	0	0,0%	0
I08 Industrie des produits minéraux	10	13	0,3%	+3	10	13	0,3%	+3	0	0	0,0%	0
I09 Industrie textile		4	0,1%	+4		2	0,0%	+2	0	2	0,4%	+2
I10 Industrie de l'habillement	1	4	0,1%	+3	1	1	0,0%	0	0	3	0,6%	+3
I11 Industrie du cuir et de la chaussure		0	0,0%	0		0	0,0%	0	0	0	0,0%	0
I12 Industries agricoles et alimentaires	17	29	0,6%	+12	17	25	0,6%	+8	0	4	0,8%	+4
I13 Industries des équipements du foyer et des loisirs	14	24	0,5%	+10	14	20	0,5%	+6	0	4	0,8%	+4
I14 Santé, cosmétique, matériel médical	18	14	0,3%	-4	18	14	0,3%	-4	0	0	0,0%	0
I15 Industrie graphique	10	12	0,3%	+2	10	10	0,2%	0	0	2	0,4%	+2
I16 Industrie du bois et du papier	0	7	0,1%	+7	0	7	0,2%	+7	0	0	0,0%	0

- Entre 2010 et 2020
- Etablissements inscrits au RCS - Emploi
- Par territoire
- Par tranche de taille d'entreprises
- Par type d'entreprise (micro-entreprises, hors micro-entreprises)
- Pour les 4 grands secteurs économiques : Industrie – Commerce – Services – Construction + 51 sous-secteurs

→ Livraison de 7 tableaux de synthèse

## Adaptabilité du territoire : Procédures judiciaires – premier jugement d'ouverture

→ Source : *Tribunaux de commerce*

### Nombre d'établissements concernés par un premier jugement d'ouverture, par Grands Secteurs

Source : CCI Toulouse Haute-Garonne

HAUTE-GARONNE	2019	2020	2021	2022	Écart en nb 2019 - 2020	Écart en nb 2020 - 2021	Écart en nb 2021 - 2022
Industrie	36	14	37	34	-22	+23	-3
Construction	161	83	87	150	-78	+4	+63
Commerce	276	198	127	237	-78	-71	+110
Services	348	218	155	360	-130	-63	+205
<b>Total général HAUTE-GARONNE</b>	<b>821</b>	<b>513</b>	<b>406</b>	<b>781</b>	<b>-308</b>	<b>-107</b>	<b>+375</b>

SCoT Nord Toulousain	2019	2020	2021	2022	Écart en nb 2019 - 2020	Écart en nb 2020 - 2021	Écart en nb 2021 - 2022
Industrie	1	0	10	1	-1	+10	-9
Construction	11	8	8	13	-3	0	+5
Commerce	15	9	12	11	-6	+3	-1
Services	15	9	8	25	-6	-1	+17
<b>SCoT du Nord Toulousain</b>	<b>42</b>	<b>26</b>	<b>38</b>	<b>50</b>	<b>-16</b>	<b>+12</b>	<b>+12</b>

- Par territoire
- Pour les 4 grands secteurs économiques : Industrie – Commerce – Services – Construction
- Par années 2019-2020-2021- 2022 et par mois
- Liste des établissements concernés par un premier jugement d'ouverture 2022 et 1T2023 + type de jugement

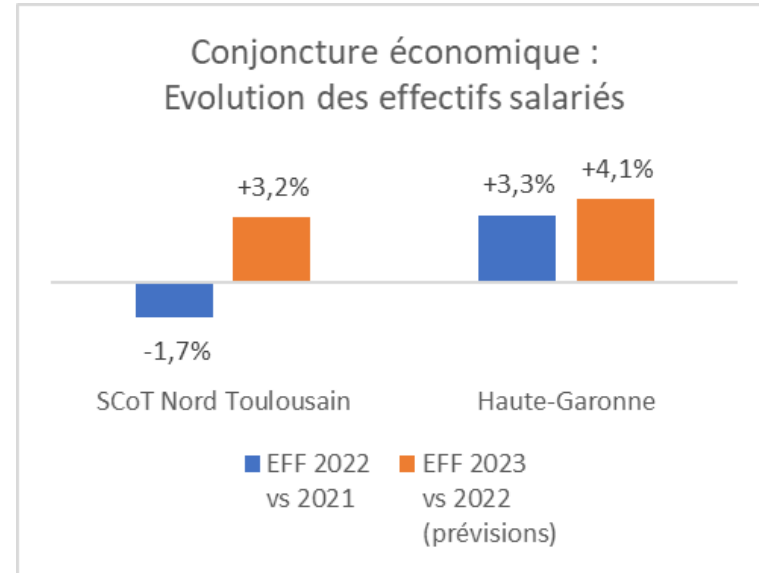
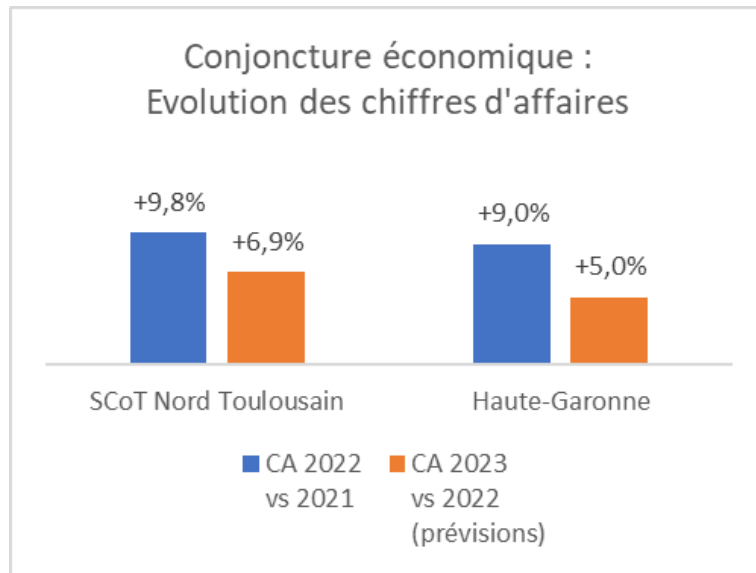
→ Livraison des bases de données qualifiées et des tableaux de synthèse

## Adaptabilité du territoire : Suivi de conjoncture économiques des entreprises du territoire

→ Source : Enquête de conjoncture CCI Toulouse Haute-Garonne

123 réponses de chefs d'entreprise collectées en janvier 2023, portant sur leur bilan 2022 et prévisions 2023

Nombre de répondants Enquête de conjoncture CCI de Toulouse	Coteaux du Girou	Hauts-Tolosans	Frontonnais	Val'Aïgo	SCoT Nord Toulousain
<b>BTP - IMMOBILIER</b>	13	6	5	4	<b>28</b>
<b>COMMERCE</b>	4	4	9	6	<b>23</b>
<b>INDUSTRIE</b>	5	6	11	7	<b>29</b>
<b>SERVICES</b>	9	10	19	5	<b>43</b>
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>26</b>	<b>44</b>	<b>22</b>	<b>123</b>





# L'offre commerciale

## Etablissements employeurs et salariés par secteur d'activité en 2010 et 2020

Secteur d'activité	Etablissements	Salariés	Etablissements	Salariés	Etablissements solde net	Salariés solde net	Etablissements évolution	Salariés évolution
	2010	2010	2020	2020				
Industrie	130	1 960	140	2 063	+10	+103	+7,7%	+5,3%
Construction	395	1 786	437	1 906	+42	+120	+10,6%	+6,7%
Commerce	568	3 485	678	4 629	+110	+1 144	+19,4%	+32,8%
Services	738	5 405	939	7 434	+201	+2 029	+27,2%	+37,5%
<b>SCoT du Nord Toulousain</b>	<b>1 831</b>	<b>12 636</b>	<b>2 194</b>	<b>16 032</b>	<b>+363</b>	<b>+3 396</b>	<b>+19,8%</b>	<b>+26,9%</b>

## Etablissements employeurs et salariés du secteur du commerce en 2010 et 2020

	Etablissements	Salariés	Etablissements	Salariés	Etablissements solde net	Salariés solde net	Etablissements évolution	Salariés évolution
	2010	2010	2020	2020				
C01 Commerce de gros non alimentaire	106	702	125	856	+19	+154	+17,9%	+21,9%
C03 Commerce de gros alimentaire	7	282	16	438	+9	+156	+128,6%	+55,3%
C04 Autre commerce de gros	12	78	13	69	+1	-9	+8,3%	-11,5%
C05 Alimentaire	76	213	90	323	+14	+110	+18,4%	+51,6%
C06 Super et hypermarchés	14	272	20	634	+6	+362	+42,9%	+133,1%
C07 Equipement de la personne	9	41	16	65	+7	+24	+77,8%	+58,5%
C08 Equipement de la maison	21	75	37	163	+16	+88	+76,2%	+117,3%
C09 Culture, loisirs	21	47	16	48	-5	+1	-23,8%	+2,1%
C10 Automobiles, motos	83	336	107	465	+24	+129	+28,9%	+38,4%
C11 Commerces non sédentaires, vente	25	77	34	133	+9	+56	+36,0%	+72,7%
C12 Hygiène, Santé, beauté	91	263	96	279	+5	+16	+5,5%	+6,1%
C13 Services à vitrines	101	1 083	101	1 146	0	+63	0,0%	+5,8%
C14 Bazar, occasion, divers	2	16	7	10	+5	6	+250,0%	-37,5%
<b>SCoT du Nord Toulousain</b>	<b>568</b>	<b>3 485</b>	<b>678</b>	<b>4 629</b>	<b>+110</b>	<b>+1 144</b>	<b>+19,4%</b>	<b>+32,8%</b>

## Etablissements employeurs et salariés du secteur du commerce par communauté de communes en 2010 et 2020

	Etablissements	Salariés	Etablissements	Salariés	Etablissements Solde net	Salariés Solde net	Etablissements évolution 2010 à 2020	Salariés évolution 2010 à 2020
	2010	2010	2020	2020				
CC de Val'Aïgo	103	392	115	651	+12	+259	+11,7%	+66,1%
CC des Coteaux du Girou	120	448	146	578	+26	+130	+21,7%	+29,0%
CC des Hauts Tolosans	145	594	162	717	+17	+123	+11,7%	+20,7%
CC du Frontonnais	200	2 051	255	2 683	+55	+632	+27,5%	+30,8%
<b>SCoT NT</b>	<b>568</b>	<b>3 485</b>	<b>678</b>	<b>4 629</b>	<b>+110</b>	<b>+1 144</b>	<b>+19,4%</b>	<b>+32,8%</b>

# L'offre commerciale dans les communes du SNT en 2010 et 2020

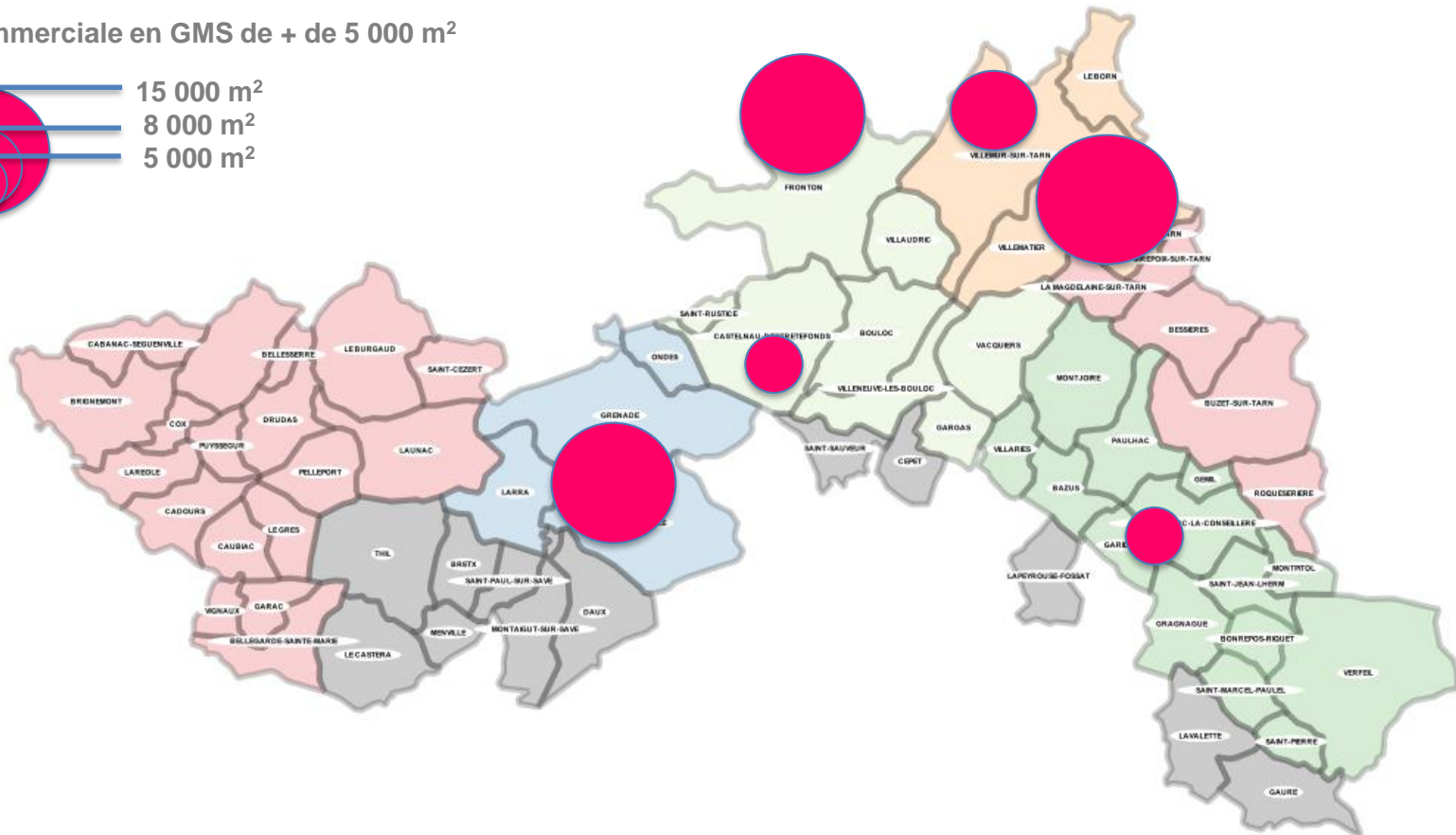
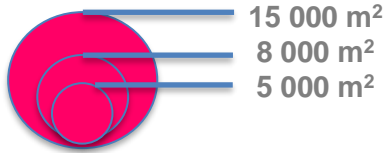


Communes	2010						2020					
	Commerce de gros		Commerce de détail et services ayant un point de vente		TOTAL		Commerce de gros		Commerce de détail et services ayant un point de vente		TOTAL	
	Nombre d'établissements employeurs	Effectifs salariés	Nombre d'établissements employeurs	Effectifs salariés	Nombre d'établissements employeurs	Effectifs salariés	Nombre d'établissements employeurs	Effectifs salariés	Nombre d'établissements employeurs	Effectifs salariés	Nombre d'établissements employeurs	Effectifs salariés
31049 Bazus												
31061 Bellegarde-Sainte-Marie			2	3	2	3			1	2	1	2
31066 Bessières	5	67	27	92	32	159	5	70	38	201	43	271
31073 Bondigoux	1	1			1	1			1	5	1	5
31074 Bonnepos-Riquet												
31077 Le Born			1	1	1	1						
31079 Bouloc	5	25	17	59	22	84	13	34	25	139	38	173
31089 Bretx									1	3	1	3
31093 Le Burgaud									1	1	1	1
31094 Buzet-sur-Tarn	1	1	8	26	9	27			10	52	10	52
31096 Cabanac-Séguenville			1	13	1	13			1	7	1	7
31098 Cadours	1	11	11	34	12	45	1	14	13	46	14	60
31118 Castelnau-d'Estrétefonds	16	359	52	808	68	1167	28	452	55	968	83	1420
31120 Le Castéra												
31126 Caubiac									1	4	1	4
31136 Cépet	2	3	4	9	6	12	2	4	5	14	7	18
31156 Cox									1	1	1	1
31160 Daux			1	1	1	1						
31164 Drudas			1	1	1	1			1	1	1	1
31202 Fronton	10	29	57	335	67	364	13	46	61	330	74	376
31211 Gargas												
31212 Garidech	7	19	13	102	20	121	11	28	16	102	27	130
31215 Gauré	1	1	1	1	2	2			1	3	1	3
31216 Gémil			1	1	1	1			1	2	1	2
31228 Gragnague	2	4	5	18	7	22	3	6	11	32	14	38
31232 Grenade	10	36	73	312	83	348	11	31	81	308	92	339
31273 Lapeyrouse-Fossat	2	2	6	13	8	15	2	4	7	10	9	14
31275 Laréole	1	22			1	22			32		1	32
31281 Launac	1	6	3	7	4	13	1	7	3	9	4	16
31285 Lavalette	1		2	1	2	1	1	8	2	2	3	10
31311 La Magdelaine-sur-Tarn			3	4	3	4	1	1	6	12	7	13
31341 Merville	4	36	14	31	18	67	6	60	18	75	24	135
31346 Mirepoix-sur-Tarn			1	4	1	4						
31356 Montaigut-sur-Save			6	15	6	15			7	21	7	21
31358 Montastruc-la-Conseillère	9	24	27	111	36	135	12	71	26	122	38	193
31383 Montjoire	2	5	1	1	3	6	2	6	2	4	4	10
31388 Montpitol			1	4	1	4			2	3	2	3
31403 Ondes	4	11	2	1	6	12	3	5	1	0	4	5
31407 Paulhac	1	1	2	10	3	11	1	2	3	5	4	7
31459 Roguesérière	1	1			1	1						
31473 Saint-Cézert												
31489 Saint-Jean-Lherm	2	4	1	1	3	5						
31501 Saint-Marcel-Paulel	1	1	1	1	2	2			1	1	1	1
31507 Saint-Paul-sur-Save			5	46	5	46			6	80	6	80
31511 Saint-Pierre			1	1	1	1			2	5	2	5
31515 Saint-Rustice									2	2	2	2
31516 Saint-Sauveur	7	37	1	2	8	39	6	43	9	39	15	82
31553 Thil	1	1	2	4	3	5						
31563 Vacquièrs	1	6	4	22	5	28	1	4	5	15	6	19
31573 Verfeil	6	47	22	71	28	118	8	50	29	107	37	157
31579 Villariès	1	2	1	1	2	3	2	2	1	3	3	5
31581 Villaudric	1	8	3	8	4	16	1	7	4	10	5	17
31583 Villematier	3	8	1	2	4	10	2	8	5	9	7	17
31584 Villemur-sur-Tarn	1	1	51	185	52	186	4	22	43	271	47	293
31587 Villeneuve-lès-Bouloc	14	281	6	60	20	341	12	345	13	231	25	576
31592 Larra	1	2	1	1	2	3	1	1	2	9	3	10
<b>Total général</b>	<b>125</b>	<b>1 062</b>	<b>443</b>	<b>2 423</b>	<b>568</b>	<b>3 485</b>	<b>154</b>	<b>1 363</b>	<b>524</b>	<b>3 266</b>	<b>678</b>	<b>4 629</b>

Communes regroupant + de 15 salariés en 2020 dans le secteur du commerce

## Grandes et moyennes surfaces commerciales en 2022

Polarité commerciale en GMS de + de 5 000 m<sup>2</sup>

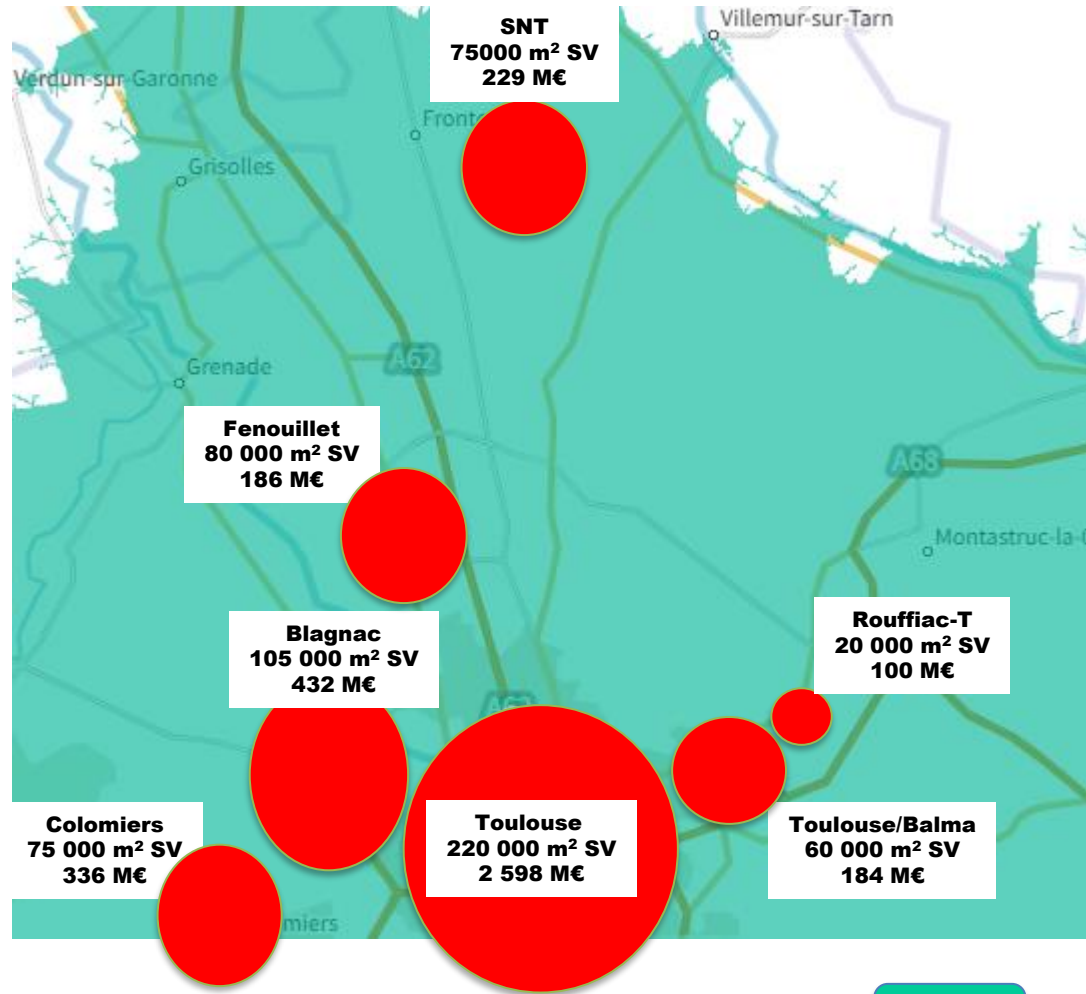


**36 000 m<sup>2</sup>** de GMS alimentaire recensé en 2023

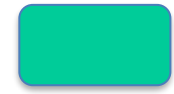
**39 300 m<sup>2</sup>** de GMS non alimentaire recensé en 2023

(existant + stock)

## Principaux pôles commerciaux majeurs de l'agglomération toulousaine situés à une distance de 30 minutes en voiture depuis Toulouse



Un environnement en GMS extrêmement concurrentiel



Isochrone 30 minutes depuis Toulouse

# Pratiques de consommation commerciale des ménages dans le SCoT Nord Toulousain



## Enquête consommation des ménages (2014 et 2020)

- Une enquête réalisée au niveau régional
- Au niveau départemental 3 600 enquêtes
- 37 produits de consommation commerciale courante analysés :

○ Les produits courants (alimentaires)	7 000 € / an		<b>Budget moyen annuel par ménage</b>
○ Les produits non alimentaires	6 900 € / an		
○ Familles des produits non alimentaires			
<input type="checkbox"/> Équipement de la personne	2 330 € / an		
<input type="checkbox"/> Equipement du foyer	2 000 € / an		
<input type="checkbox"/> Bricolage, jardinage, fleurs	1 200 € / an		
<input type="checkbox"/> Biens culturels, loisirs, jeux, sport	1 300 € / an		

## Intérêt des informations issues de l'enquête consommation des ménages

- Identification des flux de consommation
- Appréciation des niveaux d'activité ou du chiffre d'affaires réalisés dans le secteur du commerce
- Evaluation du potentiel global de consommation commerciale (Marché Théorique)
- Part du commerce de moins de 300 m<sup>2</sup> par rapport aux GMS (Grandes et Moyennes Surfaces)
- Identification des secteurs d'évasion commerciale

### Liste des produits commerciaux enquêtés

#### ALIMENTAIRE\*

- 01-Pain, pâtisserie fraîche
- 02-Viande, volaille, gibier, charcuterie, plats cuisines
- 03-Poissons frais, crustacés
- 04-Fruits et légumes frais
- 05-Lait, œufs, produits laitiers
- 06-Epicerie et boissons non alcoolisées
- 07-Vin, apéritifs, alcool
- 08-Produits surgelés, y compris glaces
- 09-Confiserie, chocolaterie, biscuiterie
- 28-Lessive, produit d'entretien ménager
- 34-Produits de toilette

#### EQUIPEMENT DE LA PERSONNE

- 10-Vêtements ou chaussures de sport
- 11-Vêtements pour enfants de moins de 12 ans avec chaussures hors accessoires
- 12-Chaussures de ville 12 ans et +
- 13-Pret-a-porter féminin avec PAP filles ados hors accessoires
- 14-Pret-a-porter masculin avec PAP garçons ados hors accessoires
- 15-Lingerie féminine et sous-vêtements hommes hors accessoires
- 16-Maroquinerie, accessoires de bagages
- 17-Accessoires / Bijoux fantaisie
- 18-Horlogerie, bijouterie
- 35-Parfumerie, cosmétique
- 36-Lunette de vue, lentille

#### EQUIPEMENT DU FOYER

- 19-Mobilier, puériculture, luminaire
- 20-Electromenager, appareils TV, radio, hifi, photo
- 24-Linge de maison, rideaux, coussins, tissu d'ameublement, tissu
- 25-Articles de decoration, art de la table, vaisselle, ustensiles de cuisine
- 26-Telephonie, micro-informatique

#### BRICOLAGE JARDINAGE FLEURS

- 21-Petit bricolage, Quincaillerie
- 22-Gros bricolage, Matériaux, Revêtements sols et murs
- 23-Jardinerie, animalerie
- 27-Fleurs et plantes

#### BIENS CULTURELS LOISIRS JEUX SPORT

- 29-Articles de sport (hors vêtements)
- 30-Jeux, jouets
- 31-Revues, magazines, journaux
- 32-Papeterie, consommables informatiques
- 33-Livres, Musique, vidéo (support physique et téléchargement)

#### PHARMACIE\*\*

- 37-Matériel médical et produit parapharmaceutique

**\*\* Les activités relevant de la pharmacie ne sont pas intégrées dans l'analyse**

## Principales définitions

### Niveau d'activité (en million d' € ou M€)

= ensemble des actes d'achats effectués sur les points de vente du territoire analysé. Attention, il ne prend pas en considération les dépenses liées au tourisme de passage ou d'affaires ou encore les achats des entreprises



Chiffre d'affaires

**Dépense commercialisable (DC)** : budget annuel que consacrent les ménages d'une zone géographique donnée à l'achat de produits ou biens alimentaires et/ou non alimentaires dans des commerces de détail, commerces traditionnels, supermarchés, hypermarchés, hard-discounters, marchés...



Budget annuel des ménages pour les achats de produits commerciaux

**Indice de disparité de consommation (IDC)** : évalue le niveau de consommation d'un ménage résidant sur une zone géographique donnée par rapport à la moyenne nationale (indice 100)



Indice de richesse des ménages

**Destination** : dépenses des ménages d'un **secteur d'habitation** effectuées dans le secteur d'habitation ou dans d'autres secteurs géographiques.



Evasion et rétention commerciale

**SECTEURS D'HABITATION** = Secteurs d'enquête = Bassin de consommation

Le périmètre a été divisé en secteurs d'habitation. Chaque secteur (en moyenne 10.000 habitants et 30 ménages enquêtés) a donné lieu à un sondage représentatif selon la méthode des quotas avec plusieurs critères : géographiques (répartition en grappe des adresses de la base de sondage), catégories professionnelles, classes d'âge et taille des ménages. Ces secteurs d'habitation définis avant le déroulement de l'enquête constituent l'unité de base de l'estimation des **Dépenses Commercialisables** qui ne peut plus être décomposée en sous-secteurs.



Unité territoriale d'analyse



## Lexique

### • MÉNAGE

De manière générale, un ménage au sens statistique du terme désigne l'ensemble des occupants d'un même logement sans que ces personnes soient nécessairement unies par des liens de parenté (en cas de cohabitation par exemple). Un ménage peut être composé d'une seule personne

### • SECTEURS D'HABITATION

Le périmètre d'enquête est découpé en 581 secteurs d'habitation correspondant à des bassins de consommation

### • PRODUITS

Les ménages ont été interrogés sur 37 produits de consommation courante. Pour des raisons de visibilité, les 37 produits ont été regroupés en 5 grandes familles de produits :

- **Alimentaire y compris droguerie-hygiène** : ensemble des produits alimentaires (hors restauration), produits d'entretien et produits de toilette. Il s'agit de produits répondant à une fréquence d'achat proche du quotidien ou hebdomadaire
- **Équipement de la personne** : vêtements, chaussures, maroquinerie, bijouterie, produits de beauté, optique
- **Équipement du foyer** : meubles, électroménager, TV HI-FI, téléphonie, informatique, matériel photo, linge de maison, vaisselle, décoration
- **Bricolage, Jardinage** : quincaillerie, matériel de bricolage, jardinage, animalerie, fleurs
- **Biens culturels, loisirs, jeux, sports** : articles de sport (hors vêtements), jouets, livres, magazines, journaux, CD, DVD

### • FORMES DE DISTRIBUTION

Les commerces sont regroupés en 5 formes de distribution

- **Commerces de moins de 300m<sup>2</sup>** : magasins d'une surface de vente inférieure à 300 m<sup>2</sup>, quelle que soit leur localisation ou leur statut d'exploitation (succursale, indépendant, franchisé).
- **Grandes surfaces** : magasins d'une surface de vente supérieure ou égale à 300 m<sup>2</sup>
  - Hypermarchés, supermarchés, hard discounts, magasins de détails alimentaires spécialisés, drives ou click & collect
  - Magasins de détail non alimentaire offrant un grand choix sur une même famille de produits, grands magasins, magasins populaires, solderie...
- **Marché, circuit court** : vente au détail sur les foires, marchés de plein air, halles, commerces ambulants (tournées), vente directe au producteur, magasins de producteurs, AMAP
- **Vente en ligne** : vente sur internet et vente par correspondance traditionnelle
- **Autres formes de vente** : grossistes, magasin d'usine, vente de particulier à particulier, dépôt-vente...

## Lexique

### • NIVEAU D'ACTIVITÉ

- Le niveau d'activité (en €) des commerces est issu de l'enquête de consommation des ménages réalisée par les CCI en 2019 en Occitanie.
- Il est estimé uniquement sur les produits de consommation courante enquêtés, auprès des particuliers résidents dans la région, hors touristes et professionnels. En conséquence, certains résultats peuvent varier par rapport à d'autres enquêtes intégrant le tourisme, ou d'autres postes de consommation (restauration, loisirs, carburants, etc.). On ne parle donc pas de chiffre d'affaires même si les deux notions sont proches.

### • ZONE DE CHALANDISE

- Zone géographique dans laquelle réside la clientèle régulière des points de vente du territoire étudié. Le contour de cette zone est influencé par les distances, les temps d'accès, l'attractivité du point de vente et sa concurrence.
- Il s'agit de la zone où l'on reconstitue la majorité du chiffre d'affaires des commerces du territoire étudié (hors clientèle de passage).
- Elle tient compte des contraintes du découpage de l'enquête.
- La zone primaire correspond à la zone géographique de plus forte influence.

### • DÉPENSES ANNUELLES DE CONSOMMATION (POTENTIEL DE CONSOMMATION)

- Budget annuel que consacrent les ménages d'une zone donnée, à l'achat des biens alimentaires ou non alimentaires dans les commerces de détail, quel qu'en soit le type (grande surface, petit commerce, marché, Internet...).
- Il est calculé à partir du produit des éléments suivants : la dépense moyenne France par ménage 2018 (source INSEE), les Indices de Disparité de la Consommation 2018 (source CCI France), la projection du nombre de ménages 2020 (source AID).

### • EMPRISE MOYENNE (TAUX D'EMPRISE DE LA ZONE)

Part de marché théorique captée par les points de vente de la zone de chalandise étudiée

### • EVASION

Dépenses des ménages habitant dans une zone, effectuées en dehors de celle-ci.

Evasion hors zone de chalandise : « J'habite dans la ZC, j'achète ailleurs ».

### • RÉTENTION

Dépenses des ménages habitant une zone, effectuées dans cette même zone.

Rétention de la zone de chalandise : « J'habite dans la ZC, j'achète dans la ZC »

## Analyse des niveaux d’activité par forme de vente

### Niveau d’activité commerciale en 2020 par forme de vente (SNT)

Forme de vente	Produits courants (alimentaire) en € Poids en %		Produits non- alimentaires en € Poids en %		Total en €	Poids en %
	en €	Poids en %	en €	Poids en %		
Commerce moins de 300 m2	37 576 328	15,4%	26 132 916	38,2%	63 709 244	20,3%
Grande et moyenne surface	188 666 088	77,1%	40 082 990	58,6%	228 749 078	73,1%
Commerce non sédentaire, vente directe	18 078 090	7,4%	1 781 853	2,6%	19 859 943	0,3%
Autres	384 713	0,2%	410 808	0,6%	795 521	0,3%
<b>Total</b>	<b>244 705 219</b>	<b>100,0%</b>	<b>68 408 567</b>	<b>100,0%</b>	<b>313 113 786</b>	<b>100,0%</b>

### Niveau d’activité commerciale en 2014 par forme de vente (SNT)

Forme de vente	Produits courants (alimentaire) en € Poids en %		Produits non- alimentaires en € Poids en %		Total en €	Poids en %
	en €	Poids en %	en €	Poids en %		
Commerce moins de 300 m2	35 274 491	16,0%	28 429 005	42,3%	63 703 496	22,2%
Grande et moyenne surface	167 679 992	76,2%	34 599 824	51,5%	202 279 816	70,4%
Commerce non sédentaire, vente directe	16 521 239	7,5%	2 253 124	3,4%	18 774 363	6,5%
Autres	596 510	0,3%	1 900 680	2,8%	2 497 190	0,9%
<b>Total</b>	<b>220 072 232</b>	<b>100,0%</b>	<b>67 182 633</b>	<b>100,0%</b>	<b>287 254 865</b>	<b>100,0%</b>

### Evolution du niveau d’activité par forme de vente entre 2014 et 2020

Forme de vente	Produits courants (alimentaire)	Produits non- alimentaires	Total
Commerce moins de 300 m2	6,5%	-8,1%	0,0%
Grande et moyenne surface	12,5%	15,8%	13,1%
Commerce non sédentaire, vente directe	9,4%	-20,9%	5,8%
Autres	-35,5%	-78,4%	-68,1%
<b>Total</b>	<b>11,2%</b>	<b>1,8%</b>	<b>9,0%</b>

Le niveau d’activité total augmente de 9 % entre 2014 et 2020, il passe de 287 M d’€ à 313 M d’€.

Le niveau d’activité du secteur alimentaire augmente de 11% et le secteur non alimentaire augmente de 2%.






La part du commerce de moins de 300 m<sup>2</sup> diminue. Elle passe de 22,2 à 20,3%. Pour la Haute-Garonne la part du commerce de moins de 300 m<sup>2</sup> est de 21,5 %.

Les grandes surfaces enregistrent une croissance du niveau d’activité de 13%. Leur part de marché passe de 70% à 73%.






#### Niveau d’activité (en €)

= ensemble des actes d’achats effectués sur les points de vente du territoire analysé. Attention, il ne prend pas en considération les dépenses liées au tourisme de passage ou d’affaires ou encore les achats des entreprises

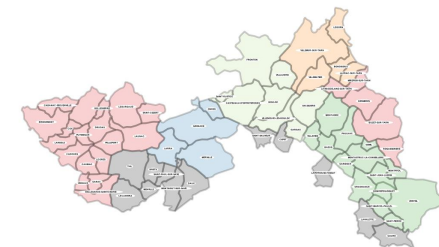
## BUDGET ANNUEL MOYEN PAR MENAGE SNT

	Alimentaire / Courant <b>6 993 €</b> IDC : 102,9
	Equipement de la personne <b>2 330 €</b> IDC : 106,2
	Equipement du foyer <b>2 020 €</b> IDC : 117,7
	Bricolage, jardinage, fleurs <b>1 186 €</b> IDC : 107,7
	Bien culturels, loisirs, jeux, sport <b>1 345 €</b> IDC : 117,9
<b>Total</b>	<b>13 875 €</b> IDC : 107,1

## BUDGET ANNUEL MOYEN PAR MENAGE HAUTE-GARONNE.

	Alimentaire / Courant <b>6 338 €</b> IDC : 93,3
	Equipement de la personne <b>2 199 €</b> IDC : 100,2
	Equipement du foyer <b>1 805 €</b> IDC : 105,1
	Bricolage, jardinage, fleurs <b>992 €</b> IDC : 90,1
	Bien culturels, loisirs, jeux, sport <b>1 244 €</b> IDC : 109
<b>Total</b>	<b>12 577 €</b> IDC : 97,1

- Le budget annuel moyen par ménage du SNT s'élève à **13 875 €** soit **1 300 €** de plus que la moyenne départementale (**12 577 €**).
- En moyenne et par an, un ménage du SNT consacre **6 993 €** pour les achats alimentaires et **6 882 €** pour les achats non-alimentaires.
- Le budget annuel moyen des ménages du SNT est supérieur à la moyenne départementale dans toutes les familles de produits.



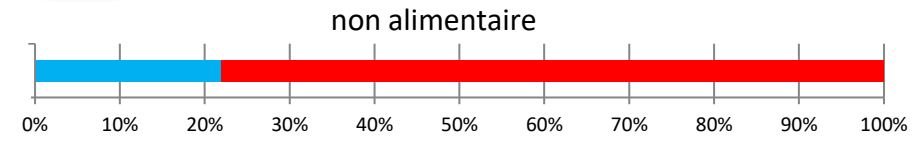
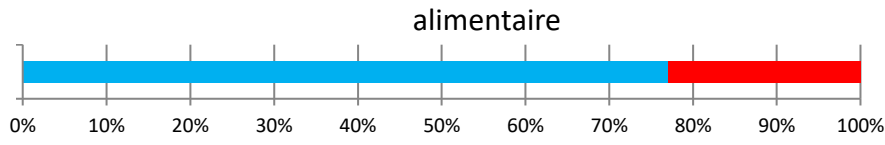
**Indice de disparité de consommation (IDC) :** évalue le niveau de consommation d'un ménage résidant sur une zone géographique donnée par rapport à la moyenne nationale (indice 100)

## Marché Théorique 2020 (34 521 ménages)

**Dépense commercialisable (DC) :** budget annuel que consacrent les ménages d'une zone géographique donnée à l'achat de produits ou biens alimentaires et/ou non alimentaires dans des commerces de détail, commerces traditionnels, supermarchés, hypermarchés, hard-discounters, marchés...

■ Rétention commerciale  
■ Evasion commerciale

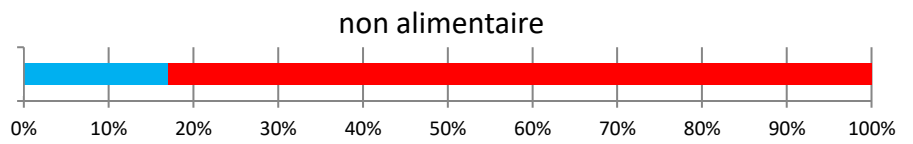
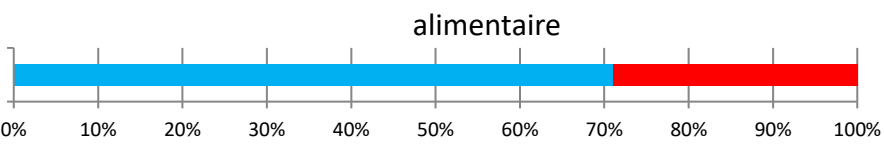
Produits	Dépense commercialisable en €	DC par ménage en €	IDC
Produit courant (alimentaire)	241 406 942	6 993	102,9
Equipement de la personne	80 444 582	2 330	106,2
Equipement du foyer	69 747 375	2 020	117,7
Bricolage, jardinage, fleurs	40 950 205	1 186	107,7
Biens culturels loisirs jeux sport	46 420 308	1 345	117,9
<b>Total</b>	<b>478 969 412</b>	<b>13 875</b>	<b>107,1</b>



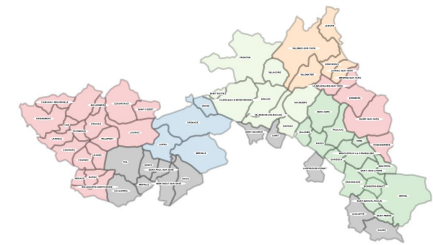
## Marché Théorique 2014 (31 169 ménages)

■ Rétention commerciale  
■ Evasion commerciale

Produits	Dépense commercialisable en €	DC par ménage en €	IDC
Produit courant (alimentaire)	211 825 286	6 796	103
Equipement de la personne	74 973 099	2 405	106
Equipement du foyer	65 198 358	2 092	116,9
Bricolage, jardinage, fleurs	35 872 130	1 151	107,8
Biens culturels loisirs jeux sport	42 994 960	1 379	116,3
<b>Total</b>	<b>430 863 833</b>	<b>13 823</b>	<b>107,1</b>



- Pour les dépenses liées aux achats de produits alimentaires le taux d'évasion commerciale diminue nettement, il passe de **29 % à 23 %**
- Pour les dépenses liées aux achats de produits non alimentaires l'évasion commerciale diminue, elle passe de **83 % à 78 %**.
- En 2020 le marché théorique total des **34 521 ménages** s'élève à **479 M€**. En 2014 le marché théorique total des **31 169 ménages** est de **430,9 M€**.



Marché Théorique - Répartition des dépenses commercialisables par forme de vente en 2020 en alimentaire

Lieux d'achat	Dépense commercialisable en €	Part Forme de vente en %
01 - Commerce de moins de 300m <sup>2</sup>	33 826 393	14
02 - Hypermarche	49 346 425	20,4
03 - Supermarche	109 578 695	45,4
04 - Hard Discount	18 617 318	7,7
05 - GSS	2 132 962	0,9
06 - Drives	12 525 356	5,2
08 - CNS Vente directe	13 409 554	5,6
09 - E-Commerce	383 751	0,2
10 - VPC	1 457 143	0,6
11 - Autres FV	129 345	0,1
<b>Total</b>	<b>241 406 942</b>	<b>100</b>

Marché Théorique - Répartition des dépenses commercialisables par forme de vente en 2020 en non-alimentaire

Lieux d'achat	Dépense commercialisable en €	Part Forme de vente en %
01 - Commerce de moins de 300m <sup>2</sup>	53 683 207	22,6
02 - Hypermarche	22 736 708	9,6
03 - Supermarche	15 164 969	6,4
04 - Hard Discount	2 010 544	0,8
05 - GSS	105 516 001	44,4
06 - Drives	205 555	0,1
07 - Autres GS	4 780 691	2
08 - CNS Vente directe	1 614 057	0,7
09 - E-Commerce	28 030 226	11,8
10 - VPC	2 794 193	1,2
11 - Autres FV	1 026 319	0,4
<b>Total</b>	<b>237 562 470</b>	<b>100</b>

Marché Théorique - Répartition des dépenses commercialisables par forme de vente en 2014 en alimentaire

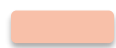
Lieux d'achat	Dépense commercialisable en €	Part Forme de vente en %
01 - Commerce de moins de 300m <sup>2</sup>	34 683 331	16,4
02 - Hypermarche	39 814 261	18,8
03 - Supermarche	95 882 679	45,3
04 - Hard Discount	20 630 955	9,7
05 - GSS	846 192	0,4
06 - Drives	5 582 530	2,6
08 - CNS Vente directe	12 531 884	5,9
09 - E-Commerce	72 145	0
10 - VPC	1 072 596	0,5
11 - Autres FV	708 713	0,3
<b>Total</b>	<b>211 825 286</b>	<b>100</b>

Marché Théorique - Répartition des dépenses commercialisables par forme de vente en 2014 en non-alimentaire

Lieux d'achat	Dépense commercialisable en €	Part Forme de vente en %
01 - Commerce de moins de 300m <sup>2</sup>	60 120 946	27,4
02 - Hypermarche	26 138 567	11,9
03 - Supermarche	8 019 135	3,7
04 - Hard Discount	403 942	0,2
05 - GSS	103 685 766	47,3
06 - Drives	28 936	0
07 - Autres GS	2 400 841	1,1
08 - CNS Vente directe	2 164 747	1
09 - E-Commerce	11 519 967	5,3
10 - VPC	2 434 026	1,1
11 - Autres FV	2 121 674	1
<b>Total</b>	<b>219 038 547</b>	<b>100</b>

## Marché Théorique - Répartition des dépenses commercialisables par secteur d'habitation en 2020 en alimentaire

Lieux d'achat	Dépense commercialisable en €	Part Secteur Habitation en %
31 / FRONTON	57 821 144	24
31 / GRENADE	45 429 796	18,8
31 / MONTASTRUC	29 479 792	12,2
31 / VILLEMUR	26 594 896	11
31 / BESSIERES	19 561 667	8,1
31 / MONTRABE	10 657 358	4,4
31 / CADOURS	6 408 843	2,7
31 / BLAGNAC	6 144 858	2,5
31 / PECHBONNIEU	4 112 638	1,7
32 / L ISLE JOURDAIN	4 103 637	1,7
31 / AUCAMVILLE	4 043 091	1,7
31 / TOULOUSE GRAMONT	3 536 185	1,5
81 / LAVAUR VILLE	2 058 154	0,9
VAD - Internet	1 840 894	0,8
Autres	19 613 989	8
<b>Total</b>	<b>241 406 942</b>	<b>100</b>



Secteur d'habitation d'évasion commerciale hors secteur d'habitation du SNT

## Marché Théorique - Répartition des dépenses commercialisables par secteur d'habitation en 2020 en non-alimentaire

Lieux d'achat	Dépense commercialisable en €	Part Secteur Habitation en %
31 / AUCAMVILLE	40 688 104	17,1
VAD - Internet	30 824 419	13
31 / BLAGNAC	24 403 057	10,3
31 / FRONTON	17 001 430	7,2
31 / MONTRABE	15 271 032	6,4
31 / GRENADE	12 568 920	5,3
31 / VILLEMUR	10 953 796	4,6
31 / ROQUES	7 519 896	3,2
31 / BALMA	7 295 197	3,1
31 / COLOMIERS PERIPHERIE	6 700 955	2,8
31 / MONTASTRUC	5 620 013	2,4
31 / TOULOUSE CAPITOLE	5 612 577	2,4
31 / BESSIERES	5 414 227	2,3
31 / L UNION	4 344 876	1,8
31 / TOULOUSE GRAMONT	4 136 949	1,7
82 / MONTAUBAN NORD ET COMMUNES	3 903 138	1,6
81 / LAVAUR VILLE	3 709 057	1,6
31 / TOULOUSE SAINT ETIENNE	3 401 607	1,4
31 / PORTET	3 109 961	1,3
82 / MONTAUBAN OUEST	2 356 425	1
Autres	22 726 834	9
<b>Total</b>	<b>237 562 470</b>	<b>100</b>

## Marché Théorique - Répartition des dépenses commercialisables par secteur d'habitation en 2014 en alimentaire

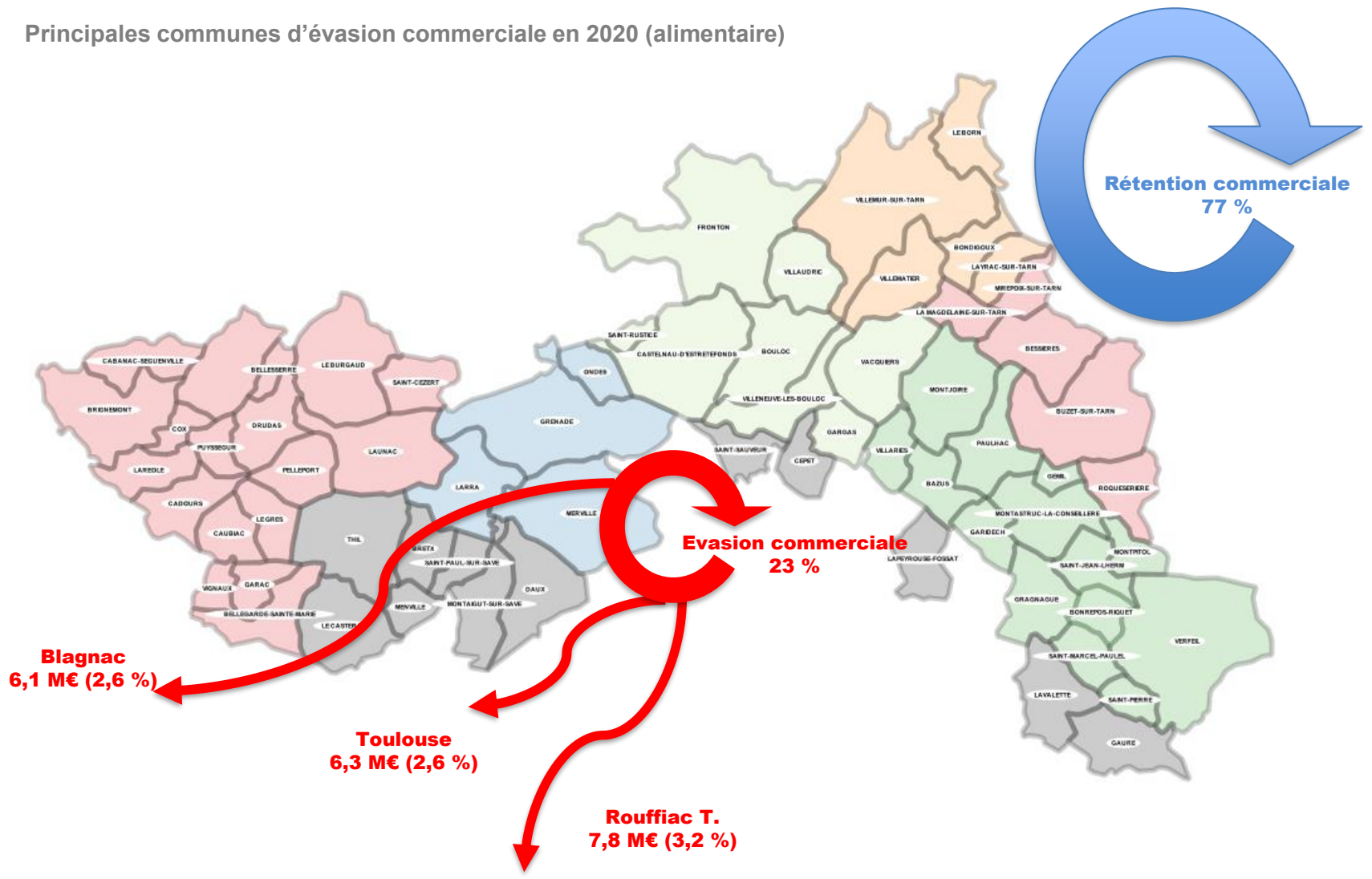
Lieux d'achat	Dépense commercialisable en €	Part Secteur Habitation en %
31 / GRENADE	45 012 811	21,2
31 / FRONTON	44 858 372	21,2
31 / MONTASTRUC	25 708 421	12,1
31 / VILLEMUR	17 694 194	8,4
31 / BESSIERES	13 236 915	6,2
31 / MONTRABE	9 776 440	4,6
31 / BLAGNAC	6 094 975	2,9
31 / CADOURS	4 781 701	2,3
31 / TOULOUSE GRAMONT	4 484 293	2,1
31 / PECHBONNIEU	3 435 741	1,6
81 / SAINT-SULPICE	3 405 047	1,6
31 / PORTET	1 989 176	0,9
31 / AUCAMVILLE	1 906 103	0,9
31 / BRUGUIERES	1 873 079	0,9
31 / SAINT JEAN	1 814 796	0,9
Autres	25 753 222	12
<b>Total</b>	<b>211 825 286</b>	<b>100</b>

## Marché Théorique - Répartition des dépenses commercialisables par secteur d'habitation en 2014 en non-alimentaire

Lieux d'achat	Dépense commercialisable en €	Part Secteur Habitation en %
31 / BLAGNAC	31 909 730	14,6
31 / AUCAMVILLE	17 526 574	8
VAD - Internet	13 953 993	6,4
31 / GRENADE	12 463 733	5,7
31 / VILLEMUR	10 636 894	4,9
31 / TOULOUSE GRAMONT	8 817 855	4
31 / FRONTON	8 603 444	3,9
31 / BALMA	8 174 577	3,7
31 / PORTET	7 491 251	3,4
31 / TOULOUSE (31) SANS PRECISION	7 389 826	3,4
31 / MONTRABE	6 965 105	3,2
82 / MONTAUBAN CENTRE VILLE	6 807 465	3,1
31 / ROQUES	5 598 280	2,6
31 / BESSIERES	5 409 636	2,5
31 / TOULOUSE SAINT ETIENNE	4 936 625	2,3
31 / SAINT ORENS	4 914 673	2,2
31 / L UNION	4 783 123	2,2
31 / TOULOUSE CAPITOLE	4 710 055	2,2
31 / MONTASTRUC	4 281 634	2
31 / LABEGE	4 241 589	1,9
Autres	39 422 485	18
<b>Total</b>	<b>219 038 547</b>	<b>100</b>



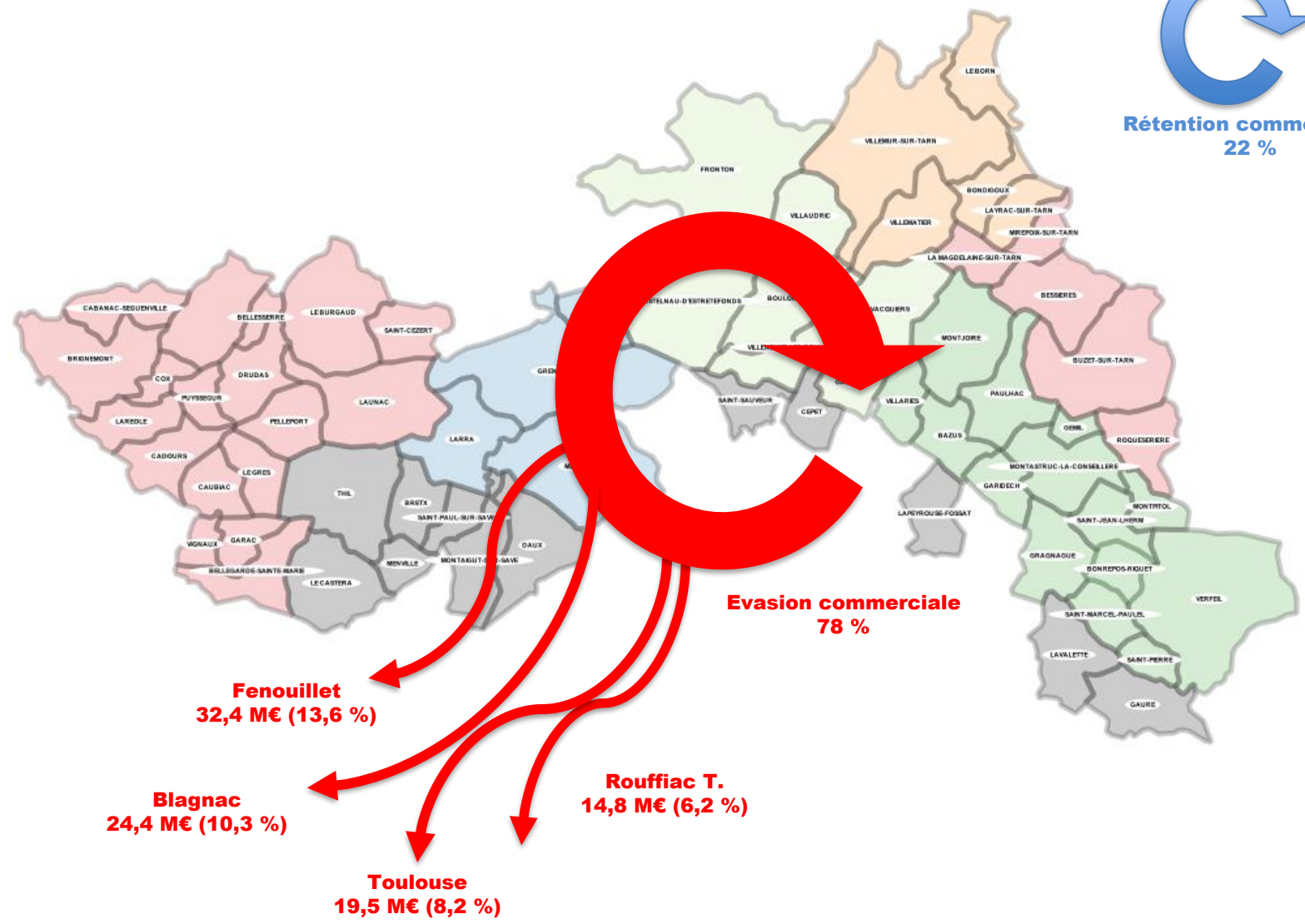
Principales communes d'évasion commerciale en 2020 (alimentaire)



## Principales communes d'évasion commerciale en 2020 (non alimentaire)



Rétention commerciale  
22 %





# Pratiques de consommation commerciale des ménages par Secteur d'Habitation

Secteur d'Habitation	Niveau d'activité commerciale en M€				Evasion commerciale en %				IDC en €
	Alimentaire		Non Alimentaire		Alimentaire		Non Alimentaire		
	2020	2014	2020	2014	2020	2014	2020	2014	2020
SH Bessières	24,2	17,2	7,9	7,1	40,5	51,5	86,3	84,8	13 754
SH Cadours	9,2	5,5	2,4	5,1	70,3	75,8	92,7	77,6	13 709
SH Fronton	73,6	68,3	19,5	10,2	14,8	26,9	76,0	86,0	14 015
SH Grenade	59,9	63,8	16,2	22,5	15,4	21,0	76,4	78,4	13 548
SH Montastruc	34,8	33,2	6,6	5,4	45,7	46,0	89,5	91,3	14 755
SH Villemur	28,4	25,7	13,6	14,3	8,9	42,4	67,4	76,0	12 835
<i>Communes hors SH</i>	14,6	6,3	2,2	2,6					
<b>SCoT NT</b>	<b>244,7</b>	<b>220,0</b>	<b>68,4</b>	<b>67,2</b>	<b>23,0</b>	<b>29,0</b>	<b>78,0</b>	<b>83,0</b>	<b>13 875</b>

Secteur d'Habitation	Niveau d'activité commerciale Part GMS en %				Niveau d'activité commerciale Part commerce de moins de 300 m <sup>2</sup> en %			
	Alimentaire		Non Alimentaire		Alimentaire		Non Alimentaire	
	2020	2014	2020	2014	2020	2014	2020	2014
SH Bessières	83,7	91,0	58,9	48,5	11,4	6,7	37,1	44,8
SH Cadours	57,7	42,9	42,9	73,9	31,1	38,1	48,8	19,0
SH Fronton	80,6	80,7	56,3	45,1	13,5	10,3	40,1	48,0
SH Grenade	77,9	64,9	56,8	42,1	9,1	24,6	39,2	50,0
SH Montastruc	72,3	77,3	56,2	38,6	21,7	16,6	40,5	56,3
SH Villemur	83,6	87,3	73,0	72,6	13,5	10,5	26,1	26,3
<i>Communes hors SH</i>								
<b>SCoT NT</b>	<b>77,1</b>	<b>76,2</b>	<b>58,6</b>	<b>51,5</b>	<b>15,4</b>	<b>16,0</b>	<b>38,2</b>	<b>42,3</b>



**CBS**  
OBSERVATOIRE  
ÉCONOMIQUE  
D'OCCITANIE

+

éco

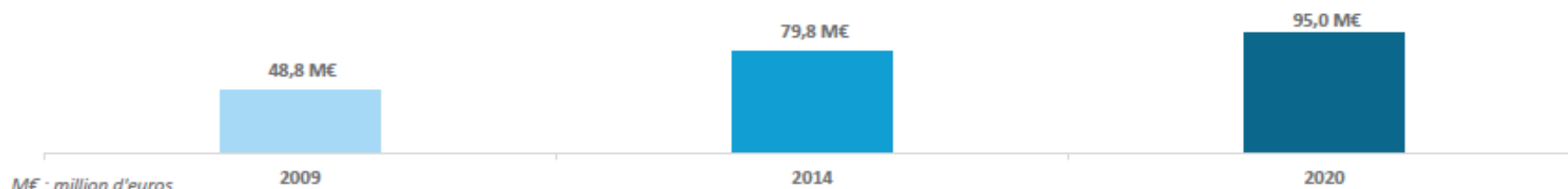
**DIAGNOSTIC DE PÔLE**

COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DU FRONTONNAIS

## COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DU FRONTONNAIS

### NIVEAU D'ACTIVITÉ

#### ÉVOLUTION DU NIVEAU D'ACTIVITÉ DEPUIS 2009

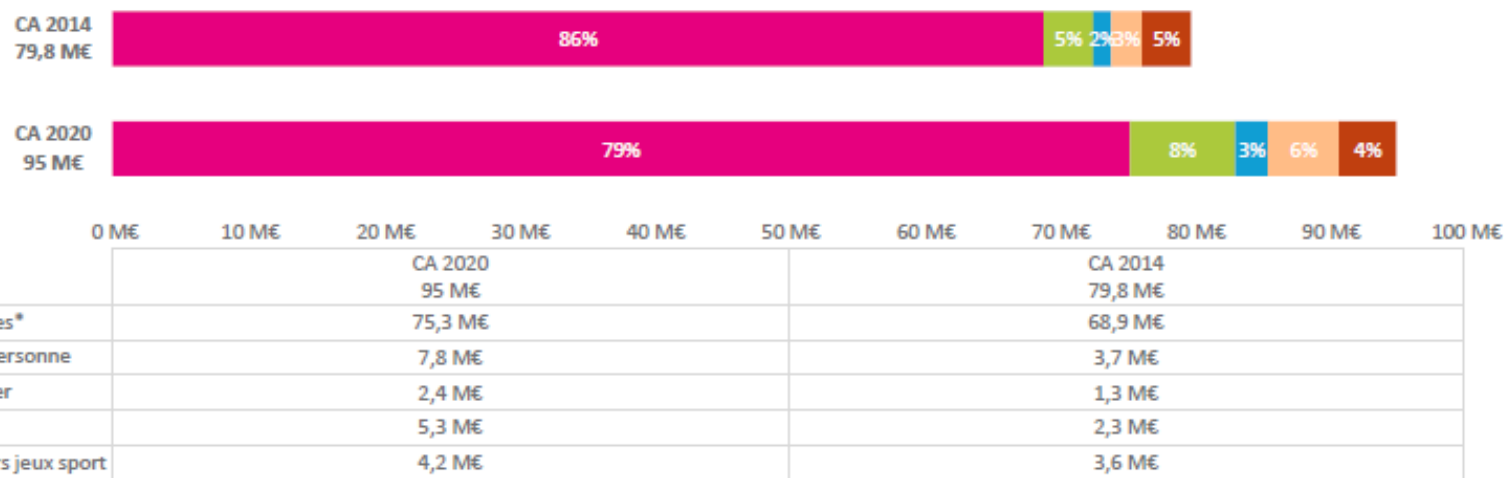


M€ : million d'euros

Source : Étude sur les comportements d'achats des ménages en Occitanie - 2020, 2014 et 2009

#### NIVEAU D'ACTIVITÉ PAR FAMILLE DE PRODUITS

95 M€ soit une évolution de 19% depuis 2014

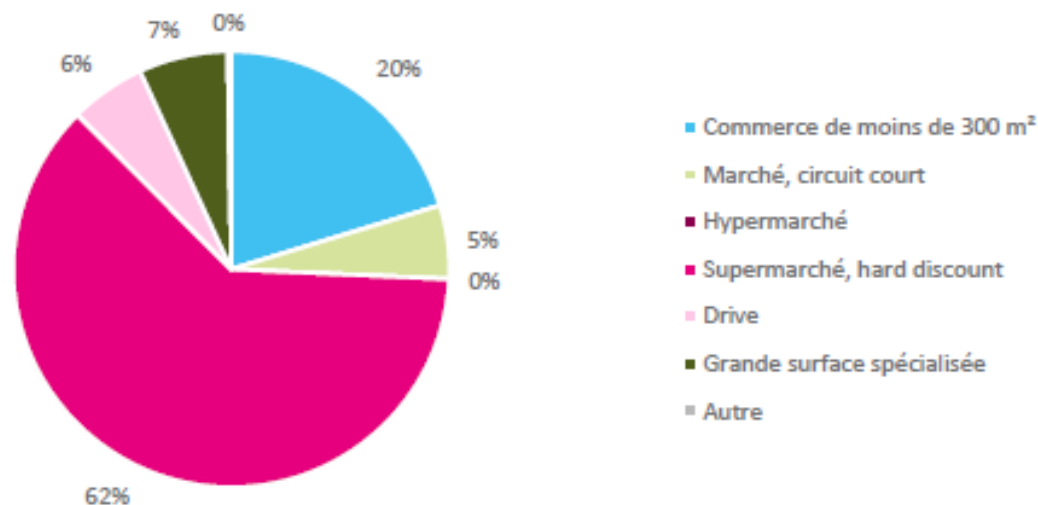


\*y compris droguerie-hygiène

Source : Étude sur les comportements d'achats des ménages en Occitanie - 2020 et 2014

# NIVEAU D'ACTIVITÉ

## RÉPARTITION DU NIVEAU D'ACTIVITÉ 2020 PAR FORME DE DISTRIBUTION



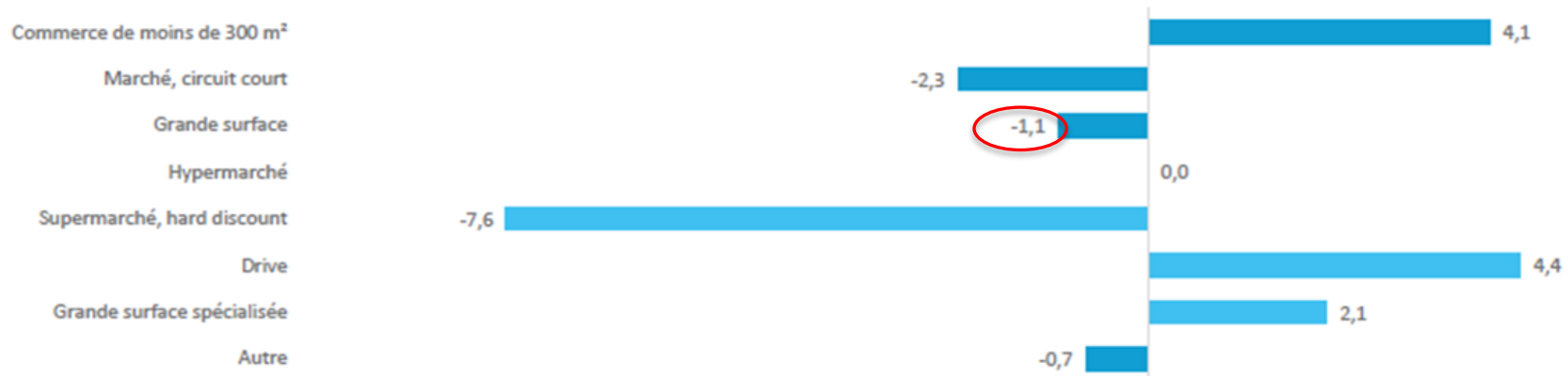
	TOTAL		Produits alimentaires*		Produits non-alimentaires	
	En M€	%	En M€	%	En M€	%
Commerce de moins de 300 m <sup>2</sup>	19,3 M€	20%	11,3 M€	15%	8,0 M€	41%
Marché, circuit court	5,2 M€	5%	4,6 M€	6%	0,6 M€	3%
Grande surface	70,3 M€	74%	59,3 M€	79%	10,9 M€	56%
Hypermarché	0,0 M€	0%	0,0 M€	0%	0,0 M€	0%
Supermarché, hard discount	58,7 M€	62%	52,0 M€	69%	6,7 M€	34%
Drive	5,3 M€	6%	5,3 M€	7%	0,0 M€	0%
Grande surface spécialisée	6,3 M€	7%	2,0 M€	3%	4,2 M€	22%
Autre	0,3 M€	0%	0,2 M€	0%	0,1 M€	1%
<b>TOTAL</b>	<b>95,0 M€</b>	<b>100%</b>	<b>75,3 M€</b>	<b>100%</b>	<b>19,6 M€</b>	<b>100%</b>

\*y compris droguerie-hygiène

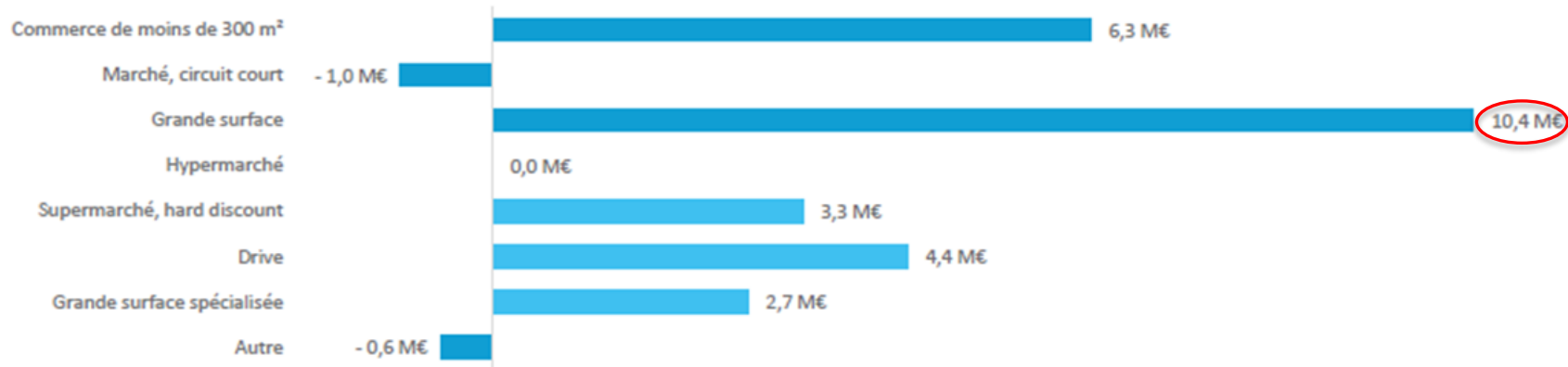
Source : Étude sur les comportements d'achats des ménages en Occitanie - 2020

## NIVEAU D'ACTIVITÉ

ÉVOLUTION (EN POINT) DU POIDS DES FORMES DE DISTRIBUTION DEPUIS 2014



ÉVOLUTION EN MILLIONS D'EUROS DU NIVEAU D'ACTIVITÉ DES FORMES DE DISTRIBUTION DEPUIS 2014

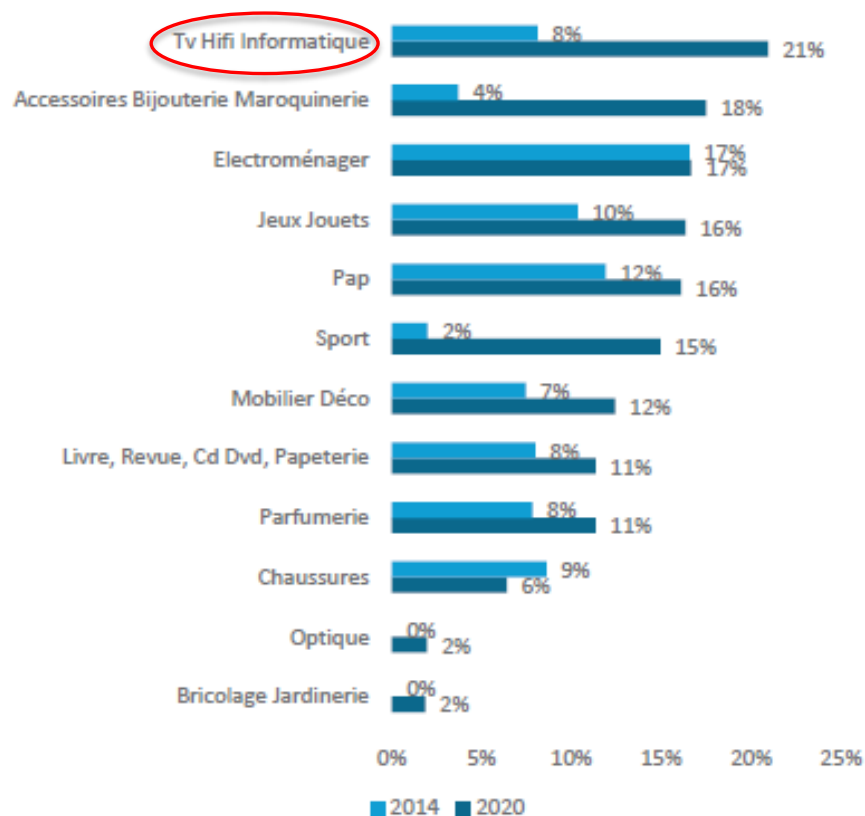


Source : Étude sur les comportements d'achats des ménages en Occitanie - 2020 et 2014

## CIRCUITS DE DISTRIBUTION

PART DE MARCHÉ DE LA VENTE EN LIGNE DES MÉNAGES DE LA ZONE DE CHALANDISE SUR LES PRODUITS NON-ALIMENTAIRES

8 M€ soit 12% de la dépense non alimentaire



	MONTANT* 2014	MONTANT* 2020
Tv Hifi Informatique	0,5 M€	1,1 M€
Accessoires Bijouterie Maroquinerie	0,1 M€	0,8 M€
Electroménager	0,5 M€	0,9 M€
Jeux Jouets	0,2 M€	0,4 M€
Pap	1,1 M€	1,6 M€
Sport	0,1 M€	0,8 M€
Mobilier Déco	0,7 M€	1,3 M€
Livre, Revue, Cd Dvd, Papeterie	0,5 M€	0,4 M€
Parfumerie	0,3 M€	0,5 M€
Chaussures	0,2 M€	0,1 M€
Optique	0,0 M€	0,0 M€
Bricolage Jardinierie	0,0 M€	0,2 M€
<b>Dépenses en non alimentaires</b>	<b>4,1 M€</b>	<b>8,1 M€</b>

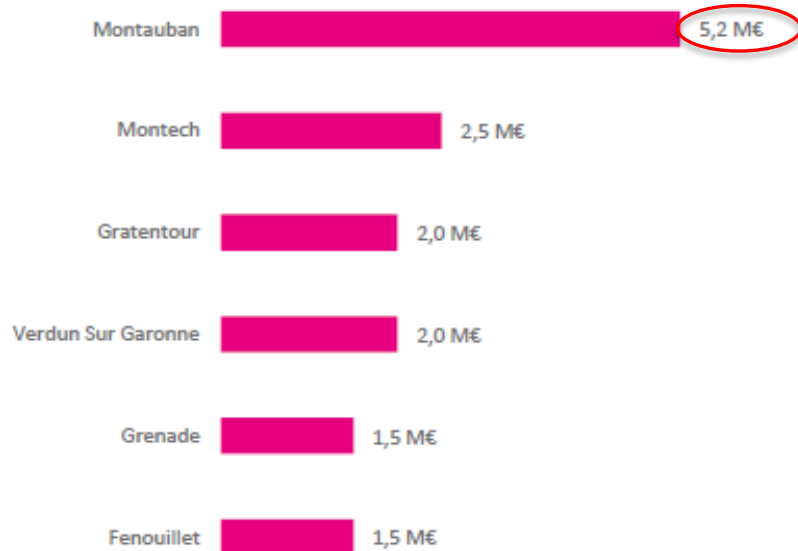
\*Montant dépensé sur la vente en ligne

Source : Étude sur les comportements d'achats des ménages en Occitanie - 2020 et 2014

## DESTINATIONS DE CONSOMMATIONS

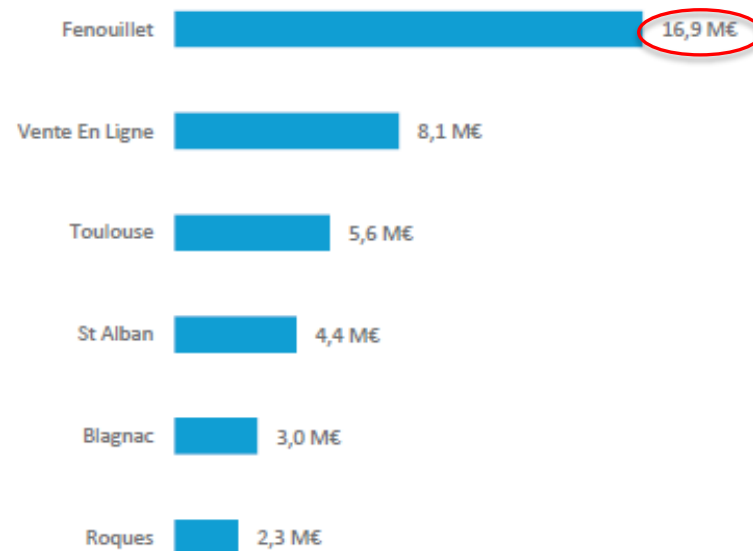
LES PRINCIPALES DESTINATIONS D'ÉVASION HORS ZONE DE CHALANDISE POUR LES PRODUITS ALIMENTAIRES\*

Évasion produits alimentaires\* 22% des dépenses annuelles de consommation des ménages  
soit 20,7 M€



LES PRINCIPALES DESTINATIONS D'ÉVASION HORS ZONE DE CHALANDISE POUR LES PRODUITS NON-ALIMENTAIRES

Évasion produits non alimentaires 76% des dépenses annuelles de consommation des ménages  
soit 50,0 M€

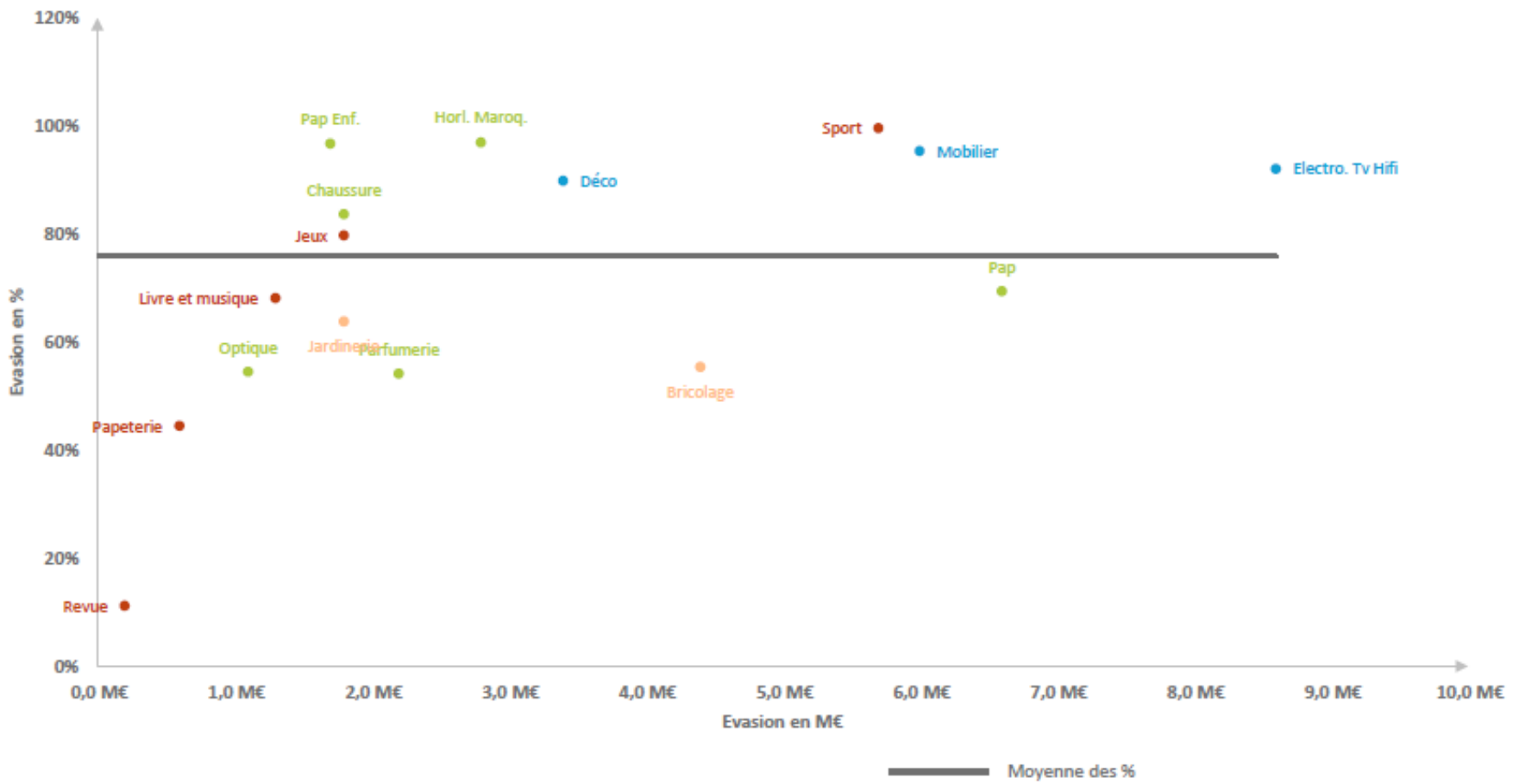


\*y compris droguerie-hygiène

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

# DESTINATIONS DE CONSOMMATIONS

LES PRODUITS GÉNÉRATEURS D'ÉVASION EN NON ALIMENTAIRE



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

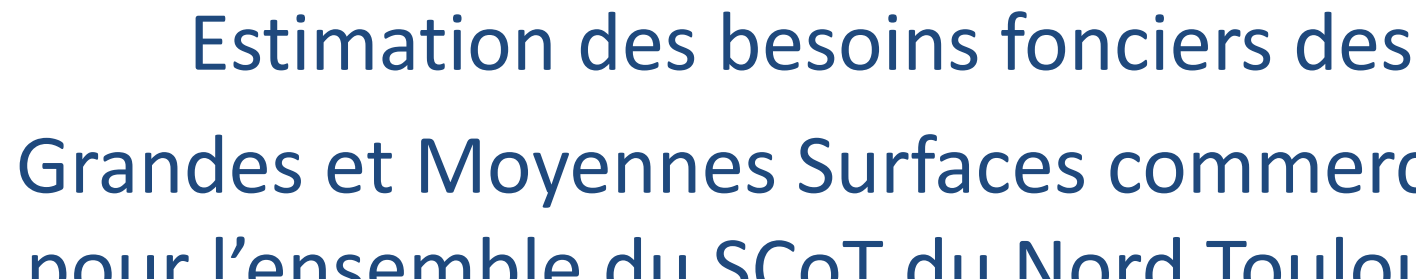
## DESTINATIONS DE CONSOMMATIONS

LES PRODUITS GÉNÉRATEURS D'ÉVASION EN ALIMENTAIRE\*

Produits	Potentiel en M€	Évasion M€	Évasion %	Part Vente en ligne
Alcool	8,9 M€	1,2 M€	14%	0%
Epicerie	34,9 M€	8,1 M€	23%	0%
Fruit et légume	10,1 M€	3,0 M€	30%	0%
Pain et pâtisserie	7,8 M€	0,9 M€	12%	0%
Pdt laitier	10,1 M€	2,3 M€	22%	0%
Poisson	1,9 M€	0,4 M€	24%	0%
Surgelés	3,4 M€	1,0 M€	30%	8%
Viande	17,7 M€	3,8 M€	21%	0%

LES PRODUITS GÉNÉRATEURS D'ÉVASION EN NON ALIMENTAIRE

Produits	Potentiel en M€	Évasion M€	Évasion %	Part Vente en ligne
Chaussure	2,2 M€	1,8 M€	84%	6%
Horl. Maroq.	2,9 M€	2,8 M€	97%	17%
Optique	2,1 M€	1,1 M€	55%	2%
Pap	9,6 M€	6,6 M€	69%	17%
Pap Enf.	1,8 M€	1,7 M€	97%	13%
Parfumerie	4,0 M€	2,2 M€	54%	11%
Déco	3,8 M€	3,4 M€	90%	14%
Electro. Tv Hifi	9,4 M€	8,6 M€	92%	21%
Mobilier	6,3 M€	6,0 M€	95%	12%
Bricolage	7,9 M€	4,4 M€	55%	2%
Jardinerie	2,7 M€	1,8 M€	64%	1%
Jeux	2,2 M€	1,8 M€	80%	16%
Livre et musique	1,8 M€	1,3 M€	68%	18%
Papeterie	1,4 M€	0,6 M€	45%	6%
Revue	2,1 M€	0,2 M€	11%	6%
Sport	5,7 M€	5,7 M€	100%	15%

A decorative graphic consisting of a dashed grey line forming a partial frame on the left and top, and a solid orange circle at the bottom left corner.

## Estimation des besoins fonciers des Grandes et Moyennes Surfaces commerciales pour l'ensemble du SCoT du Nord Toulousain

Estimation des surfaces de vente et des surfaces foncières dédiées aux GMS  
(Grandes et Moyennes Surfaces > 1 000 m<sup>2</sup>)  
en fonction du marché théorique de consommation commerciale

## Principes de calcul

- *Calcul du nombre de ménages en fonction des perspectives d'accueil de population du SCoT du Nord Toulousain en 2030 / 2040 / 2050 selon :*
  - *Scénario central*
  - *Scénario population basse*
  - *Scénario population haute*
- *Le nombre moyen de personnes par ménage ne varie pas, il est fixé à **2.2 personnes** par ménage*
- *IDC constant et Dépenses commercialisables par ménage identiques (**base de référence IDC et DC 2020**) avec :*
  - *Dépenses Commercialisables Moyenne du SCoT NT en Alimentaire = **6 993 €***
  - *Dépenses Commercialisables Moyenne du SCoT NT en Non Alimentaire = **6 882 €***
- *Les parts d'activité commerciale réalisées par les GMS pour l'estimation des besoins fonciers sont de **70%, 75% et 80%**.*
- *Pour le calcul des surfaces de vente en fonction du chiffre d'affaires :*
  - *Ratio de **7 000 €/m<sup>2</sup>** de surface de vente en alimentaire*
  - *Ratio de **3 000€/m<sup>2</sup>** de surface de vente en non alimentaire*
- *Pour une transposition de la surface de vente en Surface Hors Œuvre Nette, **1m<sup>2</sup> SV = 1.3 m<sup>2</sup> SHON***
- *Pour évaluer le besoin foncier nécessaire par rapport à la SHON et dans un objectif de densification application d'un **COS de 0.3** (Coefficient d'Occupation des Sols)*

## Population en 2030

119 224 habitants

**54 193 ménages**

source SCOT NT

Population 2030	Ménage 2030	DC ali moyen base 2020 en €	DC non ali moyen base 2020 en €	DC ali en €	DC non ali en €	Part GMS	DC GMS ali en €	DC GMS non ali en €
119 224	54 193	6 993	6 882	378 969 742	372 954 349	70	265 278 819	261 068 044
119 224	54 193	6 993	6 882	378 969 742	372 954 349	75	284 227 306	279 715 762
119 224	54 193	6 993	6 882	378 969 742	372 954 349	80	303 175 793	298 363 479

Surface ali			Surface non			SHON ali en m <sup>2</sup>	SHON non ali en m <sup>2</sup>	Foncier ali en m <sup>2</sup>	Foncier non ali en m <sup>2</sup>
Surface ali en m <sup>2</sup>	Surface ali existante en m <sup>2</sup>	Solde ali en m <sup>2</sup>	Surface non ali en m <sup>2</sup>	Surface non ali existante en m <sup>2</sup>	Solde non ali en m <sup>2</sup>				
37 897	36 000	1 897	87 023	39 300	47 723	2 466	62 039	<b>8 212</b>	<b>206 591</b>
40 604	36 000	4 604	93 239	39 300	53 939	5 985	70 120	<b>19 930</b>	<b>233 500</b>
43 311	36 000	7 311	99 454	39 300	60 154	9 504	78 201	<b>31 649</b>	<b>260 409</b>

## Scénario central

Population en 2030  
119 224 habitants  
54 193 ménages

Ali. → entre 0,8 et 3,2 ha  
Non Ali. → entre 20,7 et 26 ha

Population en 2040  
133 335 habitants  
60 607 ménages

Ali. → entre 2,8 et 5,4 ha  
Non Ali. → entre 25,1 et 31,1 ha

Population en 2050  
133 335 habitants  
67 253 ménages

Ali. → entre 4,8 et 7.7 ha  
Non Ali. → entre 29,7 et 36,4 ha

## Scénario population basse

Population en 2030  
115 661 habitants  
52 573 ménages

Ali. → entre 0,3 et 2,6 ha  
Non Ali. → entre 19,5 et 24,7 ha

Population en 2040  
127 053 habitants  
57 751 ménages

Ali. → entre 1,9 et 4,4 ha  
Non Ali. → entre 23,1 et 28,9 ha

Population en 2050  
138 441 habitants  
62 928 ménages

Ali. → entre 3,5 et 6,2 ha  
Non Ali. → entre 26.7 et 33 ha

## Scénario population haute

Population en 2030  
122 934 habitants  
55 879 ménages

Ali. → entre 1,3 et 3,7 ha  
Non Ali. → entre 21,8 et 27,4 ha

Population en 2040  
139 910 habitants  
63 595 ménages

Ali. → entre 3,7 et 6,4 ha  
Non Ali. → entre 27,1 et 33,5 ha

Population en 2050  
158 001 habitants  
71 819 ménages

Ali. → entre 6,2 et 9,3 ha  
Non Ali. → entre 33 et 40 ha

## Etude CCIT – SCoT Nord Toulousain

### Economie - Commerce

Eléments de synthèse

Novembre 2023