



Pôle commercial de Miribel : quelle évolution depuis 15 ans ?

*Résultats de la 7^e enquête sur les
comportements d'achats des ménages*

Avec le soutien du : 
le Département

Miribel, le 5 mars 2019



1. Les objectifs
2. Quelques éléments méthodologiques
3. La zone d'attraction du pôle commercial
4. Les caractéristiques démographiques de cette zone
5. Les dépenses et les comportements d'achats des ménages de la zone d'attraction et leurs évolutions

Les conséquences sur :

6. L'offre du pôle commercial et son évolution
7. L'activité du pôle commercial et son évolution
8. Une prévision à l'horizon 2022
9. Les faits marquants



- 1. Les objectifs**
2. Quelques éléments méthodologiques
3. La zone d'attraction du pôle commercial
4. Les caractéristiques démographiques de cette zone
5. Les dépenses et les comportements d'achats des ménages de la zone et leurs évolutions

Les conséquences sur :

6. L'offre du pôle commercial et son évolution
7. L'activité du pôle commercial et son évolution
8. Une prévision à l'horizon 2022
9. Les faits marquants

1. Les objectifs

A quoi servent les données de l'Observatoire du Commerce ?



Les objectifs de l'enquête et plus largement de l'Observatoire du Commerce sont de :

Guider les décisions de la Chambre concernant le commerce et son développement

Aider les collectivités et les décideurs locaux qui poursuivent un objectif de maintien ou de revitalisation de leur appareil commercial

Apporter aux associations de commerçants des éléments chiffrés pour appuyer leurs actions

Fournir aux commerçants et aux créateurs/repreneurs des outils d'analyse objectifs et précis de leur marché et de son évolution

Diffusion des résultats de la 6^e enquête :

- participation de 650 élus locaux, commerçants, prestataires de services et créateurs aux 35 réunions dont 27 présentations dans les pôles commerciaux
- plus de 50 000 téléchargements des 34 fiches pôles commerciaux, 32 fiches marchés et des 3 documents thématiques
- utilisation des données pour l'élaboration des documents d'urbanisme (SCOT, DAAC, PLU...)



Miribel 05.03.2019

Depuis 1988, l'Observatoire du Commerce de la Chambre de Commerce et d'Industrie de l'Ain réalise des enquêtes sur les comportements d'achats des ménages du département.

Les données issues de ces enquêtes permettent :

- d'estimer les dépenses des ménages par famille de produits (alimentaire, équipement de la personne, équipement de la maison, culture loisirs, hygiène santé beauté),
- d'analyser où sont effectués ces achats : type de commerce, ville, quartier, zone commerciale, rue...
- et d'étudier les évolutions des comportements d'achats des ménages et de l'offre commerciale.

Ces données ont trois usages principaux :

- guider les décisions de la Chambre concernant le commerce et son développement. Ainsi, l'analyse des évolutions de l'appareil commercial fournit une base solide pour la préparation des documents d'orientation ou de planification tels que les Schémas de Développement Commercial, les Documents d'Aménagement Artisanal et Commercial, les Schémas de Cohérence Territoriales ou encore les Plans Locaux d'Urbanisme.
- fournir aux commerçants ou aux créateurs/repreneurs d'entreprises des informations précises et objectives pour les aider dans leurs décisions : provenance de la clientèle par détermination de la zone de chalandise, évaluation du potentiel de dépense, partage du marché...
- aider les collectivités et les décideurs locaux qui poursuivent un objectif de maintien ou de revitalisation de leur appareil commercial. En effet, l'enquête permet aussi d'établir le bilan des forces et faiblesses du commerce d'un territoire donné, de connaître l'aire d'influence d'un pôle commercial, de définir des pistes de développement commercial.



1. Les objectifs
2. **Quelques éléments méthodologiques**
3. La zone d'attraction du pôle commercial
4. Les caractéristiques démographiques de cette zone
5. Les dépenses et les comportements d'achats des ménages de la zone d'attraction et leurs évolutions

Les conséquences sur :

6. L'offre du pôle commercial et son évolution
7. L'activité du pôle commercial et son évolution
8. Une prévision à l'horizon 2022
9. Les faits marquants

2. Quelques éléments méthodologiques

Quand, avec qui et comment a été réalisée cette 7^e enquête ?



Cette 7^e enquête sur les comportements d'achats des ménages de l'Ain :

- **a bénéficié d'un partenariat du Conseil départemental de l'Ain,**
- **a été réalisée conjointement avec la CCI du Beaujolais dans le cadre d'un marché régional,**
- **actualise les 6 enquêtes précédentes de 1988, 1991, 1995, 1999, 2003 et 2009.**



Cette 7^o enquête sur les comportements d'achats des ménages de l'Ain actualise les 6 études précédentes réalisées en 1988, 1991, 1995, 1999, 2003 et 2009.

Elle a été réalisée en partenariat avec la CCI du Beaujolais dans le cadre d'un marché régional dont l'objectif est de couvrir en plusieurs phases l'ensemble de la région Auvergne Rhône-Alpes par ce type d'enquête.

Cette 7^o enquête a bénéficié d'un partenariat du Conseil départemental de l'Ain.

2. Quelques éléments méthodologiques

Quand, avec qui et comment a été réalisée cette 7^e enquête ?



- **Le département de l'Ain a été découpé en 52 secteurs d'enquête**
- **1 750 ménages représentatifs ont été interviewés par téléphone entre le 12 mai et le 22 octobre 2016 sur leurs dépenses concernant 54 groupes de produits de consommation courante (15 alimentaires et 39 non alimentaires)**
- **Plus de 5 000 heures d'interview ont été nécessaires pour recueillir près de 100 000 actes d'achats réalisés dans plus de 6 200 lieux d'achats**
- **Le traitement des données a été réalisé en 2017**



La réalisation de cette enquête a nécessité de découper le département de l'Ain en 52 secteurs géographiques analysables individuellement. Ces secteurs d'enquêtes correspondent pour la plupart, au découpage cantonal en vigueur avant la parution du décret n°2014-147 du 13 février 2014.

Entre le 12 mai et le 22 octobre 2016, 1 750 ménages résidant dans le département de l'Ain ont été interrogés par téléphone sur leurs dépenses et leurs habitudes de consommation concernant 54 produits de consommation courante dont 15 alimentaires et 39 non alimentaires.

Plus de 5 000 heures d'interview ont été nécessaires pour recueillir près de 100 000 actes d'achats réalisés dans plus de 6 200 lieux d'achats.

Le traitement des données recueillies a été réalisé durant le premier semestre 2017.

2. Quelques éléments méthodologiques

Quels sont les produits étudiés ?



Les 54 produits de consommation courante étudiés dans la 7^e enquête

Alimentaire

1. Fruits et légumes frais
2. Pâtisserie, viennoiserie fraîche
3. Pain
4. Charcuterie, plats cuisinés, produits traiteurs
5. Viande fraîche
6. Volaille fraîche
7. Poisson frais, crustacés, coquillages
8. Epicerie
9. Chocolat, confiserie
10. Lait, œufs, beurre, produits laitiers
11. Fromage
12. Vin, apéritifs, alcools, champagne, liqueur
13. Café, thé, tisane, infusion
14. Boissons non alcoolisées et bières
15. Produits surgelés

Équipement de la personne

16. Vêtements et chaussures de sport
17. Chaussures de ville de - 11 ans
18. Chaussures de ville de 11 ans et +
19. Vêtements enfants de - 11 ans
20. Vêtements enfants de 12 à 18 ans
21. Prêt à porter féminin
22. Prêt à porter masculin
23. Lingerie féminine, vêtements de nuit
24. Sous-vêtements hommes, vêtements de nuit
25. Accessoires d'habillement, bijouterie fantaisie
26. Horlogerie, bijouterie
27. Maroquinerie, bagagerie
28. Optique lunetterie

Équipement de la maison

29. Mobilier
30. Linge de maison, tissu d'ameublement
31. Arts de la table, vaisselle, ustensiles de cuisine, verrerie
32. Luminaires, articles de décoration
33. Petit électroménager
34. Gros électroménager
35. Fleurs, bouquets, plantes d'intérieur
36. Plantes d'extérieur, graines, semences, plants, engrais
37. Jardinage, animalerie
38. Articles de quincaillerie, petit bricolage
39. Matériel de gros bricolage, matériaux de construction
40. Revêtements sols et murs
41. Produits d'entretien, poudre à laver

Culture, loisirs, divers

42. Appareils tv, vidéo, photo
43. Appareils, hifi, radio, instruments de musique
44. Appareils informatiques, multimédias, consoles de jeux vidéo
45. Téléphonie
46. CD, DVD, autres consommables multimédia
47. Articles de sport (hors vêtements et chaussures)
48. Jeux, jouets
49. Livres
50. Papeterie
51. Revues, magazines, journaux

Hygiène, santé, beauté

52. Produits de toilette
53. Produits de beauté, parfums
54. Pharmacie, parapharmacie, articles médicaux



Les 54 produits de consommation courante étudiés dans la 7^e enquête sur les comportements d'achats des ménages de l'Ain ont pour base la nomenclature de produits établie par l'Insee.

Ces produits ont été répartis en 5 familles de produits :

- alimentaire : pain, fruits et légumes, viande, épicerie, produits surgelés, boissons...
- équipement de la personne : vêtements, chaussures, maroquinerie, optique, bijouterie..
- équipement de la maison : mobilier, électroménager, arts de la table, bricolage, jardinage, produits d'entretien...
- culture-loisirs : appareils tv, hifi, téléphonie, informatique, livres, journaux, articles de sport...
- hygiène santé beauté : pharmacie (*hors remboursements de la Sécurité Sociale*), parapharmacie, produits de beauté, produits de toilette...

Ordre du jour

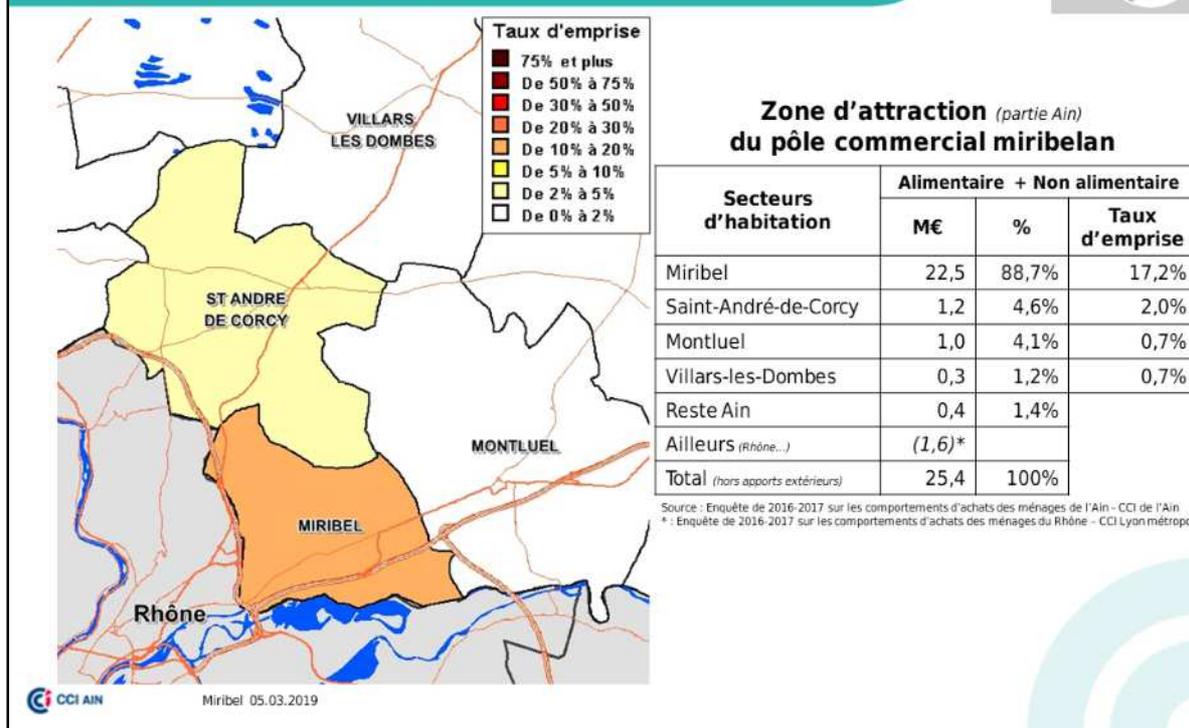


1. Les objectifs
2. Quelques éléments méthodologiques
- 3. La zone d'attraction du pôle commercial**
4. Les caractéristiques démographiques de cette zone
5. Les dépenses et les comportements d'achats des ménages de la zone d'attraction et leurs évolutions

Les conséquences sur :

6. L'offre du pôle commercial
7. L'activité du pôle commercial
8. Une prévision à l'horizon 2022
9. Les faits marquants

3. La zone d'attraction du pôle commercial Où habitent les clients des commerces du pôle commercial ?



Près de 89% du chiffre d'affaires (*hors apports extérieurs à l'Ain*) des commerces sédentaires et non sédentaires du pôle commercial miribelan est réalisé grâce aux achats des ménages habitant dans le secteur de Miribel. Pour ce secteur, le taux d'emprise est supérieur à 17%.

Les 11% restants résultent principalement des dépenses des ménages résidant dans les secteurs de :

- Saint-André-de-Corcy
- Montluel
- et Villars-les-Dombes.

Bien que pour ces secteurs les taux d'emprise soient nettement plus faibles (inférieurs à 3%), ces apports témoignent d'une certaine attractivité des commerces du pôle commercial miribelan.

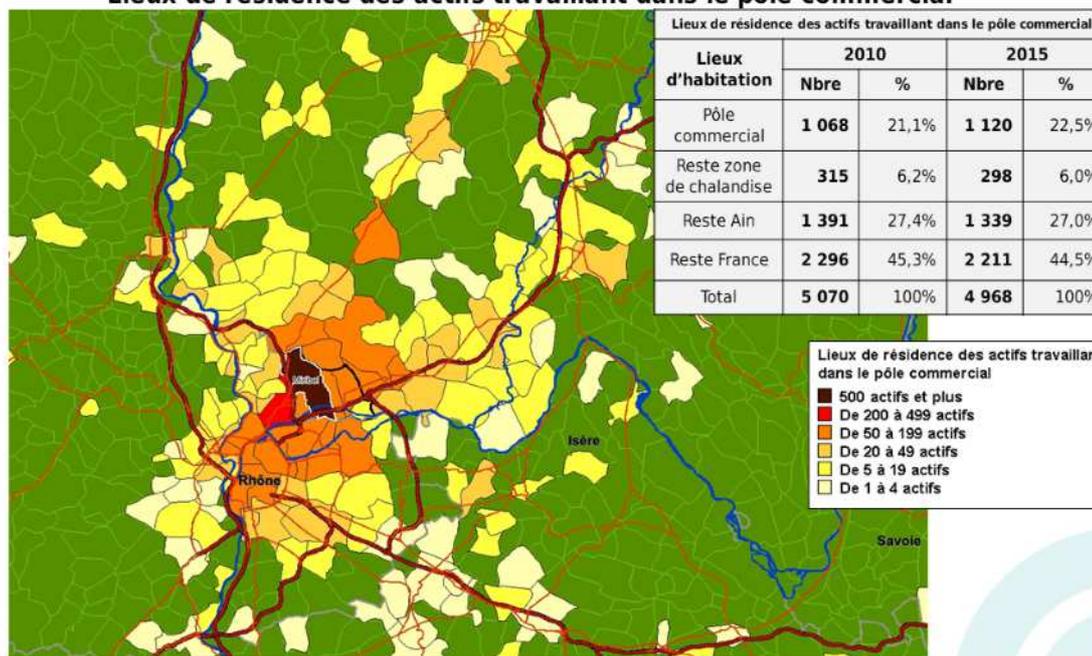
Par ailleurs, selon l'enquête sur les comportements d'achats des ménages réalisées en 2016-2017 par la CCI Lyon métropole, les dépenses des ménages du Rhône dans les commerces de Miribel sont évaluées à environ 1,6 million d'euros.

Cette attractivité est aussi à rapprocher de la domiciliation des actifs venant travailler dans cette commune.

3. La zone d'attraction du pôle commercial Où résident les actifs travaillant dans le pôle commercial ?



Lieux de résidence des actifs travaillant dans le pôle commercial



En 2015, l'Insee estime à 4 968 le nombre d'actifs travaillant dans le pôle commercial miribelan. Par rapport à 2010, le nombre d'actifs ayant un emploi dans la commune de Miribel a légèrement diminué d'environ 2%.

22,5% de ces actifs (soit 1 120) résident en 2015 dans la commune de Miribel contre plus de 21% (soit 1 068) en 2010.

Concernant les actifs n'habitant pas dans le pôle commercial miribelan :

- 6,0% (soit 298) résident en 2015 dans les autres communes de la zone de chalandise (*partie Ain*), soit une proportion proche de celle observée en 2010 (6,2%),
- 27% (soit 1 339) dans le reste du département de l'Ain, soit une proportion quasiment identique à celle constatée en 2010 (27,4%)
- et 44,5% ailleurs en France (soit 2 211) en particulier dans le Rhône (1 843) et en Isère (208), soit une proportion en légère baisse par rapport à celle relevée en 2010 (45,3%).

3. La zone d'attraction du pôle commercial

Quelles sont les communes de la zone de chalandise principale ?



Les communes de la zone de chalandise principale (partie Ain) du pôle commercial



Secteur de Miribel

- Beynost
- Miribel
- Neyron
- Saint-Maurice-de-Beynost
- Thil

La zone de chalandise principale (partie Ain) du pôle commercial miribelan est donc composée du secteur géographique de Miribel constitué des 5 communes suivantes :

- Beynost;
- Miribel;
- Neyron;
- Saint-Maurice-de-Beynost;
- et Thil.



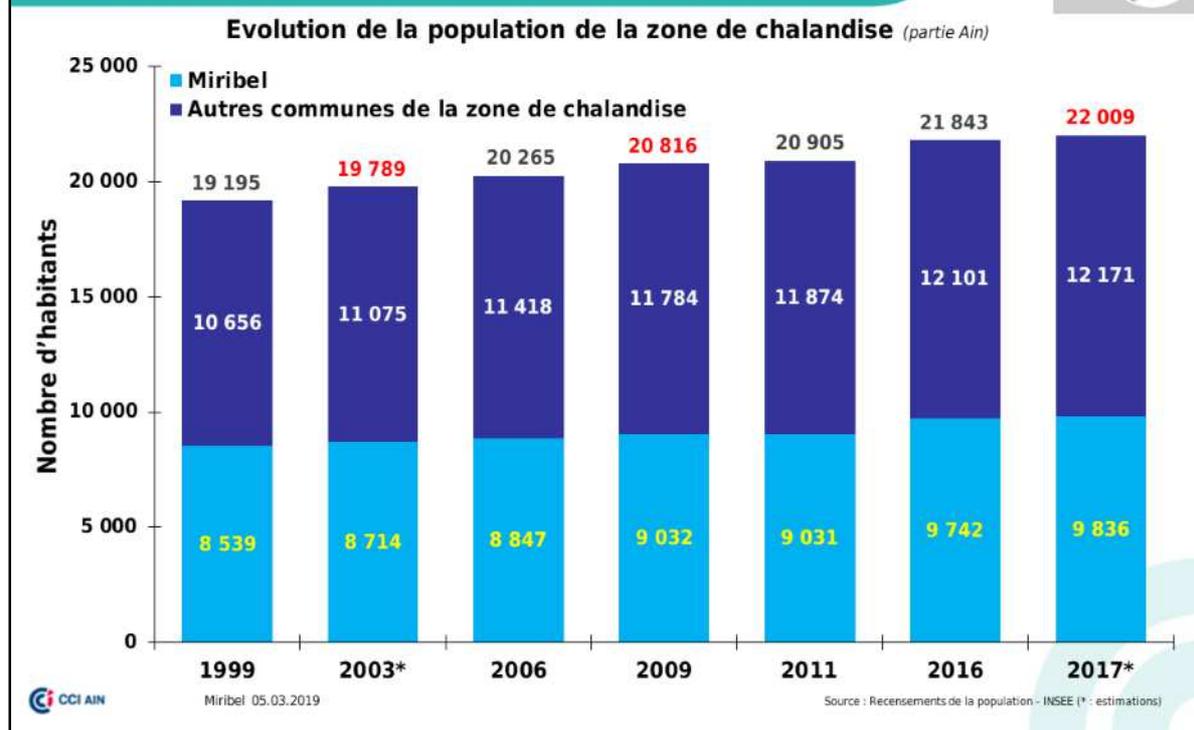
1. Les objectifs
2. Quelques éléments méthodologiques
3. La zone d'attraction du pôle commercial
- 4. Les caractéristiques démographiques de cette zone**
5. Les dépenses et les comportements d'achats des ménages de la zone d'attraction et leurs évolutions

Les conséquences sur :

6. L'offre du pôle commercial et son évolution
7. L'activité du pôle commercial et son évolution
8. Une prévision à l'horizon 2022
9. Les faits marquants

4. Les caractéristiques démographiques de la zone

Combien d'habitants résident dans la zone de chalandise ?



En 2017, on évalue à plus de 22 000, le nombre d'habitants résidant dans la zone de chalandise (partie Ain) contre environ 20 820 en 2009 et près de 19 800 en 2003.

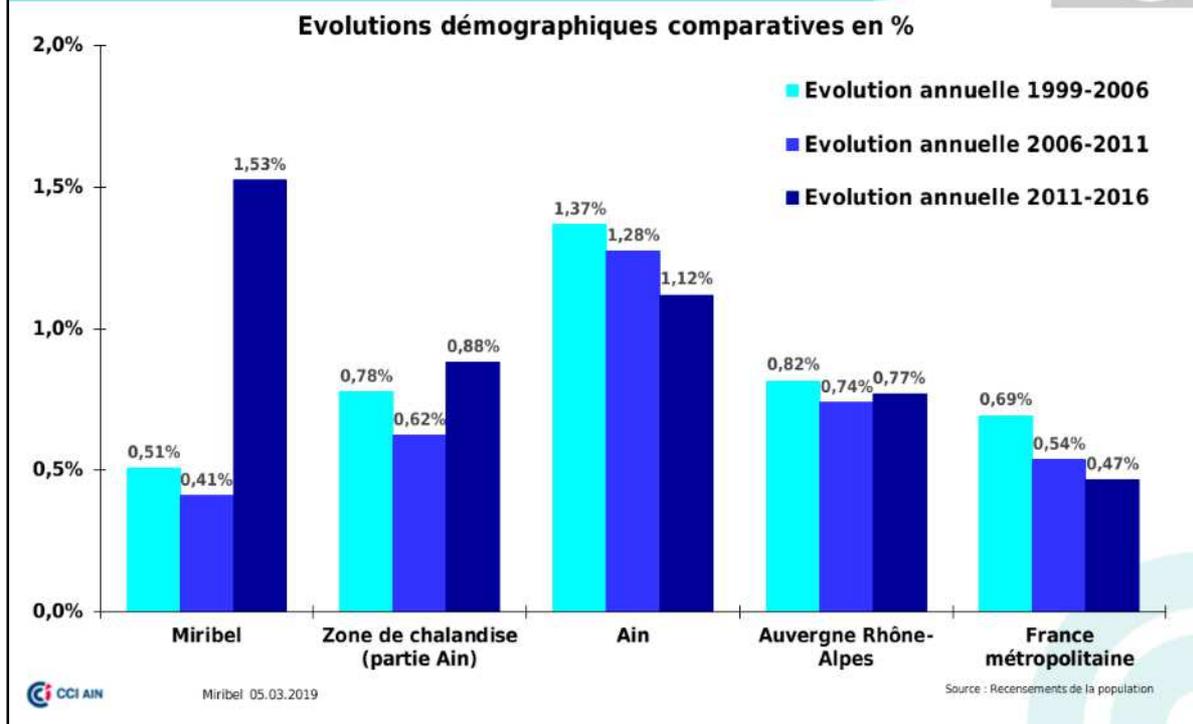
A partir des données du dernier recensement de la population publiées par l'INSEE fin décembre 2018, la population légale de la zone de chalandise s'élève à 21 843 habitants en 2016.

44,7% de la population de cette zone habite en 2017 dans la commune de Miribel contre 44,6% en 2016, 43,2% en 2011, 43,4% en 2009, 43,7% en 2006, 44,0% en 2003 et 44,5% en 1999.

Miribel se classe au 7^e rang des communes de l'Ain les plus peuplées avec 9 742 habitants en 2016 (population municipale).

4. Les caractéristiques démographiques de la zone

Comment a évolué la population de la zone de chalandise ?



En gagnant plus de 1 820 habitants, la zone de chalandise (*partie Ain*) du pôle commercial miribelan a connu une croissance démographique entre 2011 et 2016 (0,88% par an) inférieure à celle observée dans l'Ain (1,12% par an) mais supérieure à celles constatées en Auvergne Rhône-Alpes (0,77% par an) et en France métropolitaine (0,47% par an).

Cette évolution de la population au sein de la zone de chalandise (*partie Ain*) est supérieure à celles constatées dans cette zone durant les périodes 1999-2006 (0,78% par an) et 2006-2011 (0,62% par an).

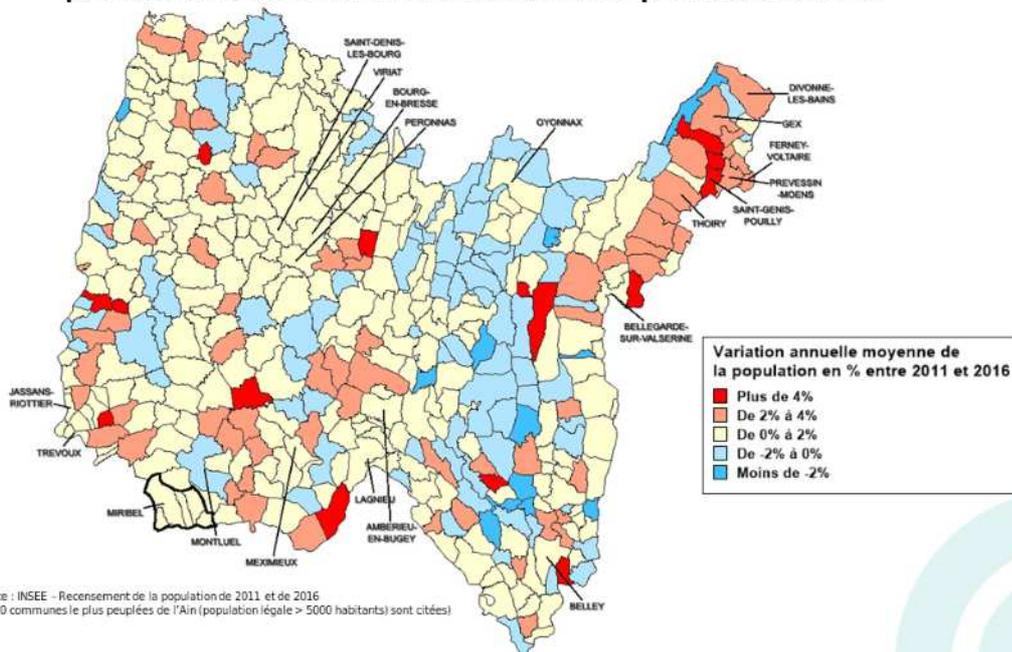
Quant à la commune de Miribel, sa population s'est accrue de plus de 710 habitants entre 2011 et 2016 correspondant à une croissance démographique moyenne annuelle de 1,53%. Cette évolution est nettement supérieure à celles relevées durant les périodes 2006-2011 (0,41% par an) et 1999-2006 (0,51% par an).

4. Les caractéristiques démographiques de la zone

Comment a évolué la population des communes ?



Evolution annuelle moyenne de la population en % par commune entre 2011 et 2016 dans le département de l'Ain



L'essor démographique de l'Ain est largement réparti sur quasiment tout le territoire. Près de 76% (soit 317) des communes ont vu leur population augmenter entre 2011 et 2016. Pour la majorité d'entre elles, ces hausses sont principalement dues à des arrivées d'habitants supérieures aux départs. 99 communes ont toutefois vu leur population diminuer et 3 ont une population stable entre 2011 et 2016.

Le département de l'Ain bénéficie d'une dynamique économique propre.

La croissance de la population de l'Ain est également alimentée par le desserrement des agglomérations genevoise, lyonnaise, caladoise et mâconnaise.

Les seules zones en recul démographique sont le Haut-Bugey, le Plateau d'Hauteville-Lompnes et quelques communes de la Dombes.

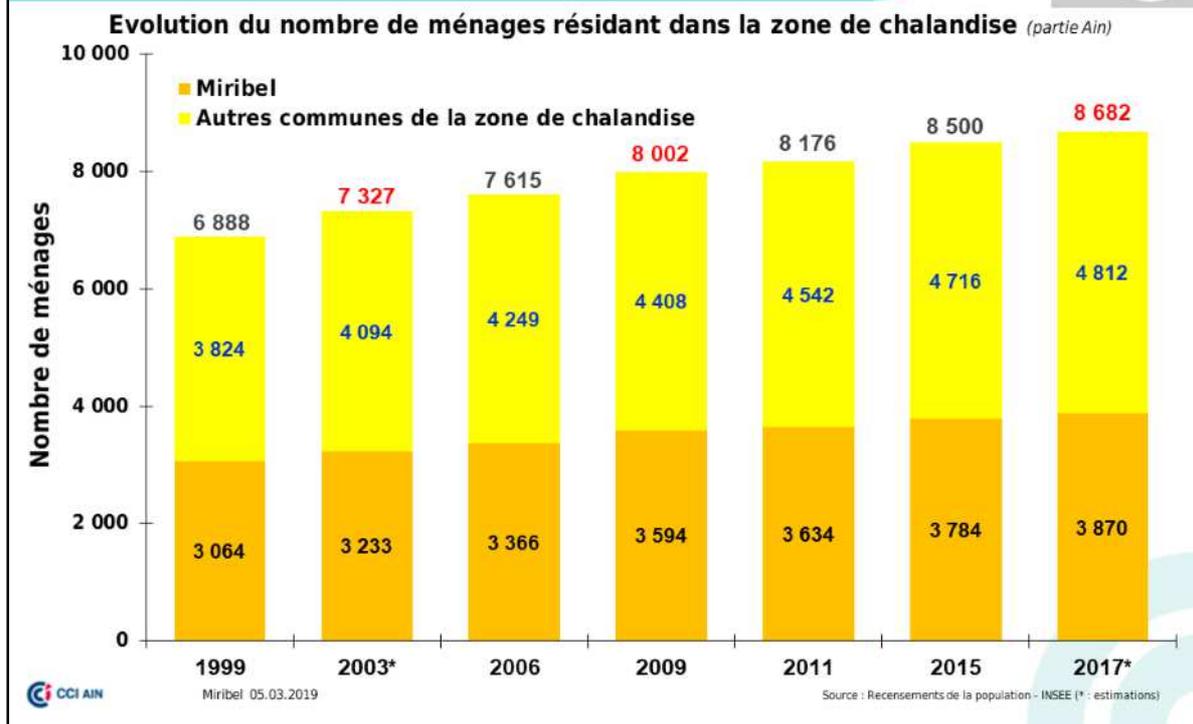
La zone du Haut-Bugey (composé des secteurs d'Oyonnax, Nantua et Izernore) est fortement industrialisée et a connu ces dernières années quelques difficultés économiques qui se sont traduites par une augmentation du chômage plus élevée dans ce territoire que dans le reste du département.

Le Plateau d'Hauteville-Lompnes a connu plusieurs fermetures d'établissements de soins et de santé et l'activité touristique fut également impactée ces dernières années par le manque de neige en hiver.

En 2016, plus de 34% de la population de l'Ain se concentre dans les 20 communes les plus peuplées de ce département.

4. Les caractéristiques démographiques de la zone

Combien de ménages vivent dans la zone de chalandise ?



On estime que 8 682 ménages résident en 2017 dans la zone de chalandise (*partie Ain*) du pôle commercial miribelan soit 680 de plus qu'en 2009 et 1 355 de plus qu'en 2003.

En 2017, 44,6% de ces ménages habitent dans la commune de Miribel contre 44,5% en 2015, 44,9% en 2009 et 44,1% en 2003.

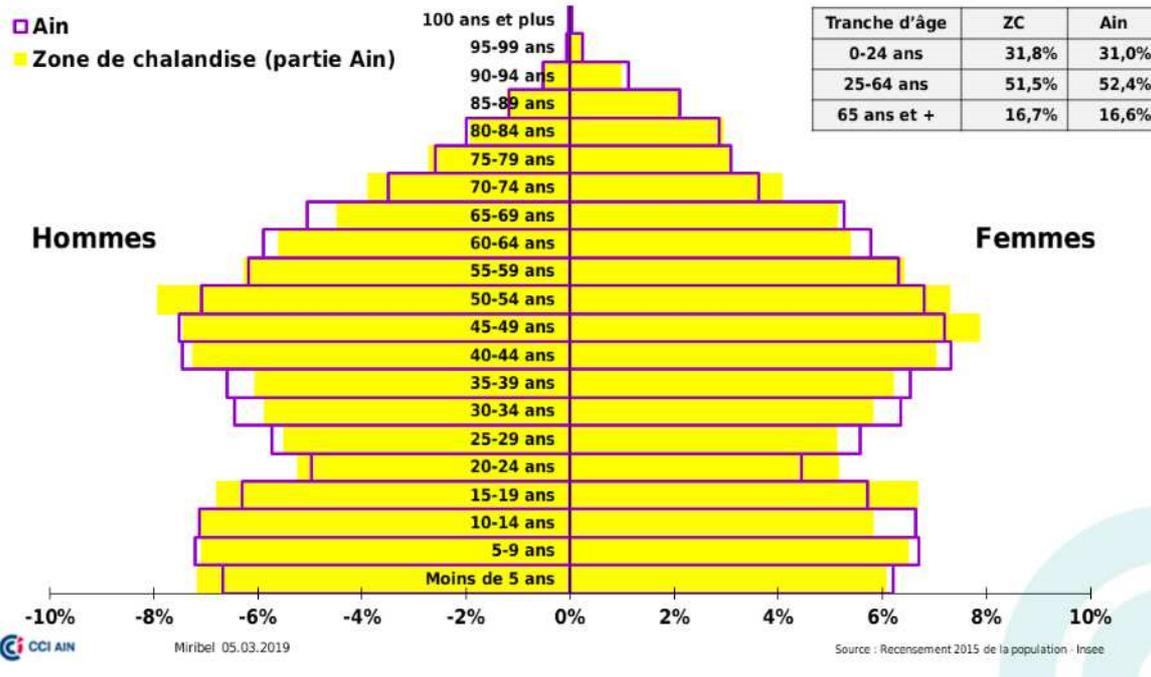
Comme on l'observe d'ailleurs en France, la taille des ménages de la zone de chalandise (*partie Ain*) diminue : 2,54 personnes en moyenne par ménage en 2017, 2,60 en 2009, 2,70 en 2003.

4. Les caractéristiques démographiques de la zone

Comment se répartit la population de la zone en terme d'âge ?



Répartition de la population 2015 selon l'âge



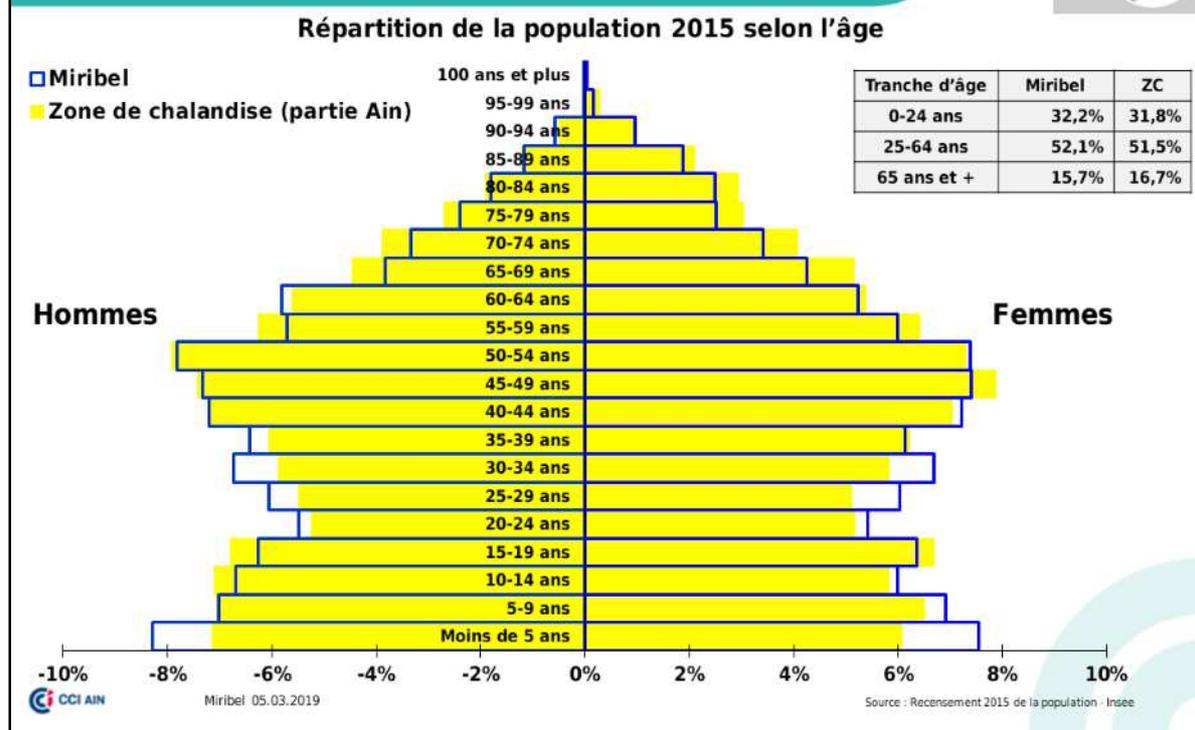
La population de la zone de chalandise (*partie Ain*) du pôle commercial miribelan est légèrement plus jeune que celle de l'Ain.

Ainsi, la répartition par tranche d'âge montre qu'en 2015 :

- les moins de 25 ans représentent près de 32% de la population de la zone de chalandise (*partie Ain*) contre plus de 31% dans l'Ain,
- 51,5% de la population de la zone d'attraction (*partie Ain*) se situe dans la tranche d'âge « 25-64 ans » contre 52,4% dans l'Ain
- et 16,7% de la population de la zone de chalandise (*partie Ain*) est âgée de 65 ans et plus, soit une proportion quasiment identique à celle observée dans l'Ain (16,6%).

4. Les caractéristiques démographiques de la zone

Comment se répartit la population de Miribel en terme d'âge ?



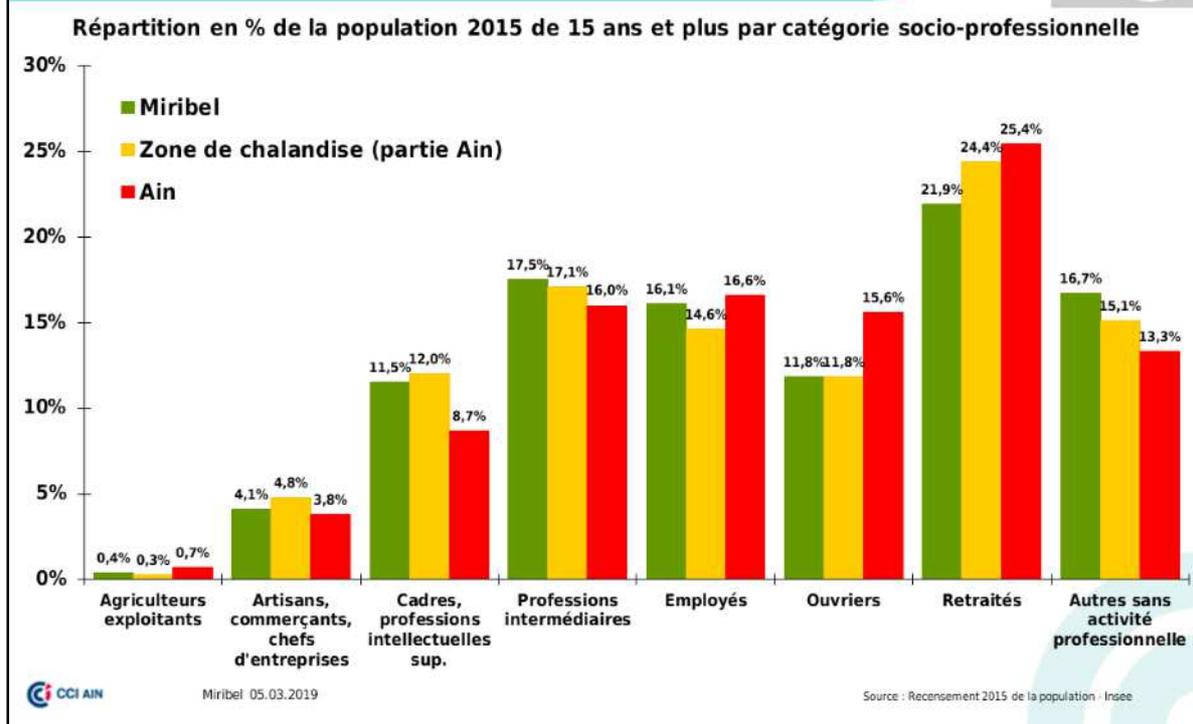
La population de la commune de Miribel est globalement plus jeune que celle de la zone de chalandise (*partie Ain*).

Ainsi, la répartition par tranche d'âge montre qu'en 2015 :

- les moins de 25 ans représentent 32,2% de la population de la commune de Miribel contre 31,8% dans la zone de chalandise (*partie Ain*),
- plus de 52% de la population miribelane se situe dans la tranche d'âge « 25-64 ans » contre 51,5% dans la zone d'attraction (*partie Ain*)
- et près de 16% de la population de Miribel est âgée de 65 ans et plus contre près de 17% dans la zone de chalandise (*partie Ain*).

4. Les caractéristiques démographiques de la zone

Qui sont les habitants de la zone de chalandise ?



Résultant d'une population relativement jeune, les proportions de retraités dans la commune de Miribel (21,9%) et, dans une moindre mesure, dans la zone de chalandise (*partie Ain*) (24,4%) sont inférieures à celle observée en 2015 dans l'Ain (25,4%).

Les proportions de cadres, professions intellectuelles supérieures et de professions intermédiaires (*instituteurs, infirmiers, agents d'assurances, agents de maîtrise, contremaîtres, techniciens...*) dans la commune de Miribel (respectivement 11,5% et 17,5%) et dans la zone de chalandise (*partie Ain*) (respectivement 12,0% et 17,1%) sont supérieures à celles constatées dans l'Ain (respectivement 8,7% et 16,0%) en 2015.

14,6% de la population de 15 ans et plus de la zone de chalandise (*partie Ain*) sont des employés soit une proportion inférieure à celles observées dans la commune de Miribel (16,1%) et dans l'Ain (16,6%).

Les ouvriers représentent en 2015, 11,8% de la population de 15 ans et plus de la zone de chalandise (*partie Ain*), soit une proportion équivalente à celle relevée dans la commune de Miribel (11,8%) et nettement inférieure à celle constatée dans l'Ain (15,6%).

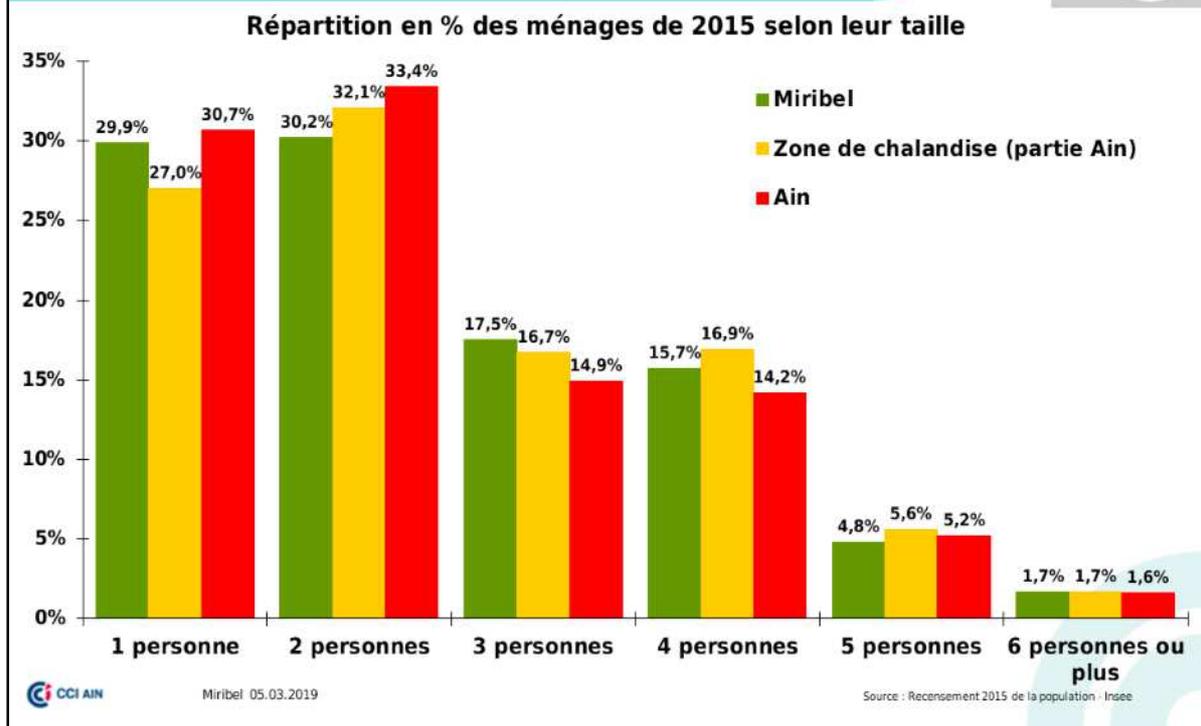
Les artisans, commerçants et chefs d'entreprises représentent 4,1% de la population active de 15 ans et plus de Miribel et 4,8% de celle de la zone de chalandise (*partie Ain*), soit des proportions légèrement supérieures à celle relevée dans l'Ain (3,8%) en 2015.

Les proportions d'agriculteurs exploitants dans la zone de chalandise (*partie Ain*) (0,3%) et dans la commune de Miribel (0,4%) sont inférieures à celle observée dans l'Ain (0,7%) en 2015.

Enfin, la part de la population miribelane de 15 ans et plus sans activité professionnelle (16,7%) est supérieure à celles relevées dans la zone de chalandise (*partie Ain*) (15,1%) et dans l'Ain (13,3%).

4. Les caractéristiques démographiques de la zone

De quelle taille sont les ménages de la zone de chalandise ?



Les ménages résidant dans la zone de chalandise (*partie Ain*) du pôle commercial miribelan sont globalement de plus grande taille que ceux de l'Ain. Ainsi, en 2015 :

- 59,1% des ménages de la zone d'attraction (*partie Ain*) sont composés de 1 ou 2 personnes contre 64,1% dans l'Ain,
- 24,2% des ménages résidant dans la zone de chalandise (*partie Ain*) sont constitués d'au moins 4 personnes contre 21,3% dans l'Ain.

Cependant, il convient de souligner que les ménages habitant dans la commune de Miribel sont de plus petite taille que ceux de la zone de chalandise. Ainsi, en 2015 :

- 60,2% des ménages miribelans sont composés de 1 ou 2 personnes contre 59,1% dans la zone de chalandise (*partie Ain*),
- 22,3% des ménages de Miribel sont constitués d'au moins 4 personnes contre 24,2% dans la zone d'attraction (*partie Ain*).

La taille des ménages miribelans est toutefois globalement plus grande que celle des ménages de l'Ain.

4. Les caractéristiques démographiques de la zone

Comment sont les revenus des ménages de la zone d'attraction ?



Evolution des revenus nets moyens imposables par foyer fiscal

Zone géographique	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Commune de Miribel	27 241 €	27 586 €	28 046 €	28 863 €	29 623 €	29 881 €
Zone de chalandise (partie Ain)	30 291 €	31 085 €	30 986 €	32 069 €	32 454 €	33 625 €
Ain	28 090 €	28 732 €	28 977 €	29 196 €	29 545 €	30 194 €
Auvergne Rhône-Alpes	25 676 €	26 237 €	26 464 €	26 706 €	27 075 €	27 425 €
France métropolitaine	25 381 €	25 805 €	25 982 €	26 200 €	26 486 €	26 775 €

Le revenu net moyen imposable par foyer fiscal dans la zone de chalandise (*partie Ain*) (33 625 €) est nettement supérieur à ceux constatés en 2016 dans l'Ain (30 194 €), en Auvergne Rhône-Alpes (27 425 €) et en France métropolitaine (26 775 €).

Bien qu'inférieur à celui relevé dans la zone de chalandise (*partie Ain*), le revenu net moyen imposable par foyer fiscal dans la commune de Miribel (29 881 €) est supérieur à ceux observés en 2016 en Auvergne Rhône-Alpes et en France métropolitaine.

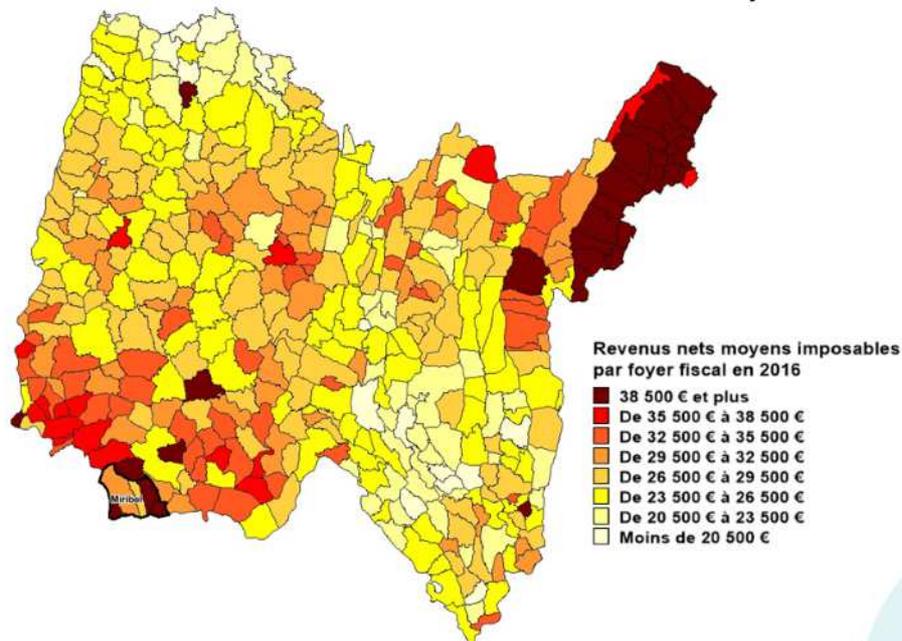
Les évolutions des revenus nets moyens imposables par foyer fiscal entre 2011 et 2016 dans la commune de Miribel (9,7%) et dans la zone de chalandise (*partie Ain*) (11,0%) sont supérieures à celles observées dans l'Ain (7,5%), en Auvergne Rhône-Alpes (6,8%) et en France métropolitaine (5,5%).

4. Les caractéristiques démographiques de la zone

Comment sont les revenus des ménages dans l'Ain ?



Revenus nets moyens imposables par foyer fiscal en 2016 et par commune



Les revenus nets moyens imposables par foyer fiscal sont relativement élevés mais ne sont pas homogènes dans des 5 communes composant la zone de chalandise (*partie Ain*) :

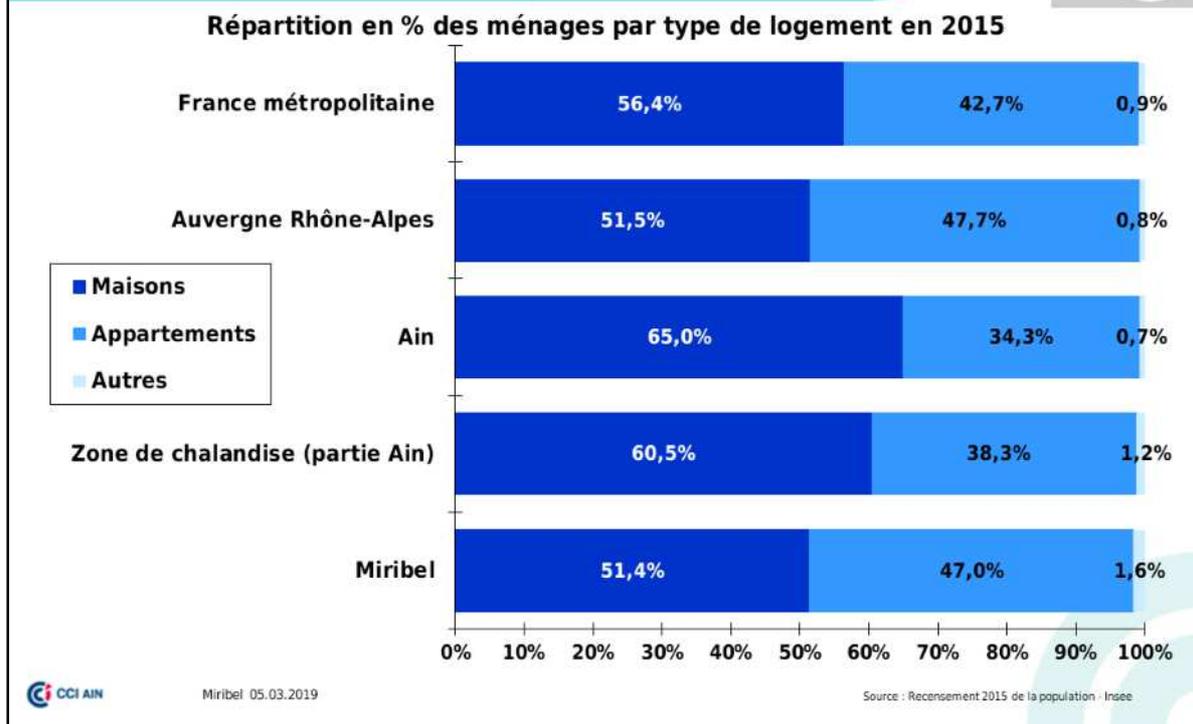
- Saint-Maurice-de-Beynost : 26 555 €
- Miribel : 29 881 €
- Beynost : 39 228 €
- Thil : 41 329 €
- Neyron : 47 280 €

Dans l'Ain, les revenus moyens nets imposables par foyer fiscal ne sont pas homogènes. Ils sont en particulier :

- plus élevés dans le Pays de Gex et dans le sud ouest du département
- et moins élevés dans le nord ouest et sud est de l'Ain.

4. Les caractéristiques démographiques de la zone

Dans quel type de logement vivent les ménages ?



En 2015, 60,5% des ménages de la zone de chalandise (*partie Ain*) habitent dans une maison. Cette proportion est inférieure à celle observée dans l'Ain (65,0%) mais est supérieure à celles relevées en Auvergne Rhône-Alpes (51,5%) et en France métropolitaine (56,4%).

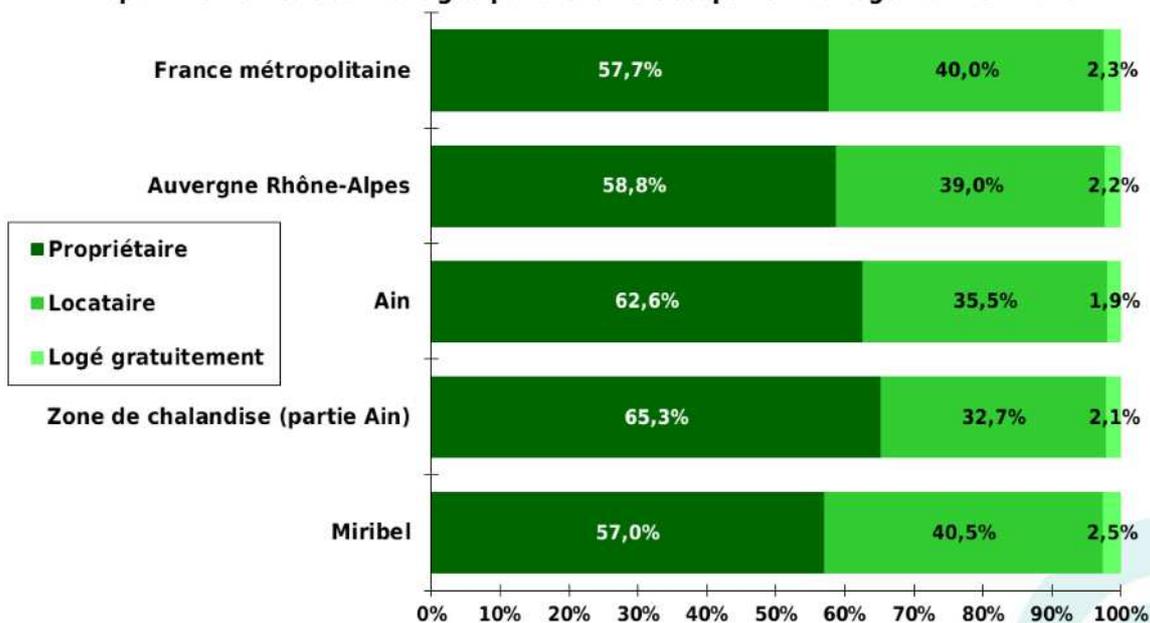
Au sein de la commune de Miribel, 51,4% des ménages résident dans une maison et 47,0% dans un appartement.

4. Les caractéristiques démographiques de la zone

Sont-ils propriétaire ou locataire de leur résidence principale ?



Répartition en % des ménages par statut d'occupation du logement en 2015



En 2015, 65,3% des ménages de la zone de chalandise (*partie Ain*) sont propriétaires de leur logement soit une proportion supérieure à celles observées dans l'Ain (62,6%), en Auvergne Rhône-Alpes (58,8%) et en France métropolitaine (57,8%).

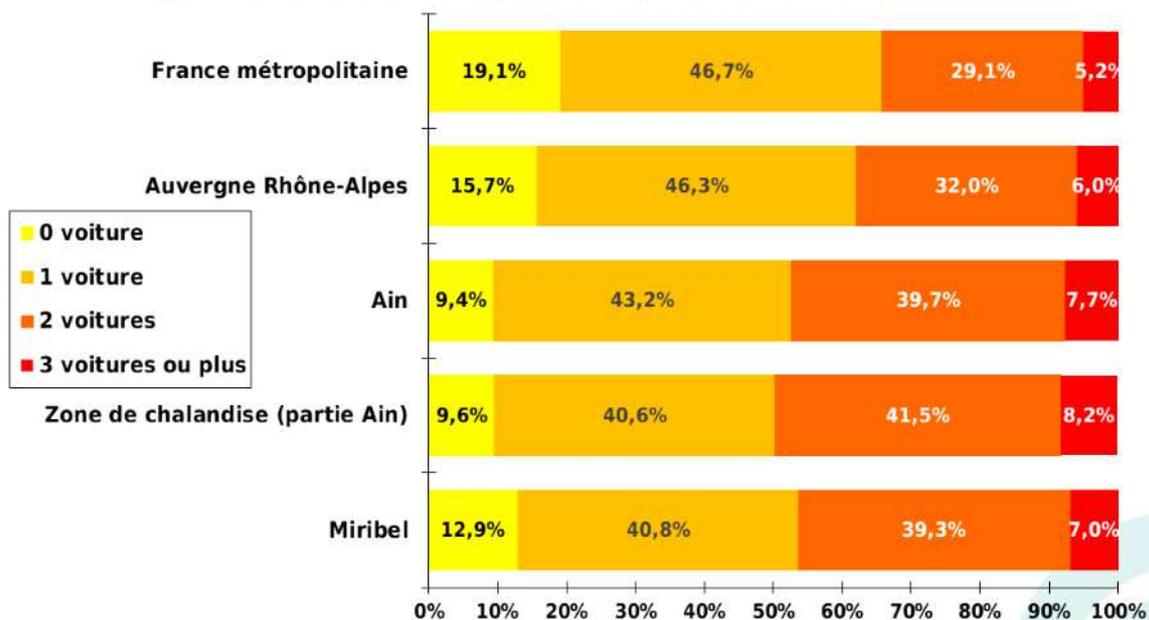
Au sein de la commune de Miribel, 57% des ménages sont propriétaires de leur logement et plus de 40% en sont locataires.

4. Les caractéristiques démographiques de la zone

De combien de voitures les ménages disposent-ils ?



Répartition en % des ménages selon leur nombre de voitures en 2015



Plus de 90% des ménages de la zone de chalandise (*partie Ain*) possèdent au moins une voiture en 2015. Cette proportion est proche de celle observée dans l'Ain (90,6%) et est supérieure à celles relevées en Auvergne Rhône-Alpes (84,3%) et en France métropolitaine (80,9%).

Environ 87% des ménages habitant dans la commune de Miribel disposent d'au moins une automobile, soit une proportion :

- supérieure à celles constatées au niveau de la France métropolitaine (80,9%) et de la région Auvergne Rhône-Alpes (84,3%),
- mais inférieure à celles relevées dans le département de l'Ain (90,6%) et au sein de la zone de chalandise (*partie Ain*) (90,4%).

Ordre du jour



1. Les objectifs
2. Quelques éléments méthodologiques
3. La zone d'attraction du pôle commercial
4. Les caractéristiques démographiques de cette zone
5. **Les dépenses et les comportements d'achats des ménages de la zone d'attraction et leurs évolutions**

Les conséquences sur :

6. L'offre du pôle commercial et son évolution
7. L'activité du pôle commercial et son évolution
8. Une prévision à l'horizon 2022
9. Les faits marquants

5. Les dépenses et les comportements d'achats

Combien dépensent les ménages de la zone de chalandise ?



Dépenses moyennes annuelles par ménage et par famille de produits

Famille de produits	Dépense moyenne annuelle par ménage			IDC (Indice de disparités des consommations)
	Zone de chalandise	Ain	France	
Alimentaire	6 646 €	6 345 €	6 082 €	109,3
Équipement de la personne	2 480 €	2 282 €	2 073 €	119,6
Équipement de la maison	2 832 €	2 808 €	2 439 €	116,1
Culture, loisirs	1 824 €	1 704 €	1 579 €	115,5
Hygiène santé beauté	1 248 €	1 142 €	1 113 €	112,1
Total	15 030 €	14 280 €	13 285 €	113,1



Miribel 05.03.2019

Source : NSEE – AD-Observatoire – Enquête 2016-2017 sur les comportements d'achats des ménages de l'Ain – CCI de l'Ain

Les dépenses moyennes annuelles d'un ménage résidant dans la zone de chalandise (partie Ain) du pôle commercial miribelan s'élevaient en 2017 à 15 030 € et se répartissent de la manière suivante :

- 6 646 € en produits alimentaires (*épicerie, fruits et légumes, pain, viande, charcuterie, poisson, fromage, produits surgelés...*)
- 2 480 € en produits d'équipement de la personne (*prêt-à-porter, lingerie, chaussures, accessoires d'habillement, maroquinerie, bijouterie horlogerie, optique...*),
- 2 832 € en produits d'équipement de la maison (*meublerie, linge de maison, électroménager, arts de la table, produits d'entretien, articles de jardinage, plantes, fleurs, bricolage, décoration...*),
- 1 824 € en produits de culture loisirs (*jeux, jouets, CD, DVD, articles de sport, livres, papeterie, journaux, appareils audio, vidéo, multimédia, matériels informatiques, téléphonie...*),
- 1 248 € en produits d'hygiène santé beauté (*produits de toilette, produits de beauté, pharmacie (hors remboursements de la Sécurité Sociale), parapharmacie...*).

Ces dépenses sont supérieures à celles constatées en France métropolitaine et dans l'Ain.

5. Les dépenses et les comportements d'achats

Comment ont évolué les dépenses des ménages de la zone ?



Evolution des dépenses moyennes annuelles par ménage de la zone de chalandise (partie Ain) et par famille de produits

Famille de produits	Dépense moyenne annuelle par ménage			Evolution	
	2003	2009	2017	2003-2009	2009-2017
Alimentaire	5 675 €	6 074 €	6 646 €	7,0%	9,4%
Equipement de la personne	2 460 €	2 464 €	2 480 €	0,2%	0,6%
Equipement de la maison	2 550 €	2 834 €	2 832 €	11,1%	-0,1%
Culture, loisirs	2 007 €	2 054 €	1 824 €	2,3%	-11,2%
Hygiène santé beauté	1 111 €	1 219 €	1 248 €	9,7%	2,4%
Total	13 803 €	14 645 €	15 030 €	6,1%	2,6%



Miribel 05.03.2019

Source : INSEE - AID - Observatoire - Enquêtes de 2003, 2009 et 2016-2017 sur les comportements d'achats des ménages de l'Ain - CCI de l'Ain

Entre 2003 et 2017, les dépenses moyennes annuelles par ménage résidant dans la zone de chalandise (partie Ain) du pôle commercial miribelan ont globalement progressé de 8,9% soit environ 0,66% par an (inflation incluse).

Cependant, si cette progression s'élevait à 6,1% (soit 1,00% par an) entre 2003 et 2009, elle n'est que de 2,6% (soit 0,37% par an) durant la période 2009-2017.

La crise économique explique en partie ce ralentissement mais aussi certains changements dans les comportements d'achats des ménages.

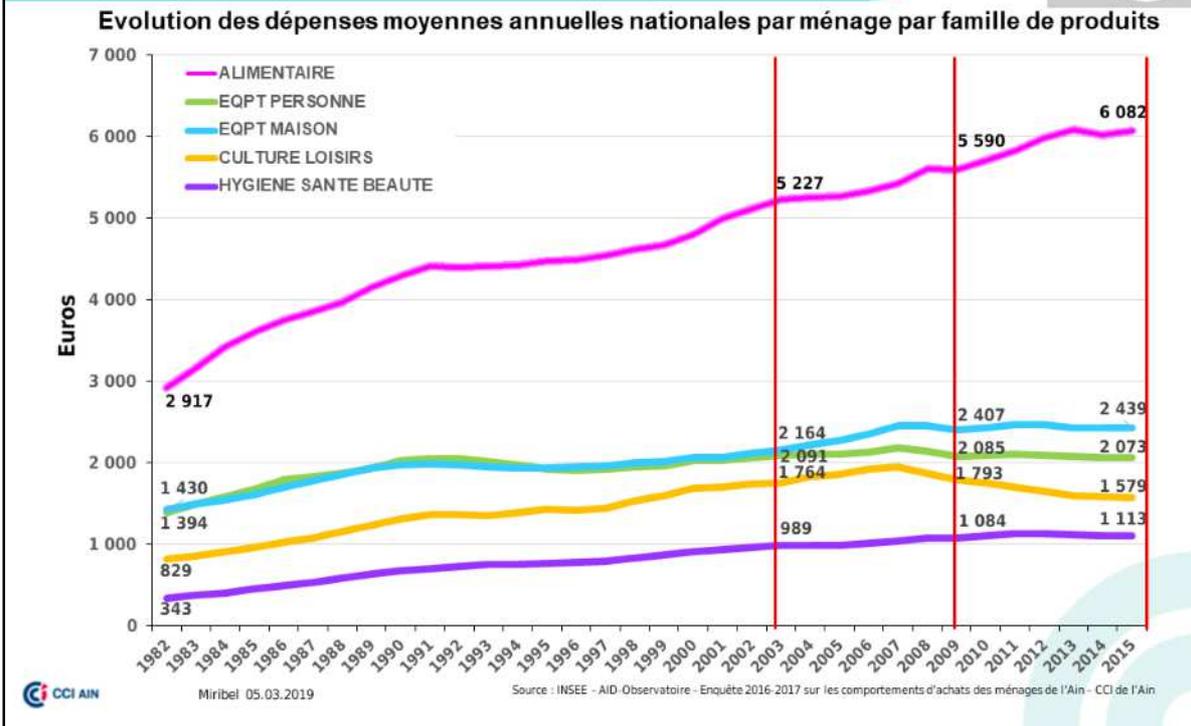
Les évolutions ne sont d'ailleurs pas homogènes selon les familles de produits.

Ainsi, les dépenses annuelles moyennes par ménage en produits alimentaires sont en hausse (7,0% durant la période 2003-2009, 9,4% entre 2009 et 2017) s'expliquant en partie par des changements dans les comportements d'achats des ménages privilégiant notamment la qualité (produits biologiques, produits du terroir...) à la quantité : « manger moins mais manger mieux ».

Les évolutions concernant les produits non alimentaires sont globalement nettement plus faibles voire en forte baisse pour le culture loisirs s'expliquant par les effets de la crise sur la consommation des ménages mais aussi par le développement de l'immatériel.

5. Les dépenses et les comportements d'achats

Comment ont évolué les dépenses des ménages en France ?

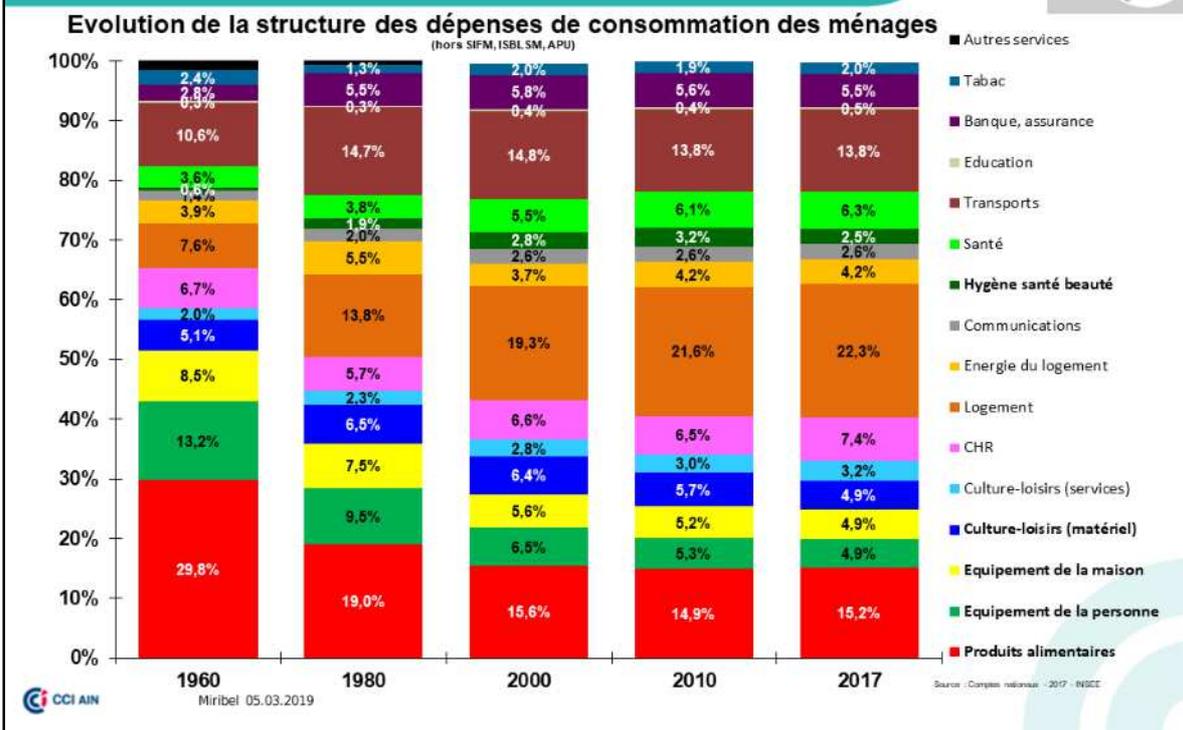


Sans remonter à 2002, mais en analysant depuis 2003, on remarque des évolutions hétérogènes au niveau des dépenses moyennes nationales par ménage par famille de produits :

Famille de produits	Evolution annuelle		
	2003-2009	2009-2015	2003-2015
Alimentaire	+1,13%	+1,42%	+1,27%
Eqpt de la personne	-0,05%	-0,10%	-0,07%
Eqpt de la maison	+1,79%	+0,22%	+1,00%
Culture loisirs	+0,27%	-2,10%	-0,92%
Hygiène santé beauté	+1,54%	+0,44%	+0,99%
Total	+0,96%	+0,41%	+0,69%

5. Les dépenses et les comportements d'achats

Comment se répartissent et évoluent les dépenses des ménages ?



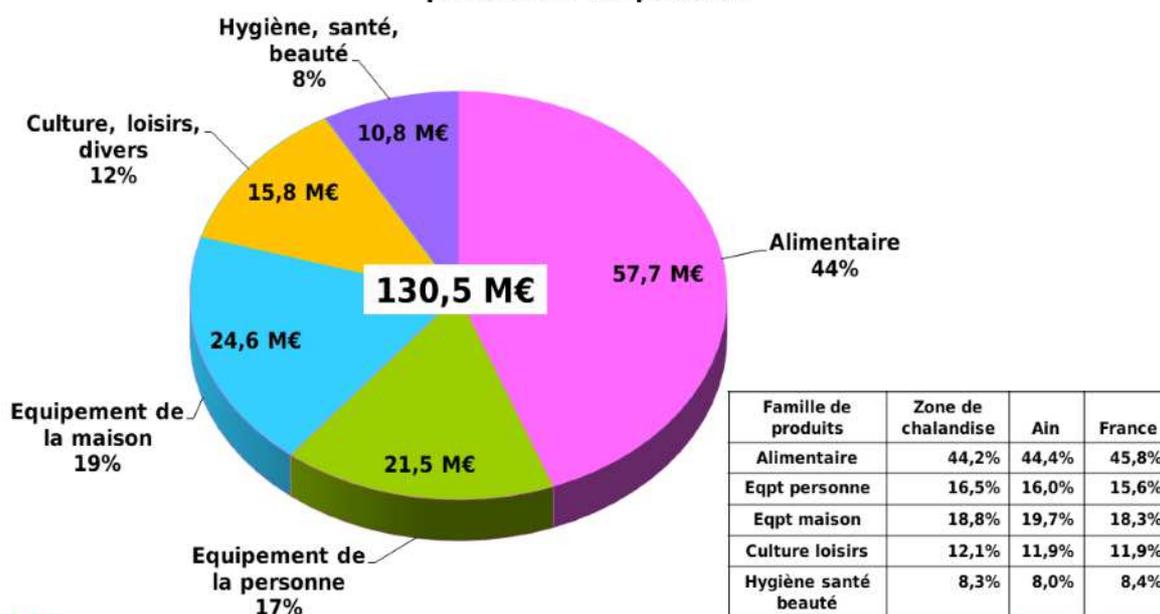
Les dépenses de consommation courante (*produits alimentaires, équipement de la personne, équipement de la maison, culture-loisirs (matériel), hygiène santé beauté*) ne représentent qu'environ 32% des dépenses des ménages français en 2017 alors qu'en 1980 elles pesaient encore plus de 44%.

5. Les dépenses et les comportements d'achats

A combien s'élève le potentiel de consommation des ménages de la zone de chalandise ?



Répartition des dépenses 2017 des ménages la zone de chalandise par famille de produits



CCI AIN

Miribel 05.03.2019

Source : Enquête de 2016-2017 sur les comportements d'achats des ménages de l'Ain - CCI de l'Ain

Les dépenses des 8 682 ménages de la zone de chalandise (*partie Ain*) du pôle commercial miribelan en produits alimentaires et non alimentaires de consommation courante ont été évaluées en 2017 à plus de 130 millions d'euros et se répartissent de la manière suivante :

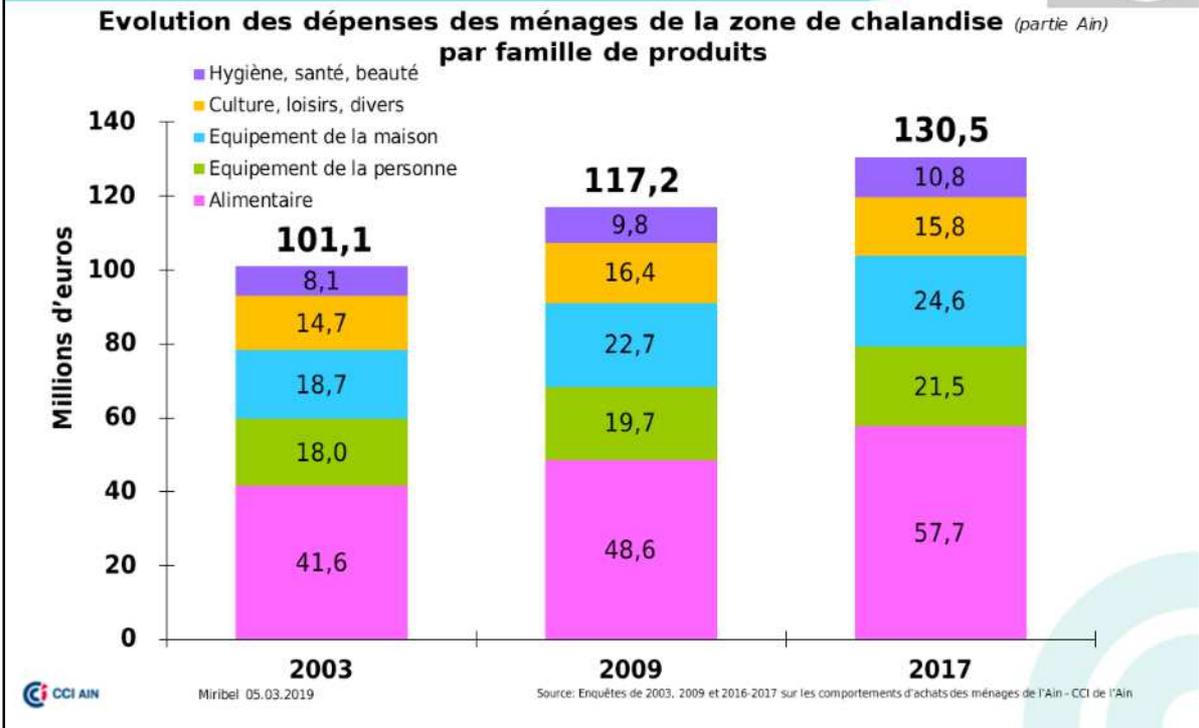
- 57,7 millions d'euros (soit 44,2%) en produits alimentaires,
- 21,5 millions d'euros (soit 16,5%) en produits d'équipement de la personne,
- 24,6 millions d'euros (soit 18,8%) en produits d'équipement de la maison,
- 15,8 millions d'euros (soit 12,1%) en produits de culture, loisirs, divers
- et 10,8 millions d'euros (soit 8,3%) en produits d'hygiène, santé, beauté.

Cette répartition des dépenses des ménages est globalement comparable à celle observée dans l'Ain sauf en équipement de la maison.

Elle est légèrement différente de celle constatée en France métropolitaine notamment pour l'alimentaire et l'équipement de la personne.

5. Les dépenses et les comportements d'achats

Comment a évolué le potentiel de consommation des ménages de la zone de chalandise ?



Globalement, le potentiel de consommation des ménages de la zone de chalandise (partie Ain) s'est accru d'environ 29% (soit 29,4 millions supplémentaires) durant la période 2003-2017. Il est ainsi passé de 101,1 millions d'euros en 2003 à environ 130,5 millions d'euros en 2017.

Toutefois, cette croissance de la consommation des ménages de la zone de chalandise (partie Ain) ralentit. Elle s'élevait en moyenne à 2,5% par an entre 2003 et 2009 contre 1,6% par an sur la période 2009-2017 (inflation incluse).

L'analyse par famille de produits montre des évolutions très hétérogènes :

- des évolutions 2009-2017 légèrement moins importantes pour les dépenses alimentaires et en équipement de la personne par rapport à celles enregistrées entre 2003 et 2009,
- des évolutions 2009-2017 se réduisant sensiblement pour les dépenses en équipement de la maison, en culture-loisirs et en hygiène santé beauté par rapport à celles constatées durant la période 2003-2009.

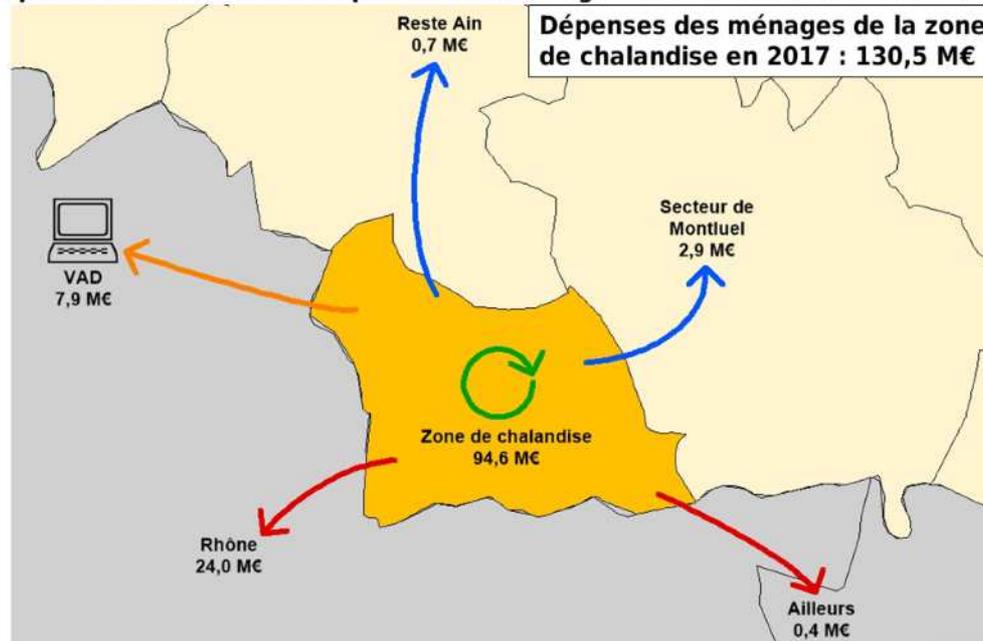
Famille de produits	Evolution moyenne annuelle		
	2003-2009	2009-2017	2003-2017
Alimentaire	2,6%	2,5%	2,6%
Equipement de la personne	1,5%	1,3%	1,4%
Equipement de la maison	3,3%	1,2%	2,1%
Culture loisirs	1,9%	-0,5%	0,6%
Hygiène santé beauté	3,1%	1,5%	2,2%
Total	2,5%	1,6%	2,0%

5. Les dépenses et les comportements d'achats

Où achètent les ménages de la zone de chalandise ?



Principales destinations des dépenses des ménages de la zone de chalandise en 2017



CCI AIN

Miribel 05.03.2019

Source : Enquête de 2016-2017 sur les comportements d'achats des ménages de l'Ain - CCI de l'Ain

Sur les 130,5 millions d'euros (M€) dépensés en 2017 par les ménages de la zone de chalandise (*partie Ain*) du pôle commercial miribelan :

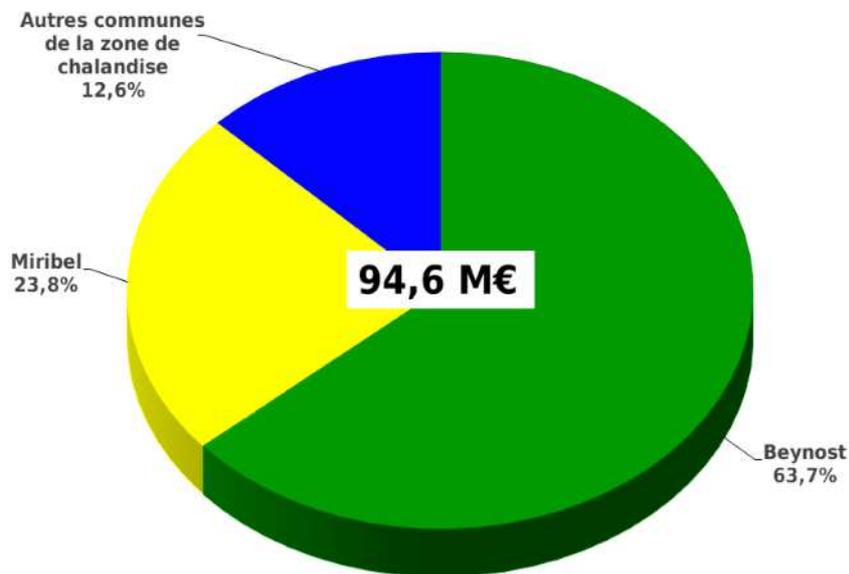
- 94,6 M€ (soit 72,5%) sont dépensés dans les commerces sédentaires et non sédentaires présents dans cette zone dont 22,5 M€ (soit 17,2%) dans ceux de Miribel
- et donc 35,9 M€ (soit 27,5%) en dehors de cette zone, se répartissant de la manière suivante :
 - 24,0 M€ (soit 18,4%) dans les équipements commerciaux du Rhône essentiellement ceux de l'agglomération lyonnaise,
 - 7,9 M€ (soit 6,0%) auprès des sociétés de vente à distance (VAD) incluant essentiellement les achats effectués sur les sites internet de vente,
 - 2,9 M€ (soit 2,2%) dans les magasins du secteur de Montluel principalement ceux du pôle commercial montluiste (*composé des communes de Montluel et de La Boisse*),
 - 0,7 M€ (soit 0,6%) dans les commerces des autres communes de l'Ain
 - et 0,4 M€ (soit 0,3%) ailleurs en France et à l'étranger.

5. Les dépenses et les comportements d'achats

Où achètent les ménages de la zone de chalandise ?



Principales destinations des dépenses des ménages au sein de la zone de chalandise en 2017



S'agissant des achats effectués dans les commerces de la zone de chalandise (*partie Ain*) s'élevant globalement à 94,6 millions d'euros en 2017, les principaux lieux d'achats sont :

- Beynost et plus particulièrement la zone des Baterses dont l'offre commerciale capte près de 64% (soit 60,2 millions d'euros) des dépenses effectuées par les ménages de cette zone
- et Miribel (23,8% soit 22,5 millions d'euros).

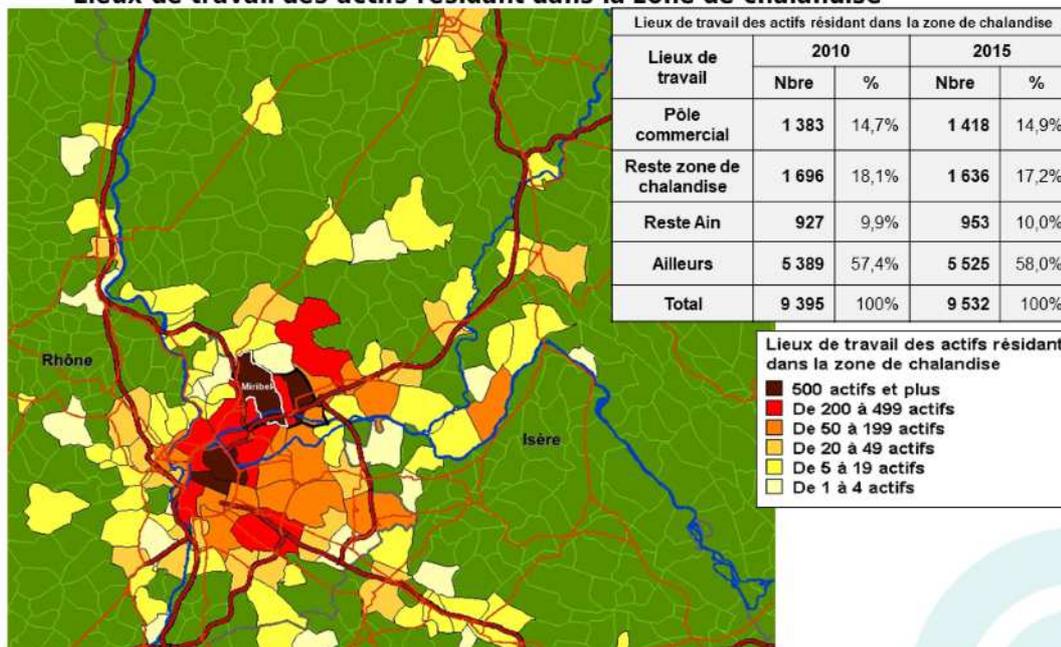
Les autres communes (*Saint-Maurice-de-Beynost, Thil et Neyron*) disposant d'un appareil commercial moins étoffé captent globalement 12,6% des dépenses des ménages de la zone de chalandise (*partie Ain*) (soit 11,9 millions d'euros).

5. Les dépenses et les comportements d'achats

Où travaillent les actifs résidant dans la zone de chalandise ?



Lieux de travail des actifs résidant dans la zone de chalandise



L'INSEE estime en 2015, à 9 532 le nombre d'actifs de plus de 15 ans résidant dans les communes de la zone de chalandise (*partie Ain*) du pôle commercial miribelan.

- Près de 15% de ces actifs ont un emploi dans la commune de Miribel,
- plus de 17% travaillent dans les autres communes de la zone de chalandise (*partie Ain*) en particulier Beynost et Saint-Maurice de Beynost,
- 10% ont un emploi dans d'autres communes du département de l'Ain notamment à Montluel et Dagneux
- et 58% travaillent en dehors de l'Ain, principalement dans le Rhône et en Isère.

Le nombre d'actifs de 15 ans et plus résidant dans la zone de chalandise (*partie Ain*) est passé de 9 395 en 2010 à 9 532 en 2015 soit une hausse de près de 1,5%.

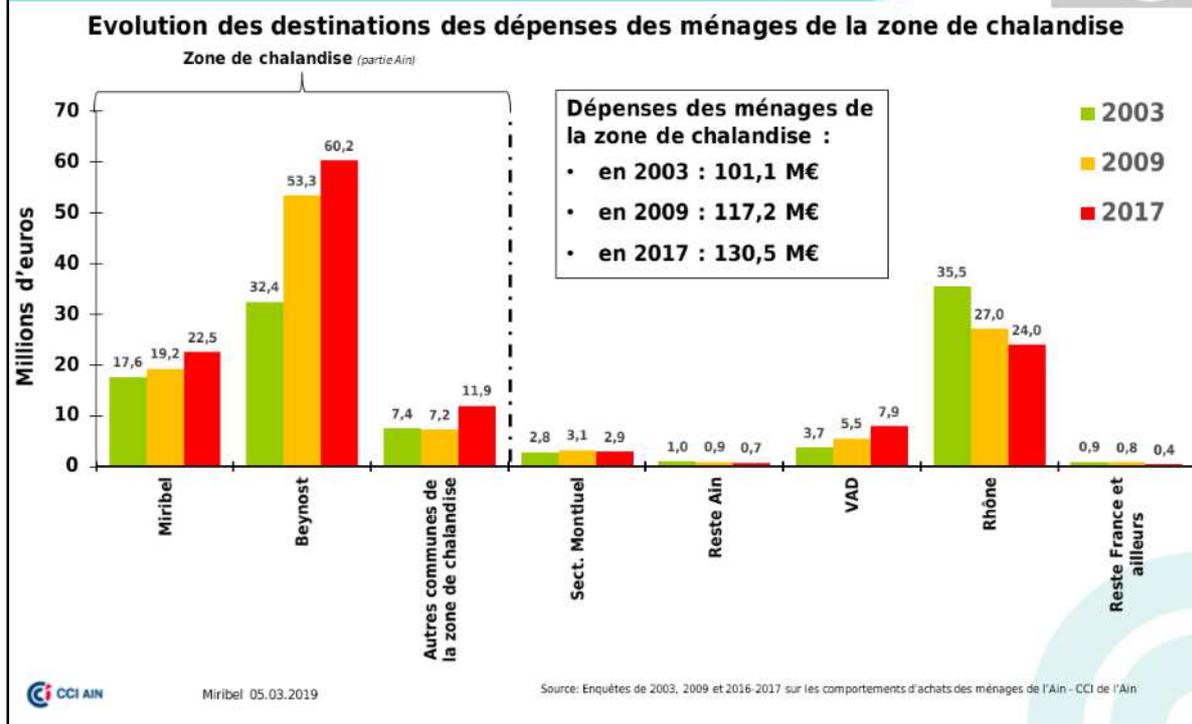
Toutefois, la part de ces actifs travaillant dans la zone de chalandise (*partie Ain*) a très légèrement diminué (32,8% en 2010, 32,0% en 2015) bien que la proportion de ces actifs travaillant dans la commune de Miribel soit quasiment stable (14,7% en 2010, 14,9% en 2015).

La proportion de ces actifs travaillant dans les communes de l'Ain ne faisant pas partie de la zone de chalandise (*partie Ain*) est stable sur la période 2010-2015 et s'élève à environ 10%.

La part de ces actifs travaillant en dehors du département de l'Ain s'est légèrement accrue passant de 57,4% en 2010 à 58,0% en 2015 et demeure donc importante.

5. Les dépenses et les comportements d'achats

Comment ont évolué les destinations des dépenses des ménages de la zone de chalandise ?



Les dépenses des ménages de la zone de chalandise (*partie AIN*) du pôle commercial miribelan ont augmenté d'environ 29% (soit 29,4 M€) entre 2003 et 2017.

Elles ont notamment progressé de manière relativement importante dans :

- les magasins de Beynost et plus particulièrement ceux de la zone des Baterses (27,8 M€). Cette croissance est d'ailleurs plus élevée durant la période 2003-2009 (20,9 M€) qu'entre 2009 et 2017 (6,9 M€) et est à rapprocher du développement de l'offre commerciale dans la zone des Baterses intervenu entre 2003 et 2009.
- les commerces sédentaires et non sédentaires du pôle commercial miribelan (4,9 M€),
- les magasins des autres communes faisant partie de la zone de chalandise (*partie AIN*) en particulier durant la période 2009-2017 (4,5 M€),
- et auprès des sociétés de vente à distance (VAD) (comprenant les sites de vente sur Internet) notamment entre 2009 et 2017 (4,2 M€),

Les dépenses des ménages de la zone de chalandise (*partie AIN*) du pôle commercial miribelan sont quasiment stables dans les commerces du secteur de Montluel sur la période 2003-2017.

Les dépenses des ménages de la zone de chalandise (*partie AIN*) du pôle commercial miribelan ont baissé :

- de manière importante dans les équipements commerciaux du Rhône (-11,5 M€)
- et faiblement dans les commerces des autres communes de l'Ain (-0,3 M€) et dans ceux situés ailleurs en France ou à l'étranger (-0,5 M€).

Ces évolutions sont à rapprocher :

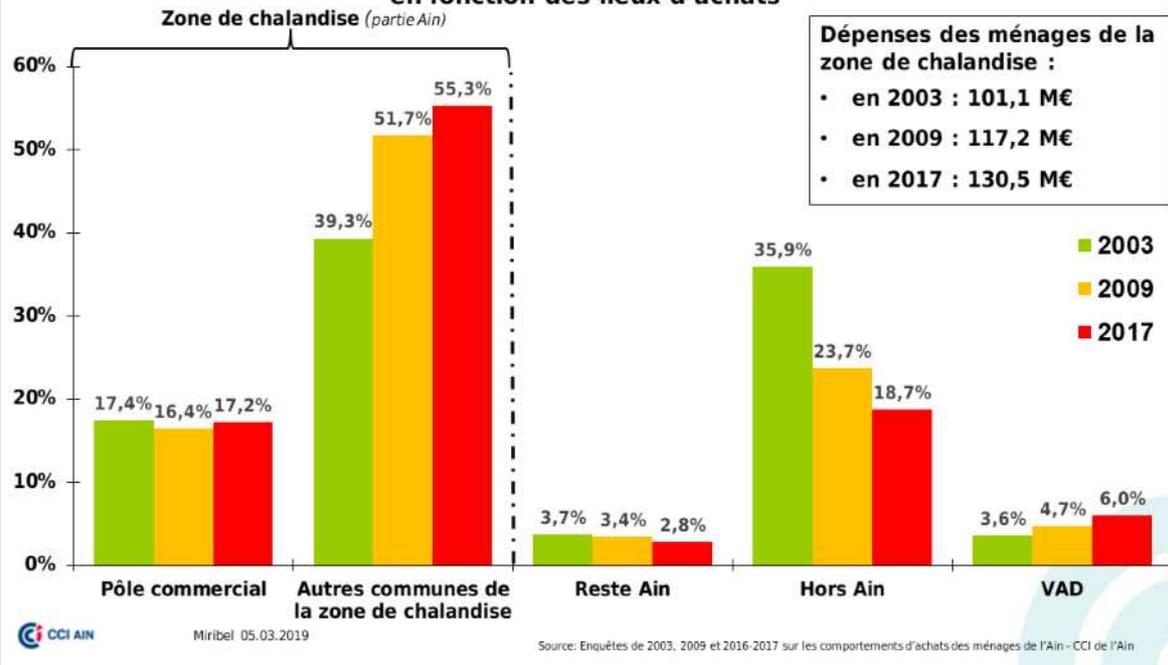
- des modifications de l'offre commerciale intervenues durant cette période,
- de la croissance du nombre de ménages disposant d'une connexion Internet,
- des changements dans les comportements d'achats, les manières de consommer et de se déplacer
- et des variations dans les flux domicile-travail.

5. Les dépenses et les comportements d'achats

Comment a évolué la répartition géographique des dépenses des ménages de la zone de chalandise ?



Evolution de la répartition en % des dépenses des ménages de la zone de chalandise en fonction des lieux d'achats



Après avoir diminué d'un point durant la période 2003-2009, la part des dépenses des ménages résidant dans la zone de chalandise (*partie AIN*) réalisées dans les commerces sédentaires et non sédentaires du pôle commercial miribelan a augmenté de 0,8 point passant de 16,4% en 2009 à 17,2% en 2017.

La proportion des dépenses réalisées dans les autres communes de la zone de chalandise (*partie AIN*) (*Beynost, Neyron, Saint-Maurice-de-Beynost et Thil*) s'est accrue de 16 points passant de 39,3% en 2003 à 55,3% en 2017. Cette croissance est nettement plus importante durant la période 2003-2009 (+12,4 points) qu'entre 2009-2017 (+3,6 points). Cette évolution est à rapprocher du renforcement de l'offre commerciale dans la zone des Baterses de Beynost intervenu principalement entre 2003 et 2009.

La part des achats des ménages de la zone de chalandise (*partie AIN*) réalisés dans les commerces des autres communes de l'Ain a diminué de 0,9 point entre 2003 et 2017 et demeure donc peu élevée (2,8% en 2017).

La part des dépenses effectuées en dehors des commerces de l'Ain a diminué de plus de 17 points durant la période 2003-2017 pour s'établir à 18,7% en 2017.

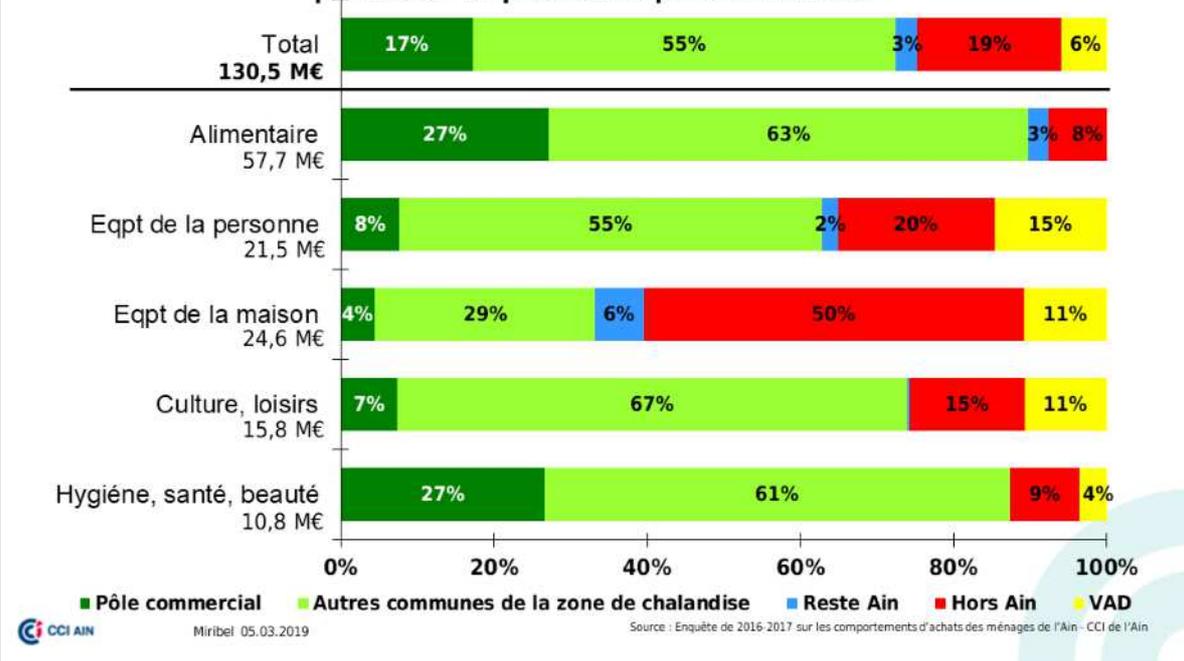
La proportion des achats effectués auprès des sociétés de vente à distance (notamment les sites de vente sur Internet) par les ménages de la zone de chalandise (*partie AIN*), a augmenté de 2,4 points durant la période 2003-2017 pour s'établir à 6,0%.

5. Les dépenses et les comportements d'achats

Qu'est ce que les ménages de la zone de chalandise achètent dans des commerces de cette zone et en dehors de celle-ci ?



Répartition des dépenses 2017 des ménages de la zone de chalandise par famille de produits et par lieu d'achats



En 2017, les ménages de la zone de chalandise (*partie Ain*) ont effectué :

- plus de 72% de leurs dépenses dans les commerces présents dans cette zone :
 - plus de 17% dans ceux du pôle commercial miribelan
 - et plus de 46% dans ceux des autres communes de cette zone,
- environ 3% dans les magasins des autres communes de l'Ain (en particulier ceux situés dans le secteur de Montluel),
- près de 19% dans les équipements commerciaux situés en dehors de l'Ain (notamment dans le Rhône)
- et 6% auprès des sociétés de vente à distance en particulier les sites de vente sur Internet.

Ces proportions varient en fonction des familles de produits.

Ainsi, les achats effectués en dehors de la zone de chalandise (*partie Ain*) (vente à distance incluse) concernent davantage les produits d'équipement de la maison (67% soit 16,4 millions d'euros), d'équipement de la personne (37% soit 8,0 millions d'euros) et de culture loisirs (26% soit 4,1 millions d'euros).

En alimentaire et en hygiène santé beauté, les proportions des dépenses effectuées en dehors des commerces de la zone de chalandise (*partie Ain*) sont nettement moindres et s'élèvent respectivement à environ 10% (soit 5,9 millions d'euros) et à 12,5% (soit 1,4 million d'euros).

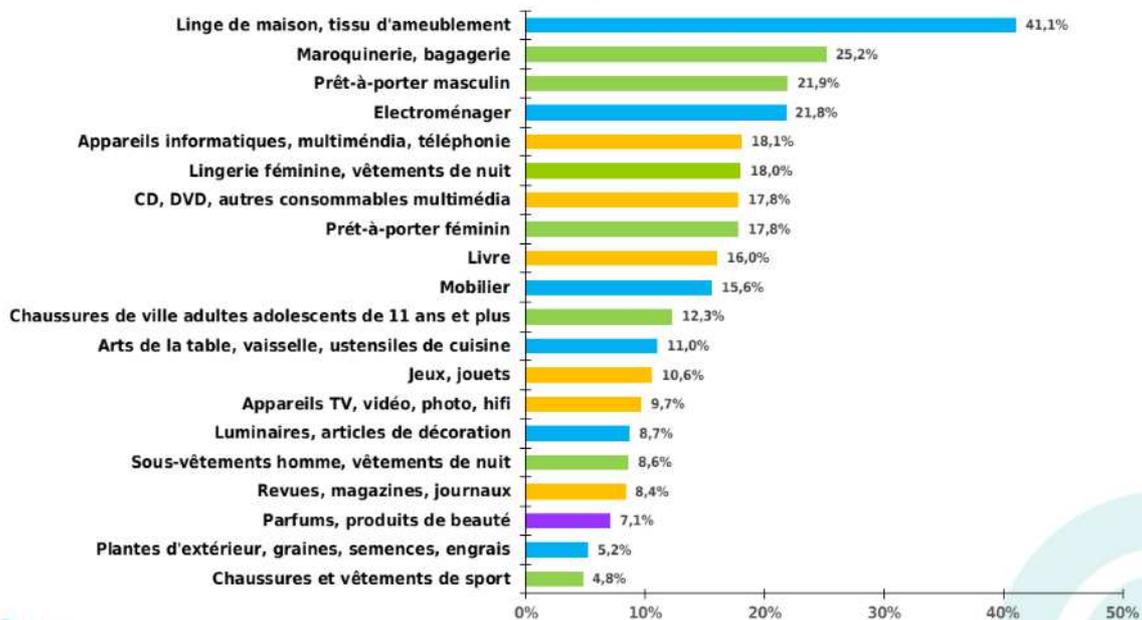
Ces achats sont principalement effectués dans les commerces proches du lieu de résidence ou du lieu de travail.

5. Les dépenses et les comportements d'achats

Quels sont les produits achetés par les ménages de la zone de chalandise en VAD ?



Quelques produits les plus achetés en 2017 par les ménages de la zone de chalandise (partie Ain) en VAD (y compris Internet)



Ordre du jour



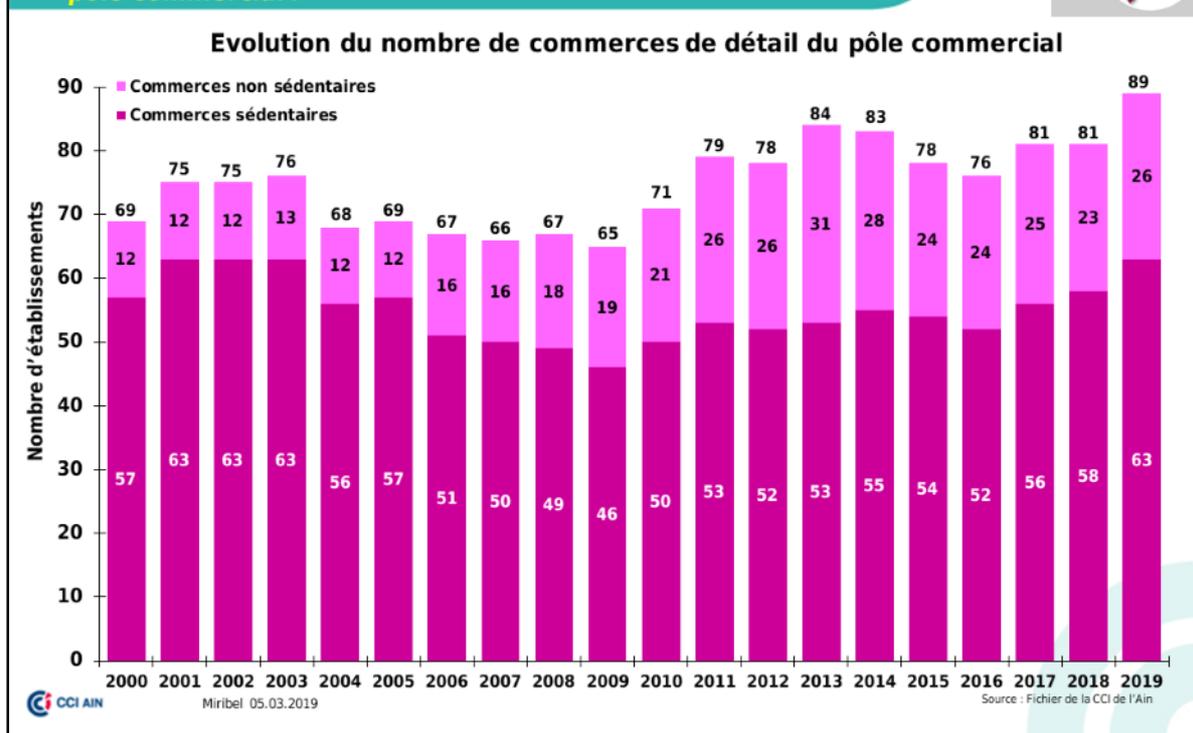
1. Les objectifs
2. Quelques éléments méthodologiques
3. La zone d'attraction du pôle commercial
4. Les caractéristiques démographiques de cette zone
5. Les dépenses et les comportements d'achats des ménages de la zone d'attraction et leurs évolutions

Les conséquences sur :

6. L'offre du pôle commercial et son évolution
7. L'activité du pôle commercial et son évolution
8. Une prévision à l'horizon 2022
9. Les faits marquants

6. L'offre du pôle commercial et son évolution

Comment a évolué le nombre de commerces de détail dans le pôle commercial ?



Sur la période 2000-2019, le nombre d'établissements de commerce de détail, sédentaires et non sédentaires de Miribel, s'est globalement accru de manière non linéaire, de 20 unités pour s'établir début 2019 à 89 établissements.

Ils se répartissent en :

- 63 commerces de détail sédentaires
- et 26 établissements de commerce de détail hors magasin (vente à domicile, vente par automate, vente à distance, vente par catalogue...) et sur éventaires et marchés.

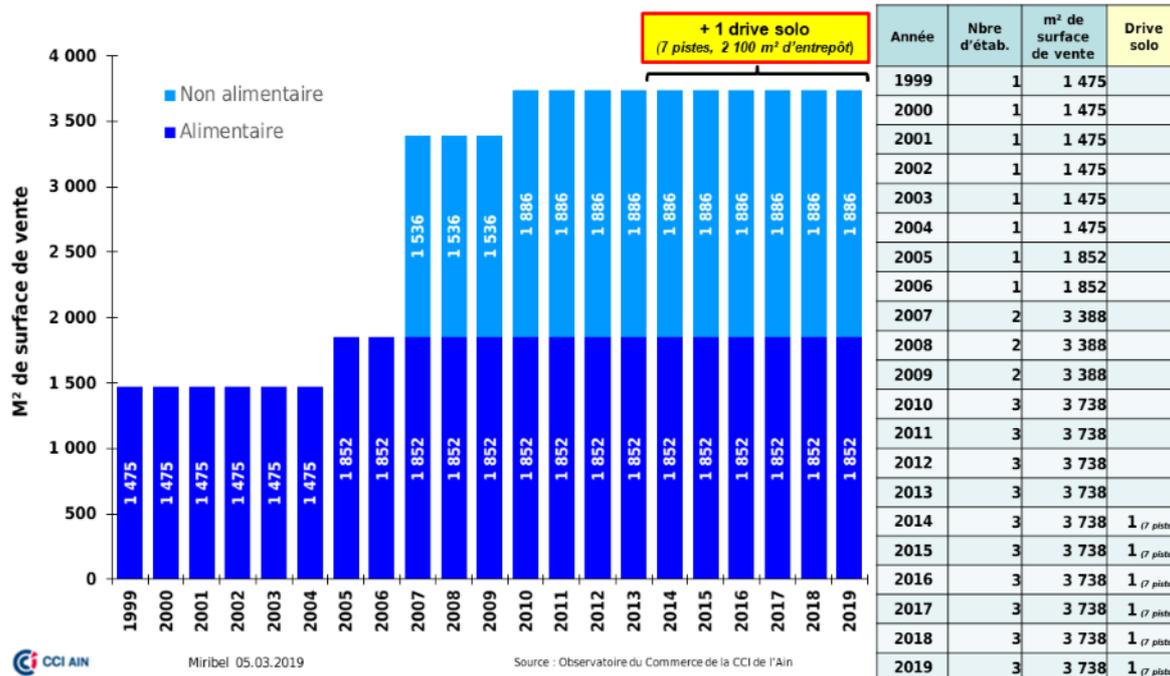
Si durant cette période, le nombre de commerces de détail non sédentaires a augmenté de 14 unités, le nombre de commerces de détail sédentaires de la commune de Miribel ne s'est globalement accru que de 6 établissements avec une hausse entre 2000 et 2001 (+6 établissements) puis une stabilité entre 2001 et 2003 suivie d'une baisse durant la période 2003-2009 (-17 établissements) puis hausse ensuite jusqu'en 2019 (+17 établissements).

6. L'offre du pôle commercial et son évolution

Comment ont évolué les grandes surfaces dans le pôle commercial ?



Evolution des m² de surface de vente des commerces de plus de 300 m² du dans le pôle commercial



Début 2019, on recense dans le pôle commercial miribelan :

- 3 commerces de détail de plus de 300 m² de surface de vente (1 à dominante alimentaire et 2 à dominante non alimentaire) exploitant globalement près de 3 740 m² de surface de vente
- et 1 drive solo de 7 pistes disposant d'un entrepôt de 2 100 m².

Sur la période 1999-2019, le parc d'équipements en grandes surfaces, spécialisées ou non, présent dans le pôle commercial miribelan s'est accru de 3 établissements : 2 magasins spécialisés non alimentaires et 1 drive solo situés aux Echets.

Durant cette même période, le supermarché de cette commune a procédé à une extension de sa surface de vente.

Ces évolutions se sont globalement traduites par la création de plus de 2 263 m² supplémentaires de surface de vente.

Ordre du jour



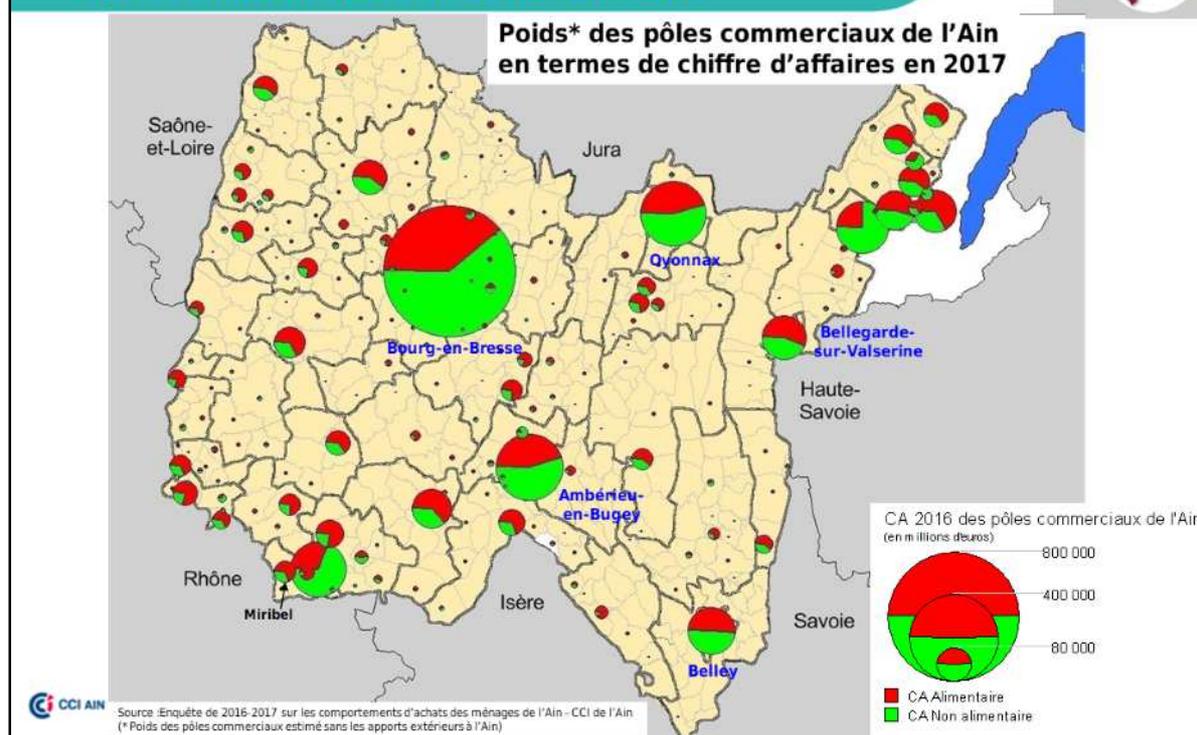
1. Les objectifs
2. Quelques éléments méthodologiques
3. La zone d'attraction du pôle commercial
4. Les caractéristiques démographiques de cette zone
5. Les dépenses et les comportements d'achats des ménages de la zone d'attraction et leurs évolutions

Les conséquences sur :

6. L'offre du pôle commercial et son évolution
- 7. L'activité du pôle commercial et son évolution**
8. Une prévision à l'horizon 2022
9. Les faits marquants

7. L'activité du pôle commercial et son évolution

Comment se situe le pôle commercial miribelan ?



Avec un chiffre d'affaires estimé à plus de 25 millions d'euros (*hors apports extérieurs à l'Ain*) en 2017, sa diversité en matière d'offre commerciale et de services aux particuliers (privés et publics), le pôle commercial miribelan se situe au 22^e rang et est l'un des trente pôles commerciaux secondaires de l'Ain.

Avec :

- 5 pôles commerciaux majeurs (Bourg-en-Bresse, Oyonnax, Ambérieu-en-Bugey, Belley et Bellegarde-sur-Valserine),
- une trentaine de pôles commerciaux secondaires (Miribel, Montluel, Meximieux, Saint-André-de-Corcy, Villars-les-Dombes, Trévoux, Montrevel-en-Bresse, Pont-de-Vaux, Vonnas, Pont-de-Veyle, Pont-d'Ain, Thoiry, Châtillon-sur-Chalaronne, Ferney-Voltaire...)
- et près de 80 pôles commerciaux locaux (Saint-Maurice-de-Beynost, Villieu-Loyes-Mollon, Mionnay, Balan Béliigneux, Dagneux, Trivier-de-Courtes, Manziat, Attignat, Saint-Rambert-en-Bugey, Ambronay, Poncin, Artemare, Champagne-en-Valromey, Polliat, Ceyzériat, Péron, Civrieux, Mézériat, Tossiat...),

l'Ain dispose d'un tissu commercial harmonieux, équilibré, diversifié et spatialement bien réparti qui s'est développé dans le temps.

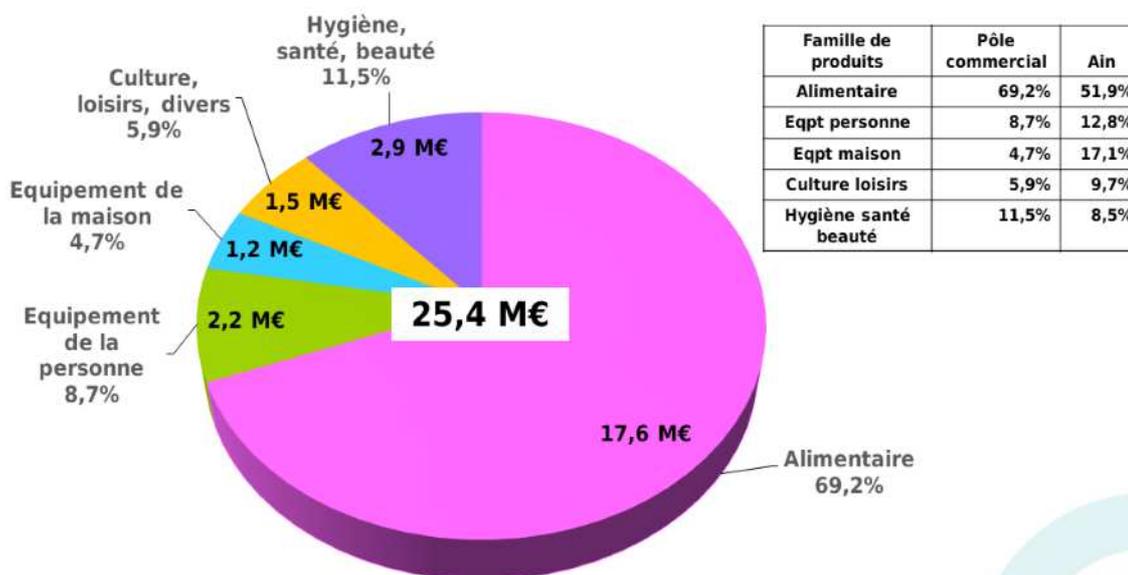
Cette répartition spatiale est un véritable atout et une spécificité du département de l'Ain.

7. L'activité du pôle commercial et son évolution

Quel est le chiffre d'affaires réalisé par l'ensemble des formes de distribution présentes dans le pôle commercial ?



Répartition du C.A. 2017 (hors apports extérieurs à l'Ain) du pôle commercial par famille de produits



Miribel 05.03.2019

Source : Enquête de 2016-2017 sur les comportements d'achats des ménages de l'Ain - CCI de l'Ain

Le chiffre d'affaires réalisé par l'ensemble des formes de distribution (commerces de moins de 300 m², magasins de plus de 300 m² de surface de vente, marchés forains...) présentes dans le pôle commercial miribelan est évalué à plus de 25 millions d'euros en 2017 (hors apports extérieurs à l'Ain) et se répartit de la manière suivante :

- Plus de 69% de ce chiffre d'affaires (soit 17,6 millions d'euros) est réalisé grâce à la vente de produits alimentaires,
- près de 9% (soit 2,2 millions d'euros) par la distribution de produits d'équipement de la personne,
- environ 5% (soit 1,2 million d'euros) par la vente de produits d'équipement de la maison,
- près de 6% (soit 1,5 million d'euros) par la commercialisation de produits de culture et de loisirs
- et 11,5% (soit 2,9 millions d'euros) par la vente de produits d'hygiène, santé et de beauté.

Ces proportions sont très différentes de celles observées dans l'Ain. Ainsi,

- les proportions de chiffre d'affaires réalisé grâce à la vente de produits alimentaires (69,2%) et de produits d'hygiène santé beauté (11,5%) sont supérieures à celles constatées dans l'Ain (respectivement 51,9% et 8,5%)
- alors que celles concernant le chiffre d'affaires réalisé par la commercialisation de produits d'équipement de la personne (8,7%), d'équipement de la maison (4,7%) et de culture-loisirs (5,9%) sont inférieures à celles observées dans l'Ain (respectivement 12,8%, 17,1% et 9,7%).

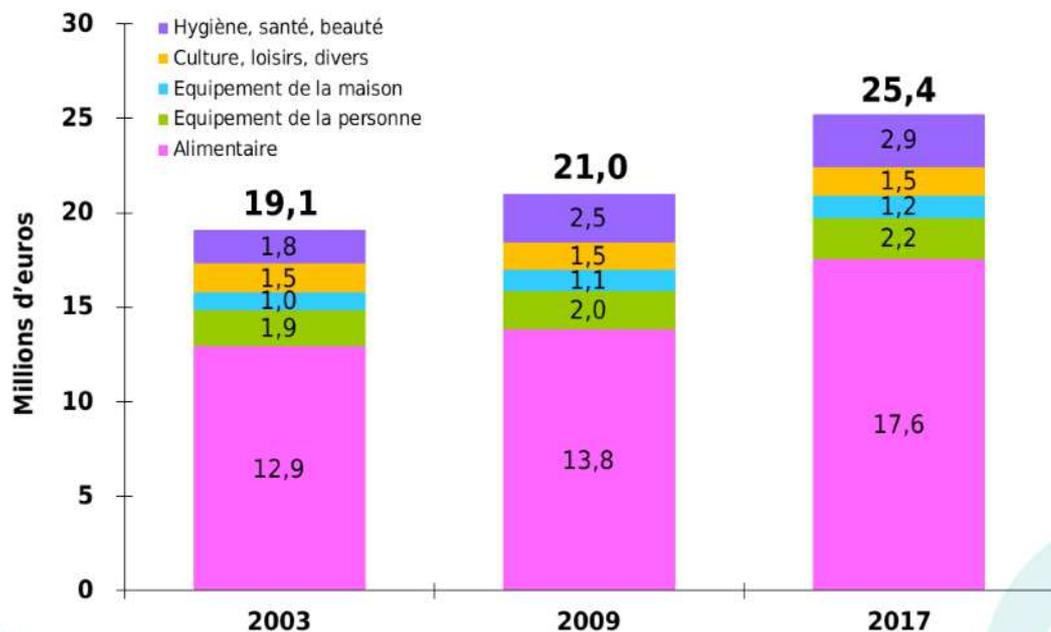
Cela s'explique en partie par la nature de l'offre commerciale présente dans le pôle commercial miribelan mais aussi par la relative proximité de l'agglomération lyonnaise mais aussi de la zone des Baterses de Beynost qui disposent d'une offre commerciale importante notamment non alimentaire.

7. L'activité du pôle commercial et son évolution

Comment a évolué le chiffre d'affaires du pôle commercial ?



Evolution du C.A. (hors apports extérieurs à l'Ain) du pôle commercial par famille de produits



Le chiffre d'affaires (*hors apports extérieurs à l'Ain*) réalisé par l'ensemble des formes de distribution du pôle commercial miribelan a augmenté de plus de 6 millions d'euros passant de 19,1 millions d'euros en 2003 à 25,4 millions d'euros en 2017, soit une croissance de 32,7% (*inflation incluse*) cependant inférieure à celle constatée dans l'Ain (41,5%).

Cette croissance du chiffre d'affaires (*hors apports extérieurs à l'Ain*) s'est notamment accentuée à la suite de la création en 2013 d'un drive solo aux Echets : elle s'élève à 2,7% par an durant la période 2009-2017 contre 1,6% par an entre 2003 et 2009.

Par ailleurs, l'analyse par famille de produits montre que ces évolutions ne sont pas homogènes.

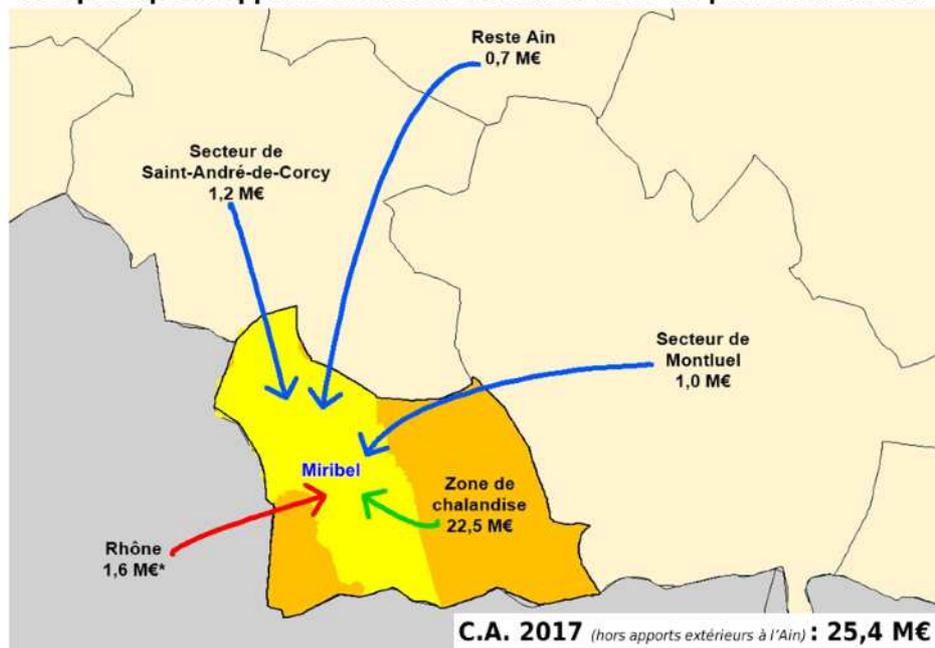
Famille de produits	Evolution moyenne annuelle en %		
	2003-2009	2009-2017	2003-2017
Alimentaire	1,1%	3,5%	2,4%
Equipement de la personne	1,2%	1,0%	1,1%
Equipement de la maison	2,1%	0,9%	1,5%
Culture loisirs	-0,1%	0,3%	0,1%
Hygiène santé beauté	5,7%	2,1%	3,7%
Total	1,6%	2,7%	2,2%

7. L'activité du pôle commercial et son évolution

Où habitent les clients des commerces du pôle commercial et combien dépensent-ils ?



Les principaux apports au chiffre d'affaires 2017 du pôle commercial



Miribel 05.03.2019

Source : Enquête de 2016-2017 sur les comportements d'achats des ménages de l'Ain - CCI de l'Ain
* : Enquête de 2016-2017 sur les comportements d'achats des ménages du Rhône - CCI Lyon métropole

Le chiffre d'affaires (*hors apports extérieurs à l'Ain*) réalisé par l'ensemble des commerces sédentaires et non sédentaires du pôle commercial miribelan est estimé à plus de 25 millions d'euros en 2017.

Près de 89% de ce chiffre d'affaires (soit 22,5 millions d'euros) est réalisé grâce aux dépenses des ménages résidant dans la zone de chalandise (*partie Ain*).

Le reste résulte des achats des ménages :

- du secteur de Saint-André-de-Corcy (1,2 million d'euros),
- du secteur de Montluel (1,0 million d'euros)
- et du reste du département de l'Ain (0,7 million d'euros).

Par ailleurs, l'enquête sur les comportements d'achats des ménages réalisée en 2016-2017 par la CCI Lyon Métropole estime les apports des ménages du Rhône à environ 1,6 million d'euros.

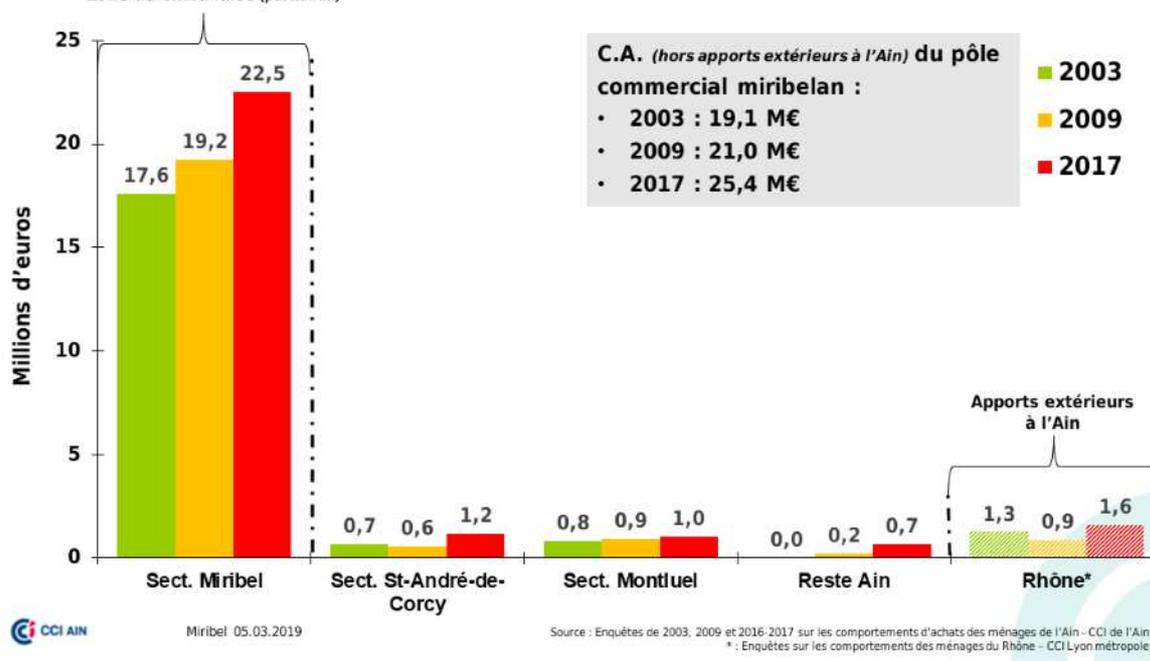
7. L'activité du pôle commercial et son évolution

Comment ont évolué les provenances des apports au chiffre d'affaires du pôle commercial ?



Evolution de la provenance des principaux apports au C.A. du pôle commercial

Zone de chalandise (partie Ain)



Le chiffre d'affaires (*hors apports extérieurs à l'Ain*) du pôle commercial miribelan a globalement progressé de près de 6,3 millions (M€) d'euros entre 2003 et 2017.

Cette évolution s'explique par la progression de l'attractivité de ce pôle commercial sur :

- le secteur de Miribel constituant sa zone de chalandise (*partie Ain*) pour 4,9 millions d'euros
- mais aussi sur les secteurs limitrophes de la zone de chalandise (*partie Ain*).

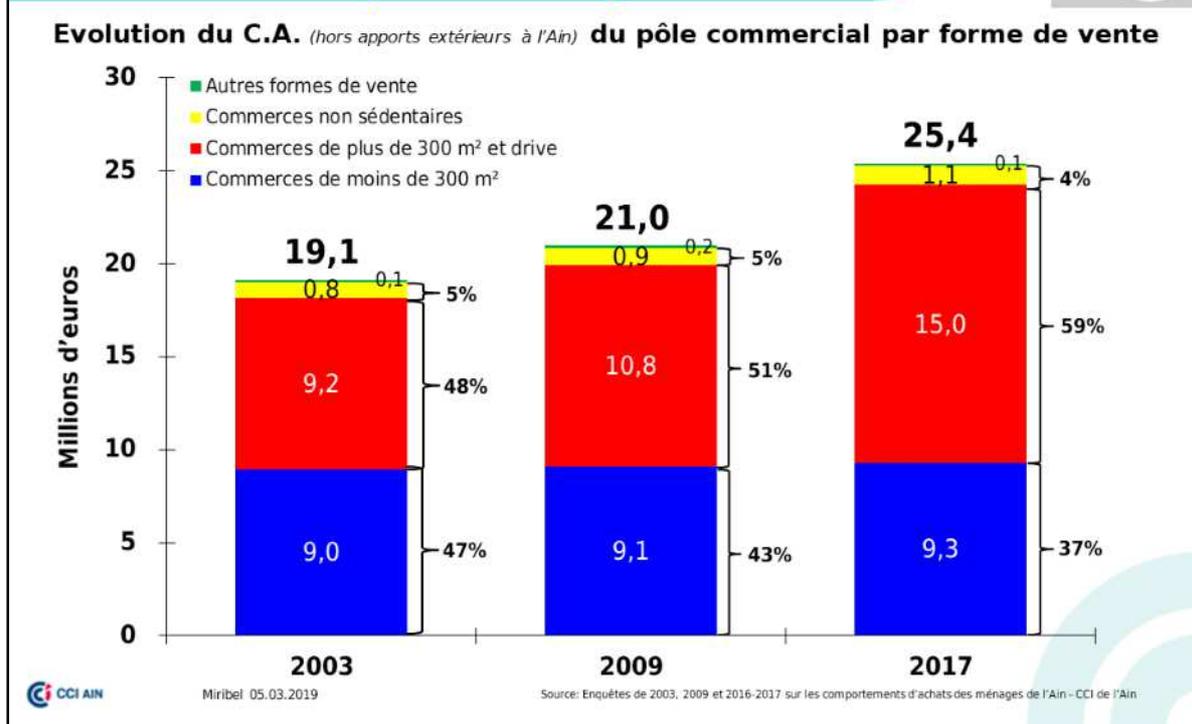
Ainsi, les commerces du pôle commercial miribelan ont accru leur attractivité durant la période 2003-2017 de :

- 0,5 M€ sur les ménages du secteur de Saint-André-de-Corcy,
- 0,2 M€ sur les ménages du secteur de Montluel
- et de 0,7 M€ sur les ménages des autres secteurs de l'Ain (*Reste Ain*) en particulier entre 2009 et 2017.

Par ailleurs, les résultats des différentes enquêtes sur les comportements d'achats des ménages du Rhône réalisées par la CCI Lyon métropole montrent qu'après avoir baissé de 0,4 M€ durant la période 2003-2009, les dépenses des ménages du Rhône dans les commerces du pôle commercial miribelan se sont accrues de 0,7 M€ entre 2009 et 2017.

7. L'activité du pôle commercial et son évolution

Comment ce chiffre d'affaires se répartit entre les différentes formes de distribution présentes dans le pôle commercial ?



Le chiffre d'affaires (*hors apports extérieurs à l'Ain*) réalisé par les magasins de plus de 300 m² de surface de vente et le drive du pôle commercial miribelan s'est accru de près de 6 millions d'euros passant de 9,2 à 15,0 millions d'euros entre 2003 et 2017, soit une évolution moyenne annuelle de 3,8%. Cette croissance s'est accrue à la suite notamment de la création d'un drive solo aux Echets : elle est de 4,8% par an entre 2009 et 2017 contre 2,6% par an durant la période 2003-2009.

En 2017, ces établissements commerciaux réalisent 59,0% du chiffre d'affaires de ce pôle commercial contre 51,4% en 2009 et 48,2% en 2003.

Après avoir augmenté de 0,3% par an entre 2003 et 2009, le chiffre d'affaires (*hors apports extérieurs à l'Ain*) des commerces de moins de 300 m² ne s'est accru en moyenne que de 0,2% par an sur la période 2009-2017 et s'élève à 9,3 millions d'euros en 2017.

En 2017, ces magasins réalisent 36,5% du chiffre d'affaires du pôle commercial miribelan contre 43,4% en 2009 et 46,8% en 2003.

Les autres formes de distribution (*marchés forains, vente ambulante, achats auprès de producteurs, vente entre particuliers...*) réalisent près de 1,2 million d'euros de chiffre d'affaires (*hors apports extérieurs à l'Ain*) en 2017 contre près de 1,1 million d'euros en 2009 et plus de 0,9 millions d'euros en 2003.

Leur part de marché est passée de 5,0% en 2003 à 5,2% en 2009 puis à 4,5% en 2017.

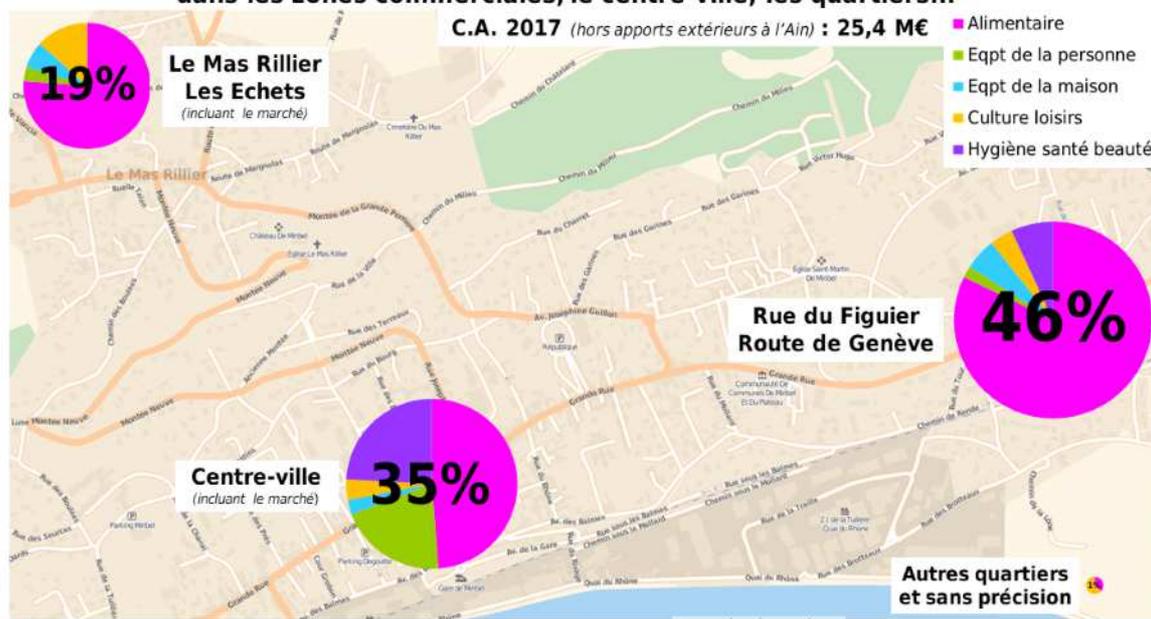
7. L'activité du pôle commercial et son évolution

Comment se répartit géographiquement le chiffre d'affaires au sein du pôle commercial ?



Répartition du C.A. 2017 (hors apports extérieurs à l'Ain) du pôle commercial dans les zones commerciales, le centre-ville, les quartiers...

C.A. 2017 (hors apports extérieurs à l'Ain) : 25,4 M€



Miribel 05.03.2019

Source: Enquêtes de 2009 et 2016-2017 sur les comportements d'achats des ménages de l'Ain - CCI de l'Ain

En 2017, l'activité commerciale du pôle commercial miribelan se répartit ainsi :

- Les magasins situés dans la rue du Figuier et la route de Genève captent 45,6% de l'activité du pôle commercial miribelan contre 50,5% en 2009. Plus de 94% de ce chiffre d'affaires est généré par la vente de produits alimentaires, d'équipement de la maison et d'hygiène santé beauté.
- 34,8% du chiffre d'affaires est réalisé par les commerces sédentaires et non sédentaires (*marché forain*) présents au centre-ville de Miribel contre 44,6% en 2009. Plus de 93% de ce chiffre d'affaires est généré par la vente de produits alimentaires, d'équipement de la personne et d'hygiène santé beauté.
- Les commerces sédentaires et non sédentaires situés dans les hameaux du Mas Rillier et des Echets réalisent 19,1% du chiffre d'affaires du pôle commercial miribelan contre 3,8% en 2009. Plus de 96% de ce chiffre d'affaires est généré par la vente de produits alimentaires, de culture-loisirs et d'équipement de la maison.

Espaces commerciaux du pôle commercial	2009		2017	
	M€	%	M€	%
Rue du Figuier - Route de Genève	10,6	50,5%	11,6	45,6%
Centre-ville (y compris le marché forain)	9,4	44,6%	8,8	34,8%
Les hameaux du Mas Rillier et des Echets (y compris le marché forain)	0,8	3,8%	4,8	19,1%
Autres quartiers et sans précision	0,2	1,1%	0,1	0,5%
Total	21,0	100%	25,4	100%

Ordre du jour



1. Les objectifs
2. Quelques éléments méthodologiques
3. La zone d'attraction du pôle commercial
4. Les caractéristiques démographiques de cette zone
5. Les dépenses et les comportements d'achats des ménages de la zone d'attraction et leurs évolutions

Les conséquences sur :

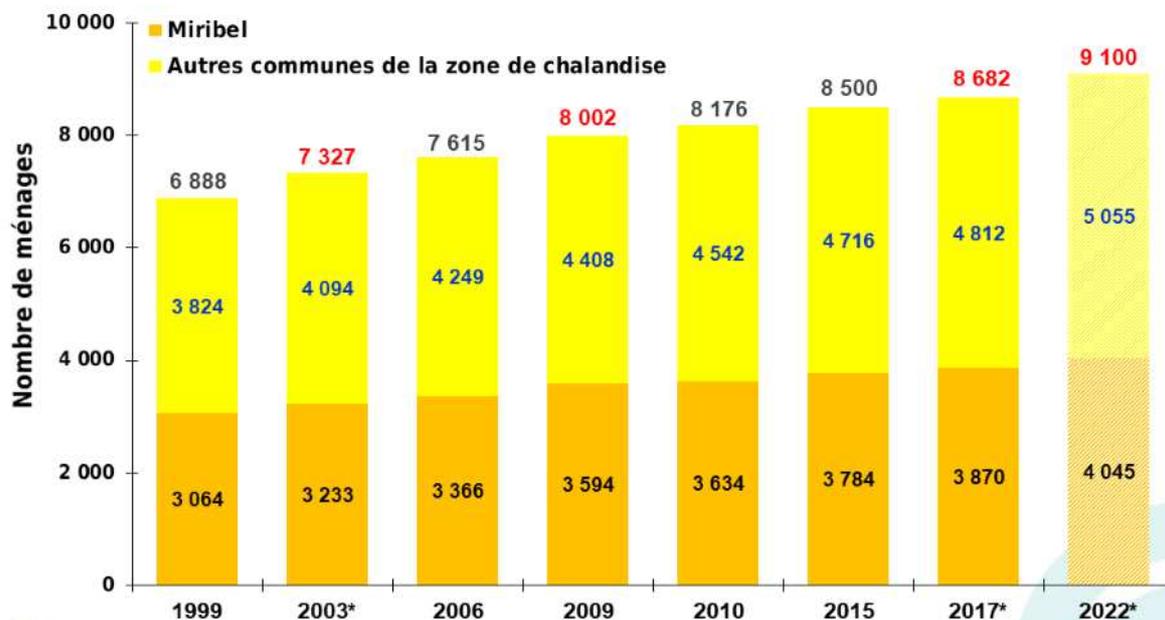
6. L'offre du pôle commercial et son évolution
7. L'activité du pôle commercial et son évolution
- 8. Une prévision à l'horizon 2022**
9. Les faits marquants

8. Une prévision à l'horizon 2022

Combien de ménages résideront dans la zone de chalandise à l'horizon 2022 ?



Projection du nombre de ménages de la zone de chalandise (partie Ain) à l'horizon 2022



Miribel 05.03.2019

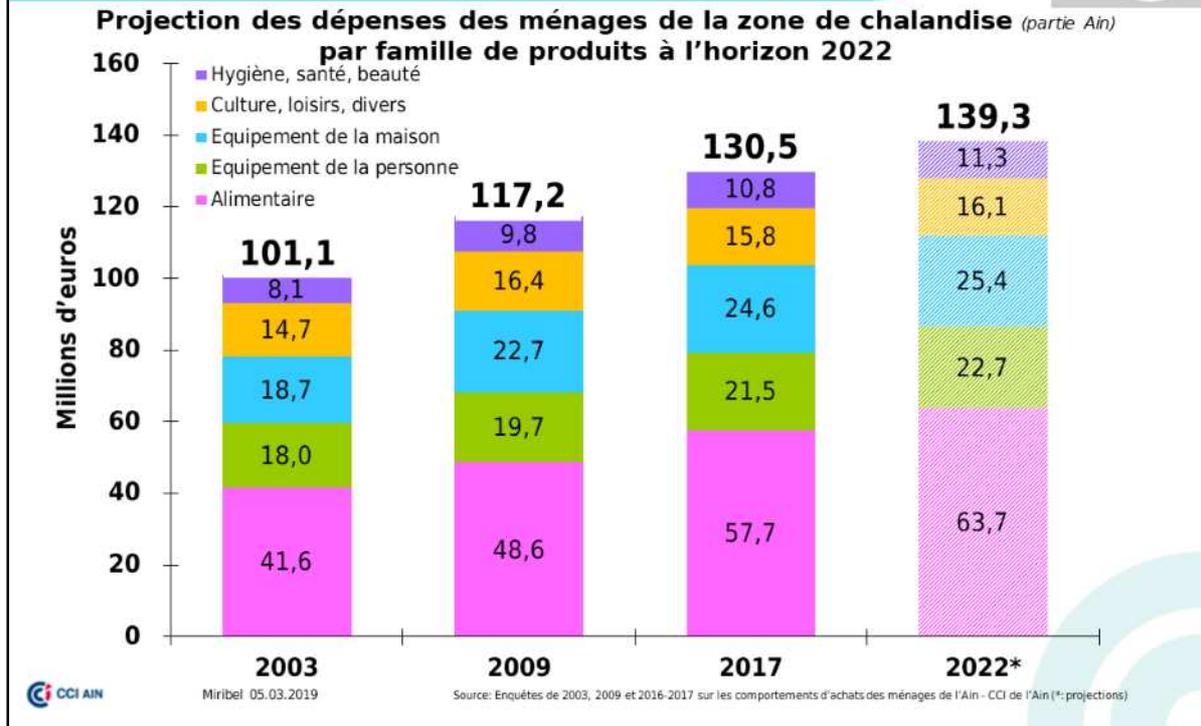
Source : Recensements de la population - INSEE (* : estimations)

Selon les projections démographiques, le nombre de ménages résidant dans la zone de chalandise (partie Ain) du pôle commercial miribelan devrait progresser d'environ 420 ménages entre 2017 et 2022 correspondant à une évolution d'environ 4,8% inférieure à celle estimée dans l'Ain (7,5%).

Quant au nombre de ménages habitant dans la commune de Miribel, il devrait progresser de 175 ménages durant la période 2017-2022 correspondant à une évolution d'environ 4,5%.

8. Une prévision à l'horizon 2022

A combien s'élèveront les dépenses de l'ensemble des ménages de la zone de chalandise en 2022 ?



Compte tenu de la projection démographique à l'horizon 2022, tout porte à croire que la croissance de la consommation des ménages résidant dans la zone de chalandise (*partie Ain*) du pôle commercial miribelan est appelée à se poursuivre.

Les projections montrent qu'en 2022, ce potentiel de consommation est estimé à plus de 139 millions d'euros, soit une croissance moyenne annuelle d'environ 1,3% par rapport à 2017 (*inflation incluse*) inférieure à celles observées précédemment (1,6% par an durant la période 2009-2017, 2,5% par an entre 2003 et 2009).

Ordre du jour



1. Les objectifs
2. Quelques éléments méthodologiques
3. La zone d'attraction du pôle commercial
4. Les caractéristiques démographiques de cette zone
5. Les dépenses et les comportements d'achats des ménages de la zone d'attraction et leurs évolutions

Les conséquences sur :

6. L'offre du pôle commercial et son évolution
7. L'activité du pôle commercial et son évolution
8. Une prévision à l'horizon 2022
9. **Les faits marquants**

9. Les faits marquants



Un potentiel de consommation sous contrainte

- Le **pôle commercial miribelan** dispose d'une **zone de chalandise** (*partie Ain*) correspondant à l'ancien canton de Miribel comptant plus de **22 000 habitants** répartis en environ **8 680 ménages** dont près de 45% à Miribel.
- La **population** de la zone de chalandise (*partie Ain*) est légèrement **plus jeune** et dispose de **revenus plus élevés** que celles départementale, régionale et nationale.
- Les **ménages** sont de **plus grande taille** que ceux du **département**.
- Ils sont majoritairement **propriétaires** de leur **maison** et disposent pour **plus de 90%** d'entre eux, d'**au moins une automobile** (*87% à Miribel*).
- La **dépense moyenne par ménage de la zone de chalandise** (*partie Ain*) (*15 030 €*) est **supérieure** à celle observée dans l'**Ain** (*14 280 €*) et en **France métropolitaine** (*13 285 €*) en 2017,
- Le **potentiel de consommation** des ménages de la zone de chalandise (*partie Ain*) est estimé à plus de **130 M€** en 2017 mais sa **croissance** est **moins importante** que durant la période 2003-2009 compte tenu :
 - du **ralentissement** de la **croissance démographique** dans la zone de chalandise
 - et de la **diminution des dépenses moyennes par ménage** sauf en alimentaire.

9. Les faits marquants



Des évolutions dans les destinations d'achats des ménages

- **Plus de 17%** des dépenses des ménages de la zone de chalandise (*partie Ain*) (soit 22,5 M€) sont effectuées **dans les commerces de Miribel, proportion quasiment stable** depuis 2003 (16,4% en 2009, 17,4% en 2003).
- La **part des achats** réalisés dans **les autres communes de la zone de chalandise** (*Beynost, Saint-Maurice-de-Beynost...*) est en **hausse**. Cette **évolution** est toutefois **moins importante** que celle constatée durant la période 2003-2009 à la suite du renforcement important de l'offre commerciale dans la zone des Baterses.
- Les **dépenses** effectuées dans les équipements commerciaux du **Rhône** sont en **baisse**
- Les **dépenses** réalisées auprès des **sociétés de vente à distance** (*incluant les sites de vente sur Internet*) sont globalement en **hausse**.
- Ces achats réalisés en dehors de la zone de chalandise **concernent** essentiellement des produits d'**équipement de la maison** (67%), **de la personne** (37%) et de **culture loisirs** (26%).
- L'**évasion commerciale** est à **rapprocher** :
 - de la **proportion d'actifs** résidant dans la zone de chalandise (*partie Ain*) mais **travaillant en dehors** de celle-ci,
 - de la **proximité** de l'**agglomération lyonnaise** qui dispose d'une offre commerciale importante et variée
 - et de l'**évolution du nombre de ménages disposant d'une connexion à Internet**.

9. Les faits marquants



Des conséquences sur l'activité du pôle commercial

- Avec un **C.A.** estimé à **plus de 25 M€** en 2017 (*hors apports extérieurs à l'Ain*), le **pôle commercial miribelan** se situe au **22^e rang**. C'est l'un des **30 pôles secondaires de l'Ain**.
- Une **offre commerciale** qui évolue :
 - après une **baisse de 17 établissements entre 2003 et 2009**, le **nombre de commerces de détail sédentaires** s'est accru de **17 unités** durant la période 2009-2019 et a donc retrouvé le niveau de 2003,
 - **2 établissements commerciaux de plus de 300 m² supplémentaires** depuis 1999
 - l'**ouverture** en 2013 d'un **drive solo** (*7 pistes, 2 100 m² d'entrepôt*) aux Echets
 - la **recréation** en 2016 du **marché hebdomadaire** aux Echets
- Le **C.A** est **en hausse** (*2,7% par an entre 2009 et 2017*) et cette **croissance** est **plus élevée** que durant la période 2003-2009 (*1,6% par an*).
- **Plus de 69% du C.A.** du pôle commercial miribelan (*hors apports extérieurs à l'Ain*) résulte de la **vente de produits alimentaires ; proportion en hausse** (*65,8% en 2009, 67,7% en 2003*).
- Sur la période 2003-2017, l'**attractivité du pôle commercial miribelan** :
 - s'est **accrue** sur :
 - le **secteur de Miribel** (*+4,9 M€*) qui contribue à **89% du C.A.** (*hors apports extérieurs à l'Ain*)
 - à un niveau moindre, sur le secteur de **Saint-André-de-Corcy** (*0,5 M€*), sur **certains autres secteurs de l'Ain** (*Villars-les-Dombes...*) et sur le **Rhône**
 - et est **quasiment stable** sur le **secteur de Montluel**.

9. Les faits marquants



Des conséquences sur l'activité du pôle commercial

- L'**emprise de la grande distribution** s'est **accentuée** notamment avec la création en 2013 d'un drive solo aux Echets (48,2% en 2003, 51,4% en 2009, 59,0% en 2017).
- La **part de C.A.** réalisé par les **commerces de moins de 300 m²** a certes **diminué** (46,8% en 2003, 43,4% en 2009, 36,5% en 2017) mais **demeure supérieure à celle constatée dans l'Ain** (28,7% en 2003, 25,6% en 2009, 23,3% en 2016)
- Une **répartition de l'activité commerciale sur le territoire de Miribel modifiée** :
 - **baisse** de la **part de C.A.** réalisé par
 - les **commerces sédentaires et non sédentaires** du **centre-ville de Miribel** (34,8% en 2017, 44,6% en 2009),
 - et les **magasins** situés dans la **rue du Figuier et route de Genève** (45,6% en 2017, 50,5% en 2009)
 - **hausse** de la **part de C.A.** généré par les commerces sédentaires et non sédentaires situés au Mas Rillier et aux Echets (19,1% en 2017, 3,8% en 2009)

L'Observatoire du Commerce :

- un OUTIL au service des entreprises
- un OUTIL au service des territoires
- un OUTIL au service de l'aménagement



Comprendre les comportements d'achats
des ménages de l'Ain avec l'Observatoire du Commerce

www.ain.cci.fr