

FICHE D'IDENTITÉ COMMERCIALE DES TERRITOIRES



Les Villes Relais

Inscrites au Schéma d'Aménagement Régionale

SIDCOM: Système d'Informations Décisionnelles pour le Commerce

Décembre 2016





Depuis 2014 la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Réunion a initié la mise en place d'un outil dédié à la connaissance des dynamiques territoriales en matière commerciale: SIDCOM (Système d'Informations Décisionnelles pour le COMmerce), plusieurs données concourent aux fonctionnement de cet outil dont:

Les données concernant l'offre commerciale sont issus de notre base commerce géolocalisée déclinée en 15 catégories.

Les données concernant les flux commerciaux (dépense commercialisable, destination des dépenses, évocation commerciale..) sont issues d'une enquête de 2015 totalisant 43 000 actes d'achat concernant 33 familles de produits de consommation.

Les travaux présentés ici sont issus des applications de l'outil SIDCOM et se formalise par une contribution à la connaissance commerciale des villes relais définies par le Schéma d'Aménagement Régional au travers de fiches synthétiques.

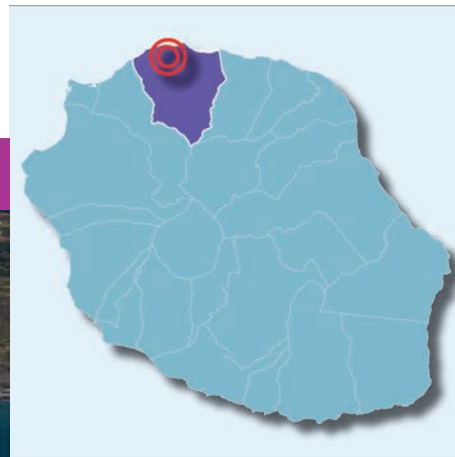
LA MONTAGNE

IDENTITÉ COMMERCIALE

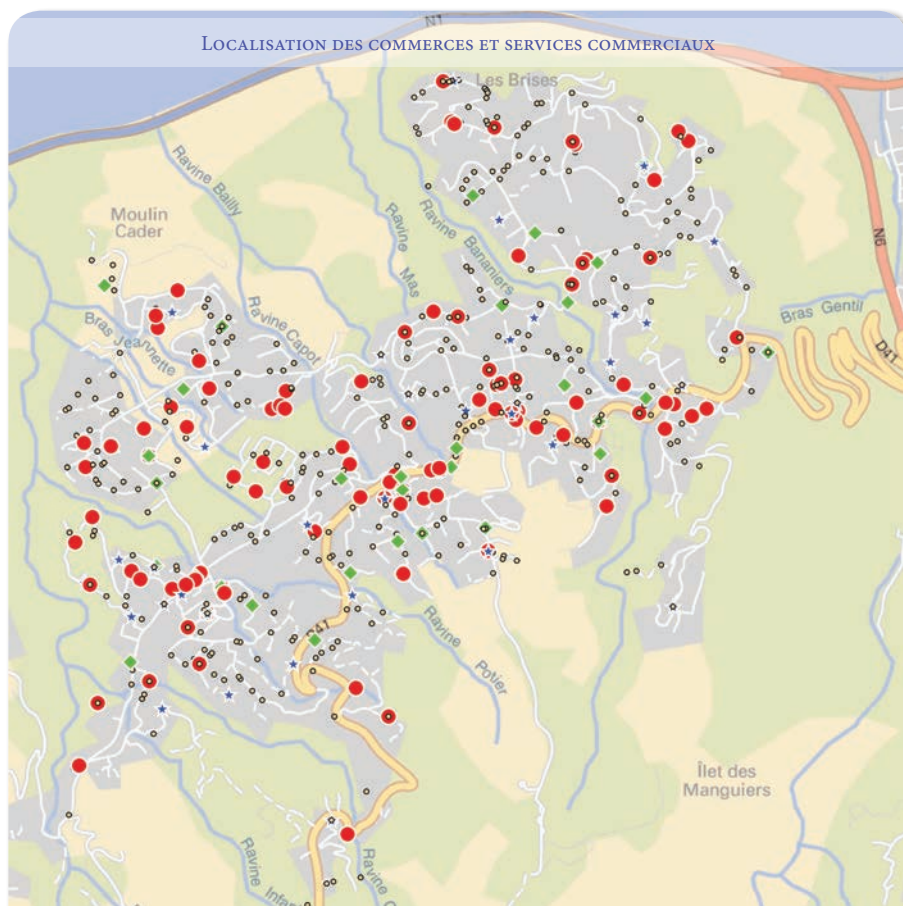
Commune : **Saint-Denis**

Population : **9192**

Nombre d'établissements commerciaux : **88**



Commerces et services commerciaux sur le territoire



Légende

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

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

Située au nord-ouest de la commune de Saint-Denis, le village de La Montagne culmine à 450m d'altitude au niveau de son centre. Elle est accessible par une route en lacet venant de Saint-Denis et une route relativement longue et de montagne venant de La Possession. Les

commerces et services commerciaux présents sont dit de proximité. La densité commerciale est relativement faible avec 9,4 unités/ 1 000 habitants (Réunion 17,7). Néanmoins il existe un grand commerce alimentaire de taille moyenne, 1600 m².

Secteur d'activité	Nombre	Part	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	9	10%	1
Boulangerie - Boucherie	7	8%	0,8
Commerce automobile	5	6%	0,5
Commerce de détail divers	10	11%	1,1
Equipement de la maison	11	13%	1,2
Equipement de la personne	3	3%	0,3
Hygiène-Santé-Beauté	3	3%	0,3
Station services	2	2%	0,2

Commerce de détail	50	57%	5,2
---------------------------	-----------	------------	------------

Café- hébergement	3	3%	0,3
Restaurants	14	16%	1,5

Café hôtel restaurants	17	19%	1,8
-------------------------------	-----------	------------	------------

Activité immobilière	3	3%	0,3
Assurances	0	0%	0
Banques	2	2%	0,2
Location	2	2%	0,2
Services divers	12	14%	1,3

Service	21	24%	2,3
----------------	-----------	------------	------------

Ensemble	88	100%	9,4
-----------------	-----------	-------------	------------

Dont le Grand Commerce	Nombre	Surface	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			

Hypermarché	ND	ND	ND
Supermarché	1	1600	174

Grande Surface Alimentaire	1	1600	174
-----------------------------------	----------	-------------	------------

Bricolage-jardinerie-animalerie	ND	ND	ND
Culture & loisirs	ND	ND	ND
Divers commerces de détail	ND	ND	ND
Electroménager	ND	ND	ND
Equipement de la maison	ND	ND	ND
Equipement de la personne	ND	ND	ND
Meubles	ND	ND	ND
Sport	ND	ND	ND

Grande Surface Spécialisée	ND	ND	ND
-----------------------------------	-----------	-----------	-----------

Ensemble Grande Surface	1	1600	174
--------------------------------	----------	-------------	------------

L'évaluation du plancher commercial

RÉPARTITION DU PLANCHER COMMERCIAL DU PETIT COMMERCE PAR GRANDS SECTEURS

Secteur d'activité	Surface	% dans la commune
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	877 m ²	4,2 %
Boulangerie - Boucherie	577 m ²	4,1 %
Commerce de détail divers	972 m ²	3 %
Équipement de la maison	1318 m ²	4 %
Équipement de la personne	258 m ²	0,9 %
Hygiène - Santé - Beauté	233 m ²	1,3 %
Ensemble des surfaces	4235 m²	2,9 %

Même s'il existe une certaine concentration de commerces au niveau de la départementale 41 (40%), les commerces sont implantés de manière diffuse à l'intérieur des quartiers de la ville relais (les brisants, La Vigie, Moulin Kader). Les surfaces commerciales ainsi disséminées

sur l'ensemble des quartiers, représentent 2,6% des surfaces de la commune alors que la population de La Montagne représente 1% de la population communale.

Performance économique

La Montagne c'est 72 millions d'euros de dépense commercialisable. La dépense par personne et par an est la deuxième plus élevée de l'île avec 7 843 euros. Les évasions sont très fortes dans toutes les familles de produits, du probablement au manque d'offre sur place et aux achats effectués lors du trajet pendulaire domicile-travail. L'appareil commercial présent génère un chiffre d'affaire de 18 millions d'euros qui provient exclusivement de la clientèle du village. Il convient de déterminer quelle est la part d'évasion entre trajet pendulaire, manque d'offre et inadéquation des produits proposés afin de pouvoir trouver les meilleures pistes pour fixer la dépense des résidents dans la zone, voir, si c'est nécessaire.

Sources:

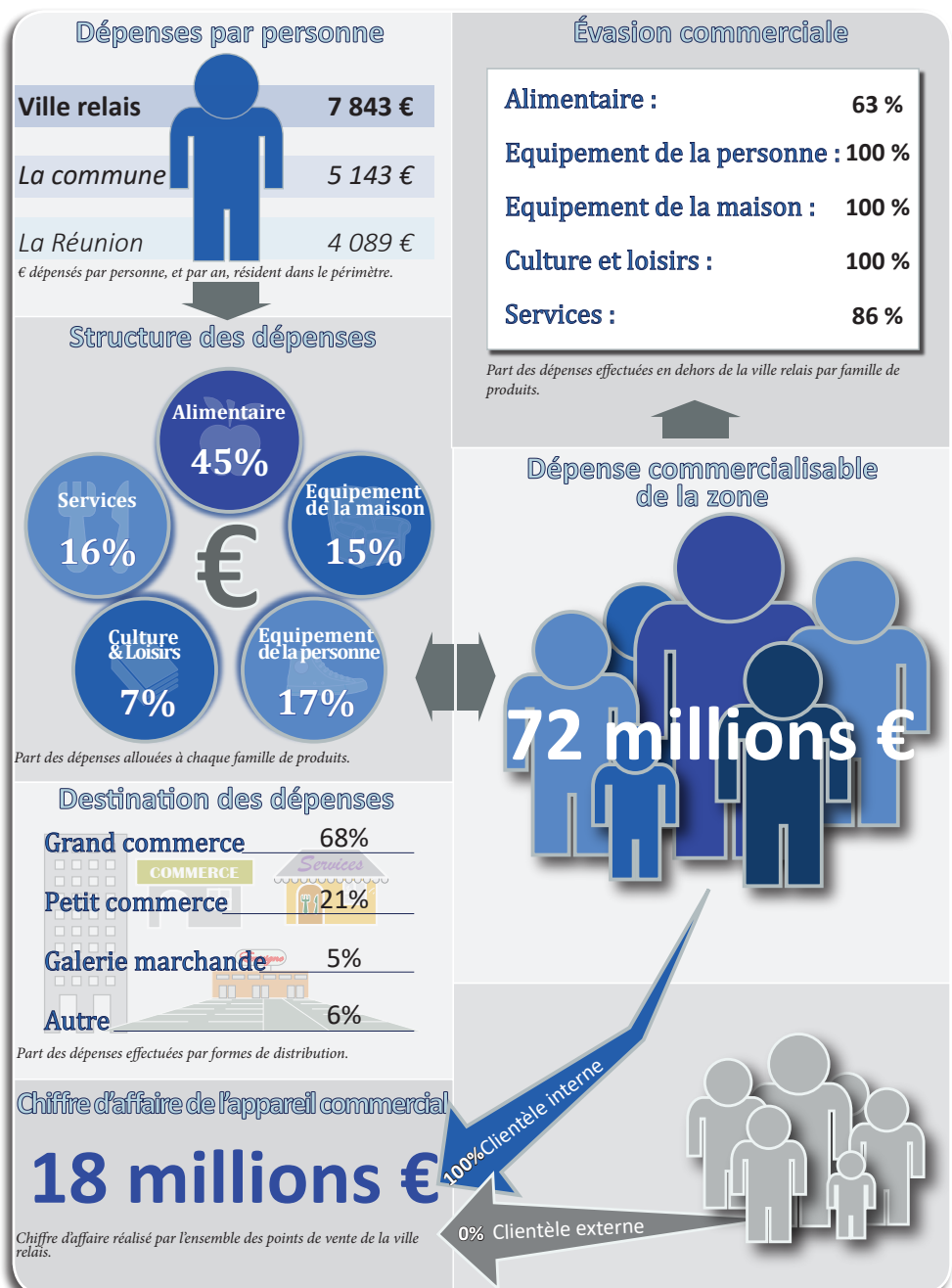
- Données population: INSEE 2013
- Données établissements : CCI Réunion 2016 Fichier Consulaire
- Données surfaces: Estimation CCIRéunion - relevé terrain des surfaces commerciales entre 2002 et 2016
- Données comportements d'achat : CCIRéunion 2015 enquêtes (43 000 actes d'achat)

Quelques définitions:

-Dépense commercialisable: C'est le potentiel des dépenses pouvant être réalisées dans les différents circuits de distribution. Elles sont liées à l'importance de la population de chaque zone et à la richesse des zones (appréhendée selon les indices de disparité de la consommation en France) (données nationales). Elles sont dépensées dans la zone et en-dehors.

-Chiffre d'affaires estimé d'une zone : Il correspond aux dépenses effectuées dans cette zone, tant par les résidents de cette zone (chiffre d'affaires d'origine interne) que par les résidents des autres zones (chiffre d'affaires d'origine externe).

Réalisation : CCI Réunion - Pôle Urbanisme et Aménagement Commercial



LA PLAINE BOIS DE NÈFLES

IDENTITÉ COMMERCIALE

Commune : **Saint-Paul**

Population : **9192**

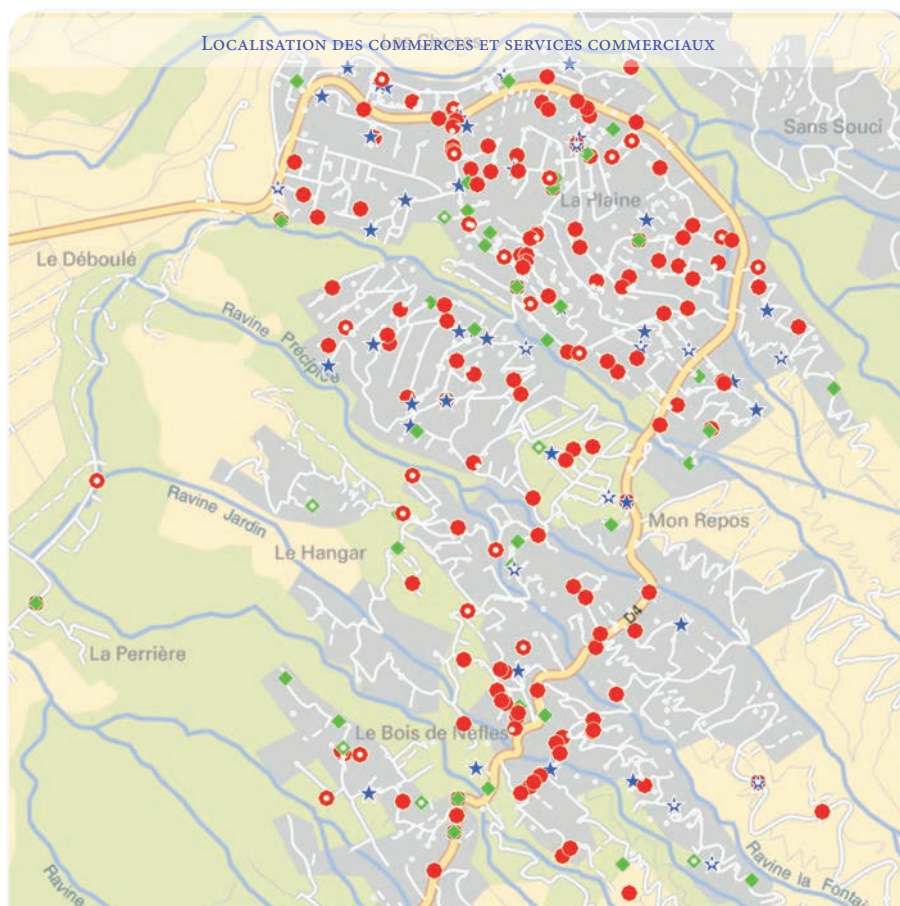
Nombre d'établissements commerciaux : **88**

BOIS DE NÈFLES

Ville de **ST PAUL**



Commerces et services commerciaux sur le territoire



Légende

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

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

La ville relais identifiée «La Plaine - Bois de Nèfles Saint-Paul», est constituée de plusieurs quartiers situés entre 150 et 300 m d'altitude, d'environ 15 000 habitants. Les 136 commerces et services commerciaux sont, en règle générale, implantés de manière lâche sur la zone,

néanmoins une petite centralité se dessine au niveau du «centre» de La Plaine non loin de la mairie annexe. Il existe un supermarché de 1 000 m² de surface de vente. La densité y est faible, mais toutes les catégories commerciales sont représentées.

Secteur d'activité	Nombre	Part	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	22	16%	1,4
Boulangerie - Boucherie	9	6%	0,6
Commerce automobile	10	7%	0,7
Commerce de détail divers	12	9%	0,8
Equipement de la maison	14	10%	0,9
Equipement de la personne	6	4%	0,4
Hygiène-Santé-Beauté	7	5%	0,5
Station services	4	3%	0,3

Commerce de détail 84 60% 5,5

Café- hébergement	2	1%	0,1
Restaurants	29	21%	1,9

Café hôtel restaurants 31 22% 2

Activité immobilière	3	3%	0,3
Assurances	0	0%	0
Banques	2	2%	0,2
Location	2	2%	0,2
Services divers	12	14%	1,3

Service 25 18% 1,6

Ensemble 88 100% 9,4

Dont le Grand Commerce Nombre Surface Densité

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

Hypermarché	ND	ND	ND
Supermarché	1	1600	174

Grande Surface Alimentaire 1 1000 146

Bricolage-jardinerie-animalerie	ND	ND	ND
Culture & loisirs	ND	ND	ND
Divers commerces de détail	ND	ND	ND
Electroménager	ND	ND	ND
Equipement de la maison	ND	ND	ND
Equipement de la personne	ND	ND	ND
Meubles	ND	ND	ND
Sport	ND	ND	ND

Grande Surface Spécialisée ND ND ND

Ensemble Grande Surface 1 1600 174

L'évaluation du plancher commercial

RÉPARTITION DU PLANCHER COMMERCIAL DU PETIT COMMERCE PAR GRANDS SECTEURS

Secteur d'activité	Surface	% dans la commune
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	1170 m ²	5,7 %
Boulangerie - Boucherie	742 m ²	8,2 %
Commerce de détail divers	680 m ²	3 %
Équipement de la maison	359 m ²	1,8 %
Équipement de la personne	344 m ²	1,9 %
Hygiène - Santé - Beauté	311 m ²	2,9 %
Ensemble des surfaces	3606 m²	3,6 %

Les commerces et services présents sur La Plaine-Bois de Nèfles sont généralement de proximité, et le supermarché existant de taille modérée. Cet ensemble de quartiers pèse peu, en terme commercial sur le territoire communal, qui abrite une zone commerciale d'envergure régionale, ainsi que

l'un des plus important centre-ville de l'île. Néanmoins l'enjeu d'aménagement commerciale y est forte sur la ville relais, de part sa situation géographique, ainsi que sa poussée démographique et urbaine.

Performance économique

La dépense commerciale par personne et par an est estimée à 4 395 euros, ce qui, ramené à l'ensemble de la population de la ville relais représente environ un potentiel de 67 millions d'euros. Au vu de la proximité géographique de La Plaine-Bois de Nèfles avec la zone commerciale Savanna et du Centre-ville, on constate une évasion très forte dans toutes les catégories commerciales, et ce, même dans l'alimentaire et la présence du supermarché. L'évasion est cependant limitée dans les services, 40%, malgré l'absence d'assurance et de banque. L'offre commerciale est incomplète en termes de gammes sur la zone, et on peut se poser la question du dimensionnement du supermarché afin de fixer au mieux la dépense locale, car sa fréquentation est au rendez-vous.

Sources:

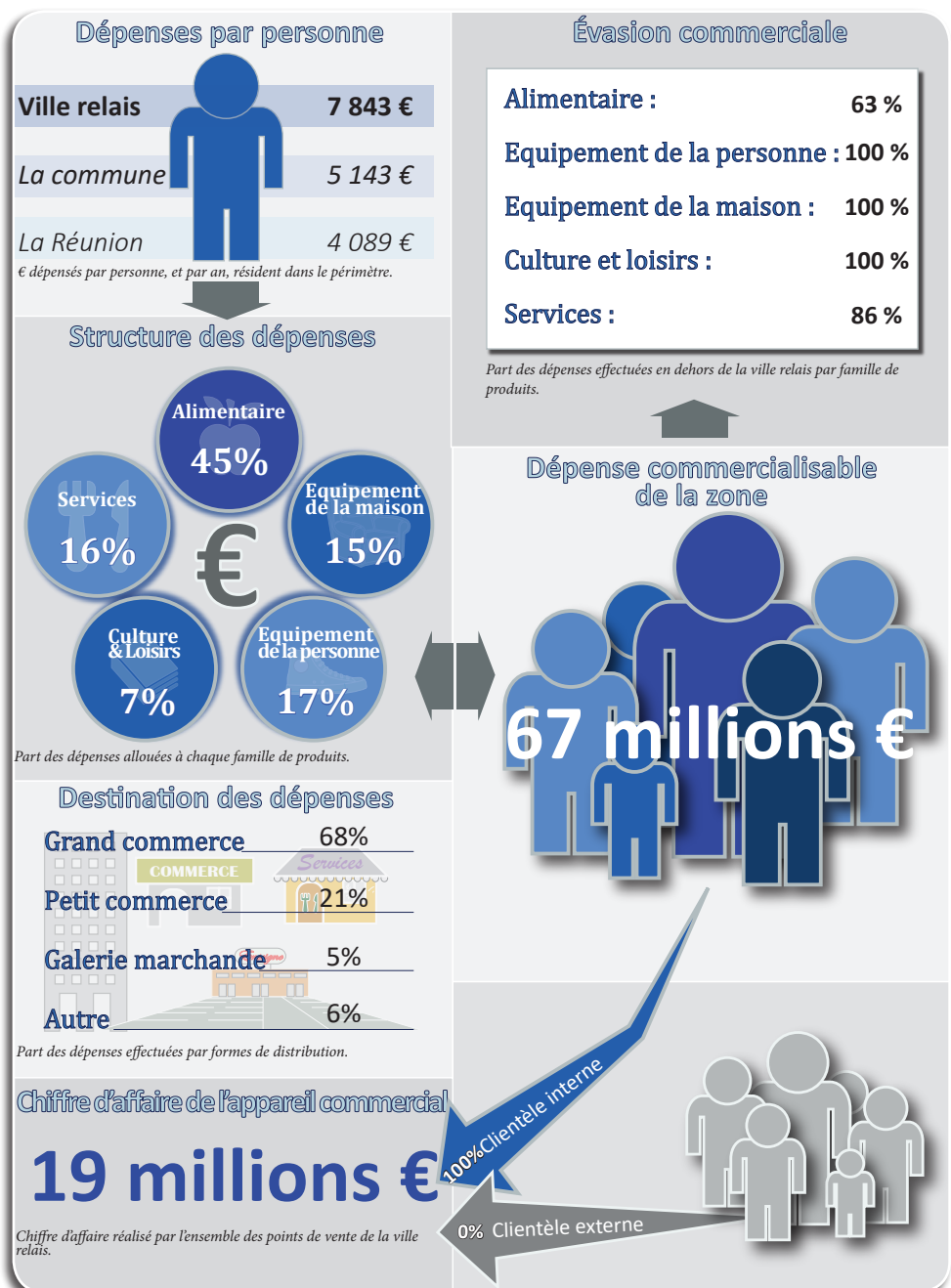
- Données population: INSEE 2013
- Données établissements : CCI Réunion 2016 Fichier Consulaire
- Données surfaces: Estimation CCIRéunion - relevé terrain des surfaces commerciales entre 2002 et 2016
- Données comportements d'achat : CCIRéunion 2015 enquêtes (43 000 actes d'achat)

Quelques définitions:

-Dépense commercialisable: C'est le potentiel des dépenses pouvant être réalisées dans les différents circuits de distribution. Elles sont liées à l'importance de la population de chaque zone et à la richesse des zones (appréhendée selon les indices de disparité de la consommation en France) (données nationales). Elles sont dépensées dans la zone et en-dehors.

-Chiffre d'affaires estimé d'une zone : Il correspond aux dépenses effectuées dans cette zone, tant par les résidents de cette zone (chiffre d'affaires d'origine interne) que par les résidents des autres zones (chiffre d'affaires d'origine externe).

Réalisation : CCI Réunion - Pôle Urbanisme et Aménagement Commercial



LE GUILLAUME

IDENTITÉ COMMERCIALE

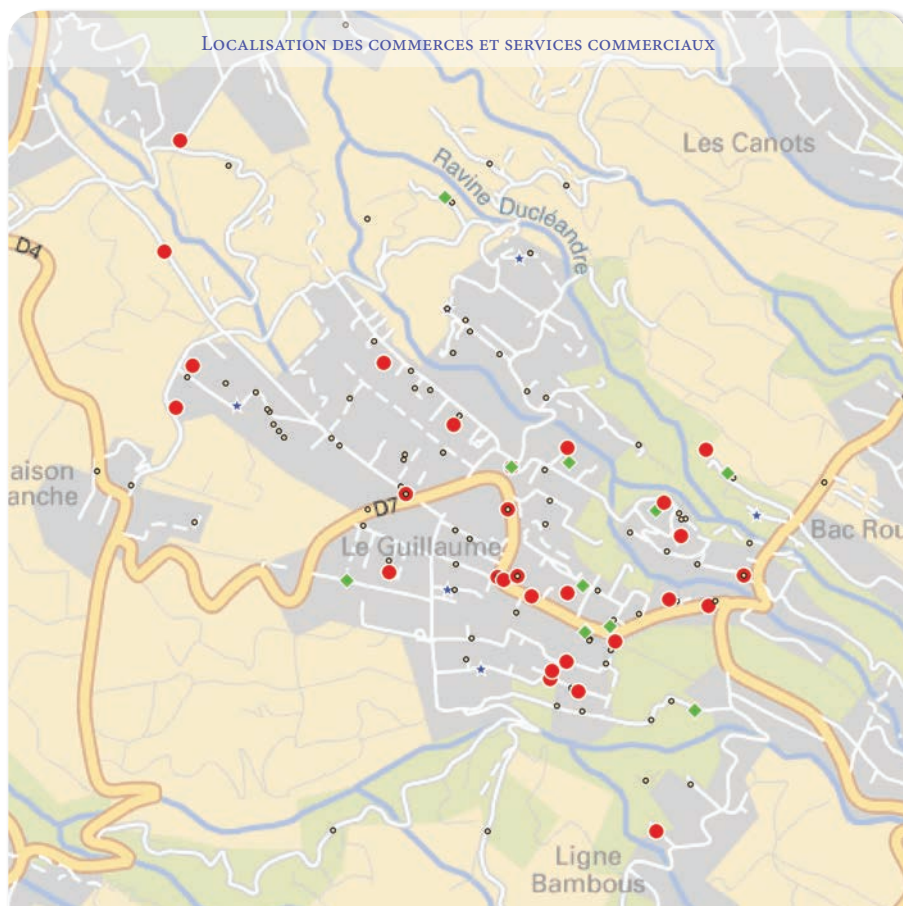
Commune : **Saint-Paul**

Population : **9192**

Nombre d'établissements commerciaux : **88**



Commerces et services commerciaux sur le territoire



Légende

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

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

Le village du Guillaume est situé sur la commune de Saint Paul à environ 600 m d'altitude, à 10 minute en voiture de la bretelle de sortie de la route des tamarins. Les commerces et services existants sont de proximité. Il existe un supermarché de taille modeste à proximité (

Bernica) de 730 m². Le quartier abrite 21 commerces soit une faible densité de 5,4 unités/ 1 000 habitants (Réunion 17,7).

Secteur d'activité	Nombre	Part	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	3	12%	0,2
Boulangerie - Boucherie	3	12%	0,8
Commerce automobile	3	12%	0,8
Commerce de détail divers	1	4%	0,3
Equipement de la maison	1	4%	0,3
Equipement de la personne	0	0%	0
Hygiène-Santé-Beauté	2	8%	0,5
Station services	1	4%	0,3

Commerce de détail	14	54%	2,4
---------------------------	-----------	------------	------------

Café- hébergement	1	4%	0,3
Restaurants	8	31%	2,2

Café hôtel restaurants	9	35%	2,4
-------------------------------	----------	------------	------------

Activité immobilière	3	3%	0,3
Assurances	0	0%	0
Banques	2	2%	0,2
Location	2	2%	0,2
Services divers	12	14%	1,3

Service	3	12%	0,8
----------------	----------	------------	------------

Ensemble	88	100%	9,4
-----------------	-----------	-------------	------------

Dont le Grand Commerce	Nombre	Surface	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			

Hypermarché	ND	ND	ND
Supermarché	1	1600	174

Grande Surface Alimentaire	1	730	198
-----------------------------------	----------	------------	------------

Bricolage-jardinerie-animalerie	ND	ND	ND
Culture & loisirs	ND	ND	ND
Divers commerces de détail	ND	ND	ND
Electroménager	ND	ND	ND
Equipement de la maison	ND	ND	ND
Equipement de la personne	ND	ND	ND
Meubles	ND	ND	ND
Sport	ND	ND	ND

Grande Surface Spécialisée	ND	ND	ND
-----------------------------------	-----------	-----------	-----------

Ensemble Grande Surface	1	1600	174
--------------------------------	----------	-------------	------------

L'évaluation du plancher commercial

RÉPARTITION DU PLANCHER COMMERCIAL DU PETIT COMMERCE PAR GRANDS SECTEURS

Secteur d'activité	Surface	% dans la commune
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	292 m ²	1,4 %
Boulangerie - Boucherie	165 m ²	1,8 %
Commerce de détail divers	97 m ²	0,4 %
Equipement de la maison	120 m ²	0,6 %
Equipement de la personne	0 m ²	0 %
Hygiène - Santé - Beauté	156 m ²	1,4 %
Ensemble des surfaces	830 m²	0,8 %

Les commerces et services commerciaux sont assez dispersés sur le territoire, mais on constate tout de même quelques poches de commerces et services le long de la Départementale 7 qui traverse le village.

Performance économique

La dépense commercialisable de l'ensemble des habitants Guillaume pour les produits de consommation courante s'élève à 16 millions d'euros soit 4 395 euros par personne et par an, ce qui la place dans la moyenne réunionnaise. 45 % de cette dépense est dirigée vers l'alimentaire. Les évasions sont très forte dans toutes les familles de produits (+97%). On contraste que les habitants du Guillaume achètent à 64% dans le grand commerce, ce qui un peu en dessous de la moyenne des réunionnais. (66%), certainement du aux achats de produits d'appoint (légumes, pain, etc.) et à l'éloignement relatif des grandes surfaces.

Sources:

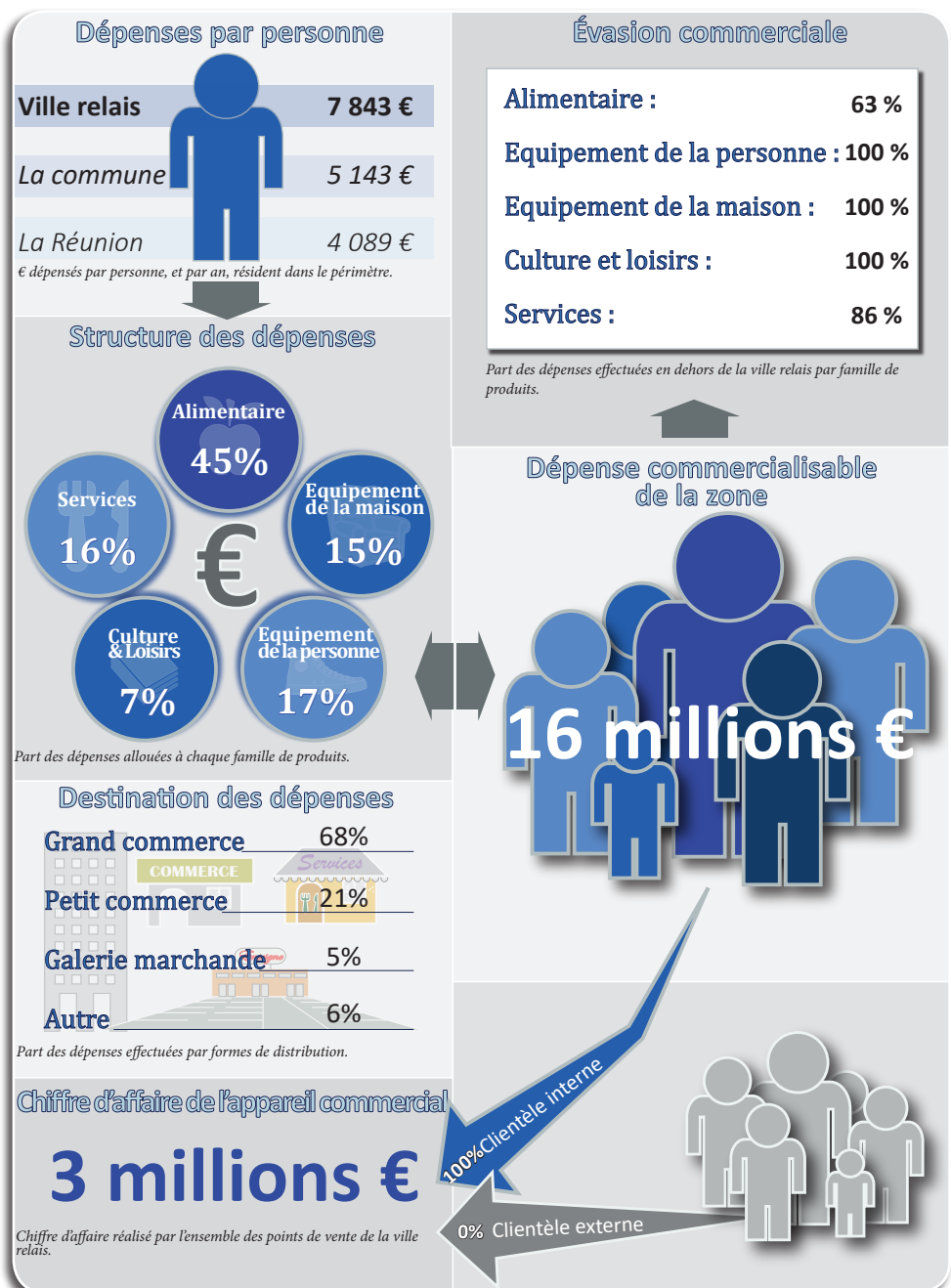
- Données population: INSEE 2013
- Données établissements : CCI Réunion 2016 Fichier Consulaire
- Données surfaces: Estimation CCIRéunion - relevé terrain des surfaces commerciales entre 2002 et 2016
- Données comportements d'achat : CCIRéunion 2015 enquêtes (43 000 actes d'achat)

Quelques définitions:

-Dépense commercialisable: C'est le potentiel des dépenses pouvant être réalisées dans les différents circuits de distribution. Elles sont liées à l'importance de la population de chaque zone et à la richesse des zones (appréhendée selon les indices de disparité de la consommation en France) (données nationales). Elles sont dépensées dans la zone et en-dehors.

-Chiffre d'affaires estimé d'une zone : Il correspond aux dépenses effectuées dans cette zone, tant par les résidents de cette zone (chiffre d'affaires d'origine interne) que par les résidents des autres zones (chiffre d'affaires d'origine externe).

Réalisation : CCI Réunion - Pôle Urbanisme et Aménagement Commercial



IDENTITÉ COMMERCIALE

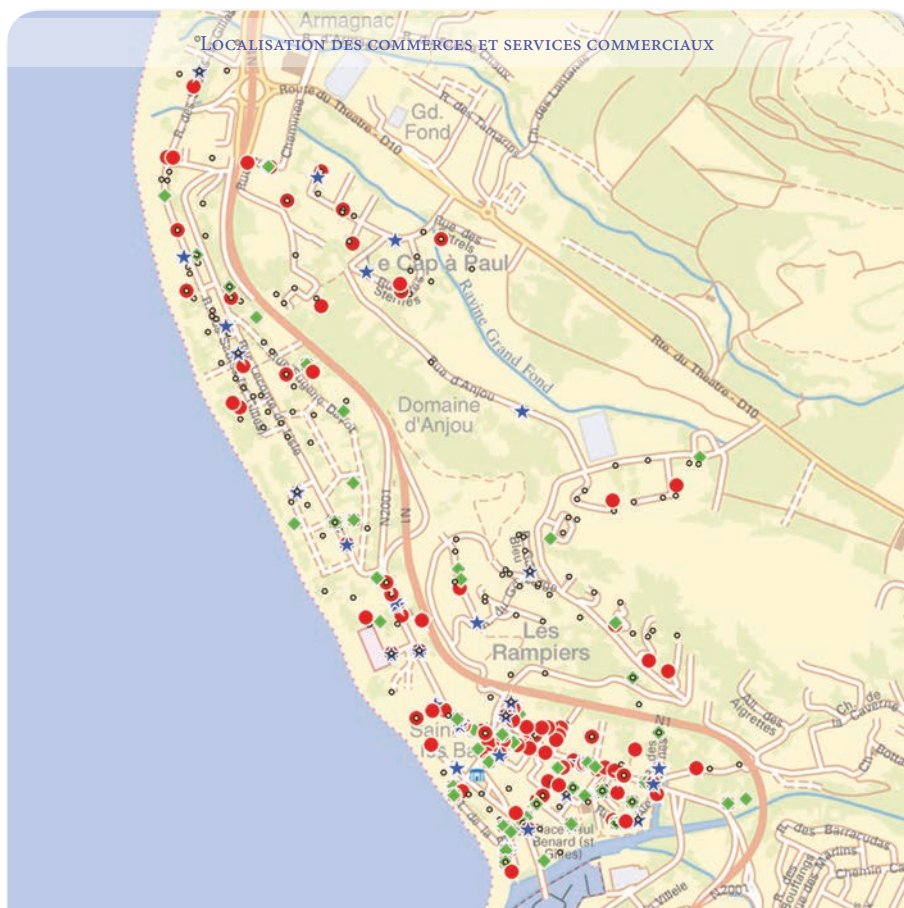
Commune : **Saint-Paul**

Population : **9192**

Nombre d'établissements commerciaux : **88**



Commerces et services commerciaux sur le territoire



Légende

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

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

Saint-Gilles Les Bains est située sur la côte ouest de l'île, la ville côtière est la station la plus fréquentée de l'île, elle abrite des plages et de nombreuses infrastructures touristiques. Elle abrite également un vrai centre-ville (commerces, services, administrations). On y trouve

267 commerces et 2 supermarchés pour un total de 1860 m² et 2 surfaces spécialisées de 3495 m² total. La densité commerciale y est forte avec 94,4u/1 000 habitants (Réunion 17,7 unités / 1000 habitants).

Secteur d'activité	Nombre	Part	Densité
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	10	4%	3,5
Boulangerie - Boucherie	6	2%	2,1
Commerce automobile	4	1%	1,4
Commerce de détail divers	29	11%	10,3
Equipement de la maison	20	7%	7,1
Equipement de la personne	33	12%	11,7
Hygiène-Santé-Beauté	16	6%	5,7
Station services	1	0%	0,4

Commerce de détail	119	44%	41,7
---------------------------	------------	------------	-------------

Café- hébergement	20	7%	7,1
Restaurants	76	28%	26,9

Café hôtel restaurants	96	36%	34
-------------------------------	-----------	------------	-----------

Activité immobilière	3	3%	0,3
Assurances	0	0%	0
Banques	2	2%	0,2
Location	2	2%	0,2
Services divers	12	14%	1,3

Service	53	20%	18,7
----------------	-----------	------------	-------------

Ensemble	88	100%	9,4
-----------------	-----------	-------------	------------

Dont le Grand Commerce	Nombre	Surface	Densité
Hypermarché	ND	ND	ND
Supermarché	1	1600	174
Grande Surface Alimentaire	2	1860	658

Bricolage-jardinerie-animalerie	ND	ND	ND
Culture & loisirs	ND	ND	ND
Divers commerces de détail	ND	ND	ND
Electroménager	ND	ND	ND
Equipement de la maison	ND	ND	ND
Equipement de la personne	ND	ND	ND
Meubles	ND	ND	ND
Sport	ND	ND	ND

Grande Surface Spécialisée	ND	ND	ND
Ensemble Grande Surface	1	1600	174

L'évaluation du plancher commercial

RÉPARTITION DU PLANCHER COMMERCIAL DU PETIT COMMERCE PAR GRANDS SECTEURS

Secteur d'activité	Surface	% dans la commune
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	975 m ²	4,8 %
Boulangerie - Boucherie	495 m ²	5,5 %
Commerce de détail divers	2819 m ²	12,6 %
Équipement de la maison	2396 m ²	11,9 %
Équipement de la personne	2836 m ²	15,6 %
Hygiène - Santé - Beauté	1245 m ²	11,4 %
Ensemble des surfaces	10766 m²	10,7 %

Il existe une concentration de commerces et services commerciaux au niveau du centre de Saint-Gilles les Bains, cette concentration est la plus forte le long de la rue du Général De Gaulle. Le secteur totalise 10 706 m² de surface commerciale soit 10,7% des surfaces de petits commerces de la commune de

Saint-Paul alors que la population de Saint-Gilles Les Bains c'est un peu plus de 2% de celle de la commune.

Performance économique

Ses caractères de centralité et de zone balnéaire sont mis en exergue grâce à l'observation des dépenses commerciales. En effet, la dépense commercialisable des saint-gillois représente 25 millions d'euros, soit une dépense par personne et par an de 8 757 euros, c'est la plus élevée constatée sur l'île (Réunion 4 089€) tandis que le chiffre d'affaire de l'appareil commercial saint-gillois est de 66 millions d'euros dont 53% provient des consommateurs extérieurs au territoire. On constate néanmoins une éviation très forte dans toutes les catégories de produits, hormis dans l'alimentaire où celle-ci est limitée à 49%. Et ce, malgré la présence d'une offre complète.

Sources:

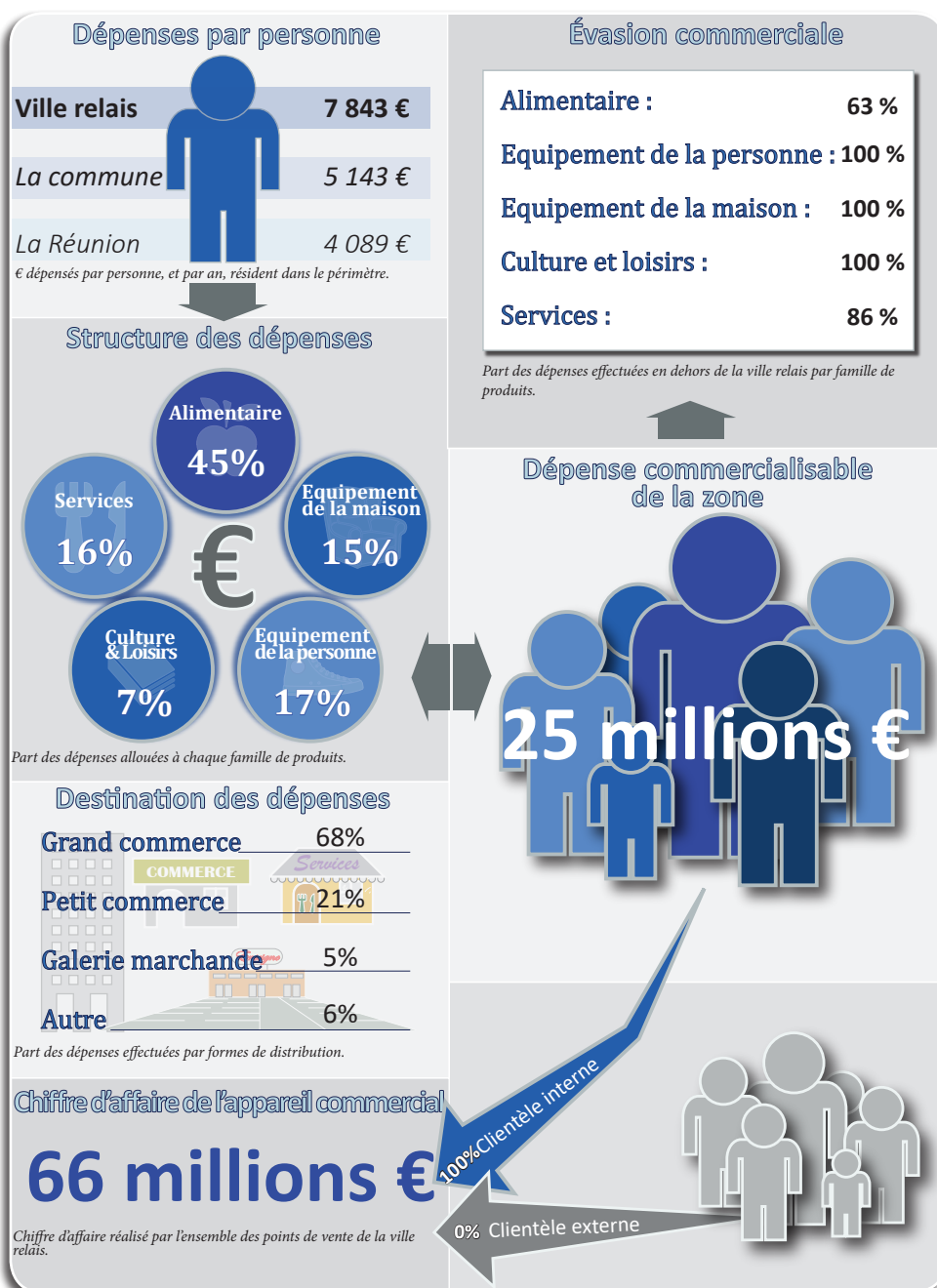
- Données population: INSEE 2013
- Données établissements : CCI Réunion 2016 Fichier Consulaire
- Données surfaces: Estimation CCIRéunion - relevé terrain des surfaces commerciales entre 2002 et 2016
- Données comportements d'achat : CCIRéunion 2015 enquêtes (43 000 actes d'achat)

Quelques définitions:

-Dépense commercialisable: C'est le potentiel des dépenses pouvant être réalisées dans les différents circuits de distribution. Elles sont liées à l'importance de la population de chaque zone et à la richesse des zones (appréhendée selon les indices de disparité de la consommation en France) (données nationales). Elles sont dépensées dans la zone et en-dehors.

-Chiffre d'affaires estimé d'une zone : Il correspond aux dépenses effectuées dans cette zone, tant par les résidents de cette zone (chiffre d'affaires d'origine interne) que par les résidents des autres zones (chiffre d'affaires d'origine externe).

Réalisation : CCI Réunion - Pôle Urbanisme et Aménagement Commercial



LA SALINE

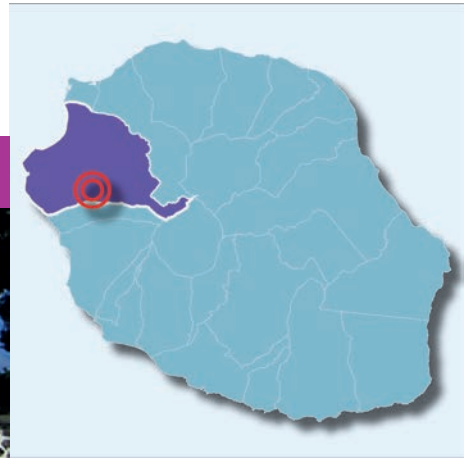
IDENTITÉ COMMERCIALE



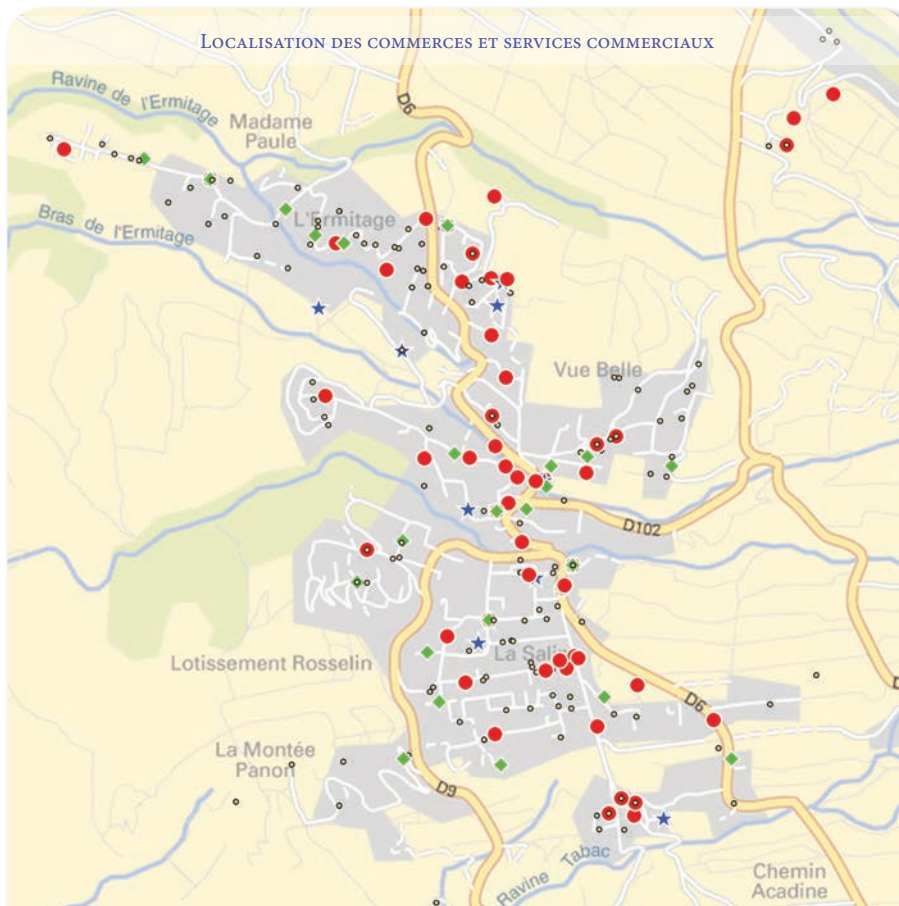
Commune : **Saint-Paul**

Population : **9192**

Nombre d'établissements commerciaux : **88**



Commerces et services commerciaux sur le territoire



Légende

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

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

La Saline est un village de mi-pente situé dans la partie sud de la commune de Saint-Paul, elle est accessible en 10 minutes de la route des tamarins. Les activités commerciales sont implantées de manière diffuse sur le territoire, le nombre de commerces et services commerciaux par

habitant y est faible (7,6 unités / 1000 habitants), Néanmoins ils existent tout de même 3 supermarchés et une grande surface de bricolage de petite taille.

Secteur d'activité	Nombre	Part	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	11	20%	1,5
Boulangerie - Boucherie	6	11%	0,8
Commerce automobile	5	9%	0,7
Commerce de détail divers	4	7%	0,6
Equipement de la maison	3	5%	0,4
Equipement de la personne	0	0%	0
Hygiène-Santé-Beauté	4	7%	0,6
Station services	1	2%	0,1

Commerce de détail	34	61%	4,6
---------------------------	-----------	------------	------------

Café- hébergement	5	9%	0,7
Restaurants	8	14%	1,1

Café hôtel restaurants	13	23%	1,8
-------------------------------	-----------	------------	------------

Activité immobilière	3	3%	0,3
Assurances	0	0%	0
Banques	2	2%	0,2
Location	2	2%	0,2
Services divers	12	14%	1,3

Service	9	16%	1,2
----------------	----------	------------	------------

Ensemble	88	100%	9,4
-----------------	-----------	-------------	------------

Dont le Grand Commerce	Nombre	Surface	Densité
-------------------------------	--------	---------	---------

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

Hypermarché	ND	ND	ND
Supermarché	1	1600	174

Grande Surface Alimentaire	3	2180	301
-----------------------------------	----------	-------------	------------

Bricolage-jardinerie-animalerie	ND	ND	ND
Culture & loisirs	ND	ND	ND
Divers commerces de détail	ND	ND	ND
Electroménager	ND	ND	ND
Equipement de la maison	ND	ND	ND
Equipement de la personne	ND	ND	ND
Meubles	ND	ND	ND
Sport	ND	ND	ND

Grande Surface Spécialisée	ND	ND	ND
-----------------------------------	-----------	-----------	-----------

Ensemble Grande Surface	1	1600	174
--------------------------------	----------	-------------	------------



L'évaluation du plancher commercial

RÉPARTITION DU PLANCHER COMMERCIAL DU PETIT COMMERCE PAR GRANDS SECTEURS

Secteur d'activité	Surface	% dans la commune
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	1072 m ²	5,2 %
Boulangerie - Boucherie	495 m ²	5,5 %
Commerce de détail divers	389 m ²	1,7 %
Équipement de la maison	359 m ²	1,8 %
Équipement de la personne	0 m ²	0 %
Hygiène - Santé - Beauté	311 m ²	2,9 %
Ensemble des surfaces	2626 m²	2,6 %

Il n'existe pas de centralité commerciale marquée à la Saline. Les commerces et services commerciaux sont le plus majoritairement disséminés le long de la départementale 6. Le quartier totalise un peu plus de 2000 m² de surface de vente, ce qui représente 2,6% des surfaces de la commune de

Saint-Paul pour une population représentant environ 7% des saint-paulois.

Performance économique

On estime à 26 millions d'euros la dépense commercialisable de la ville relais de La Saline, soit une dépense par personne et par an évaluée à 3 568 euros, ce qui est inférieur à la valeur communale et régionale. On constate une évasion très forte dans toutes familles de produits étudiées, et ce même dans l'alimentaire, alors qu'il existe à proximité 3 grandes surfaces alimentaires de tailles modestes. Le quartier n'étant pas un bassin d'emploi, l'on doit s'interroger si les achats sont effectués lors des trajets pendulaires domicile-travail ou encore sur l'adaptation des produits concernant l'alimentaire. Concernant les autres familles de produits c'est clairement la faiblesse de l'offre qui impacte la consommation.

Sources:

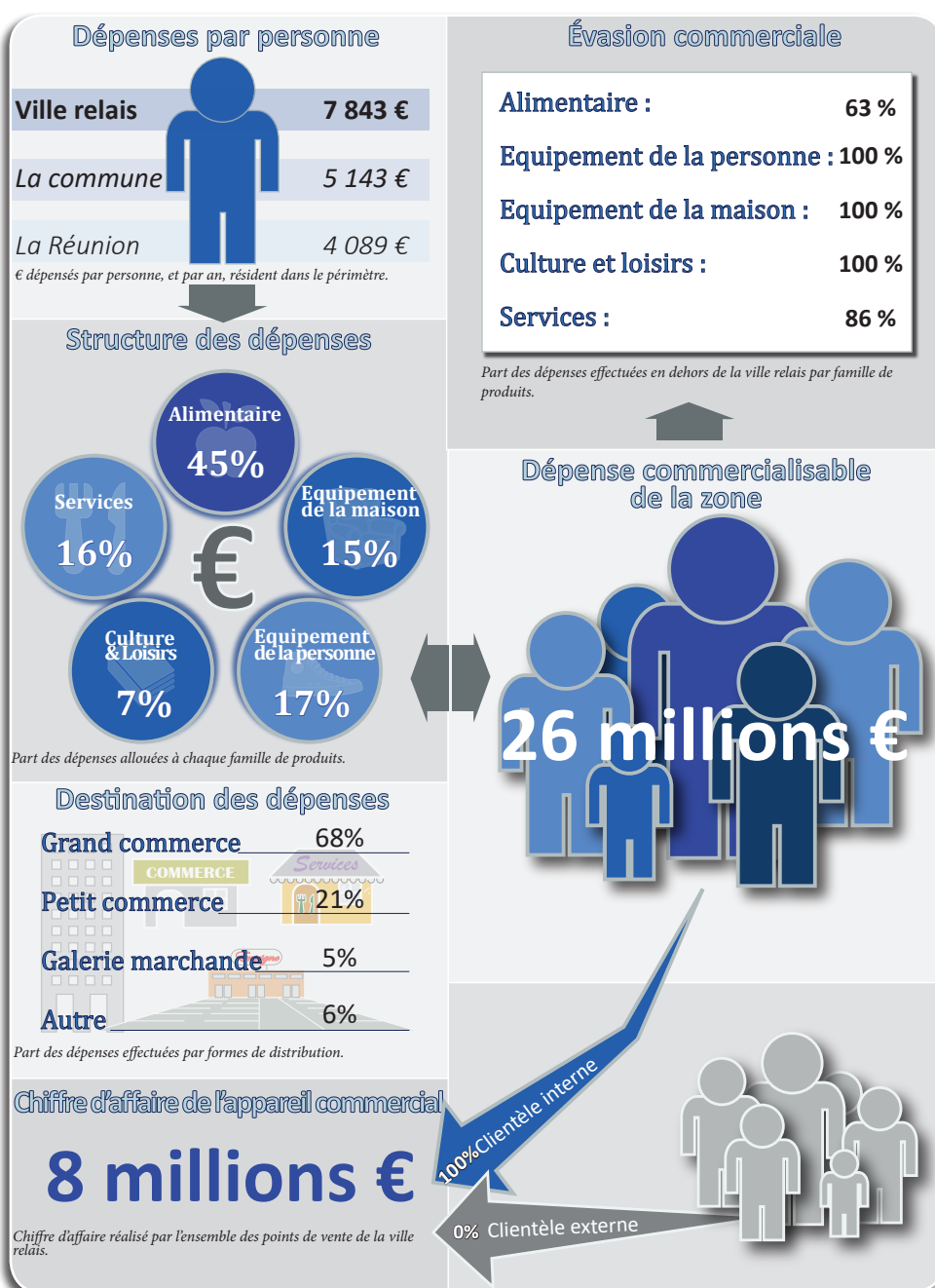
- Données population: INSEE 2013
- Données établissements : CCI Réunion 2016 Fichier Consulaire
- Données surfaces: Estimation CCIRéunion - relevé terrain des surfaces commerciales entre 2002 et 2016
- Données comportements d'achat : CCIRéunion 2015 enquêtes (43 000 actes d'achat)

Quelques définitions:

-Dépense commercialisable: C'est le potentiel des dépenses pouvant être réalisées dans les différents circuits de distribution. Elles sont liées à l'importance de la population de chaque zone et à la richesse des zones (appréhendée selon les indices de disparité de la consommation en France) (données nationales). Elles sont dépensées dans la zone et en-dehors.

-Chiffre d'affaires estimé d'une zone : Il correspond aux dépenses effectuées dans cette zone, tant par les résidents de cette zone (chiffre d'affaires d'origine interne) que par les résidents des autres zones (chiffre d'affaires d'origine externe).

Réalisation : CCI Réunion - Pôle Urbanisme et Aménagement Commercial



TROIS BASSINS (CENTRE-BOURG)

* Périmètre étudié ici correspond au quartier centre-ville est non la commune

IDENTITÉ COMMERCIALE

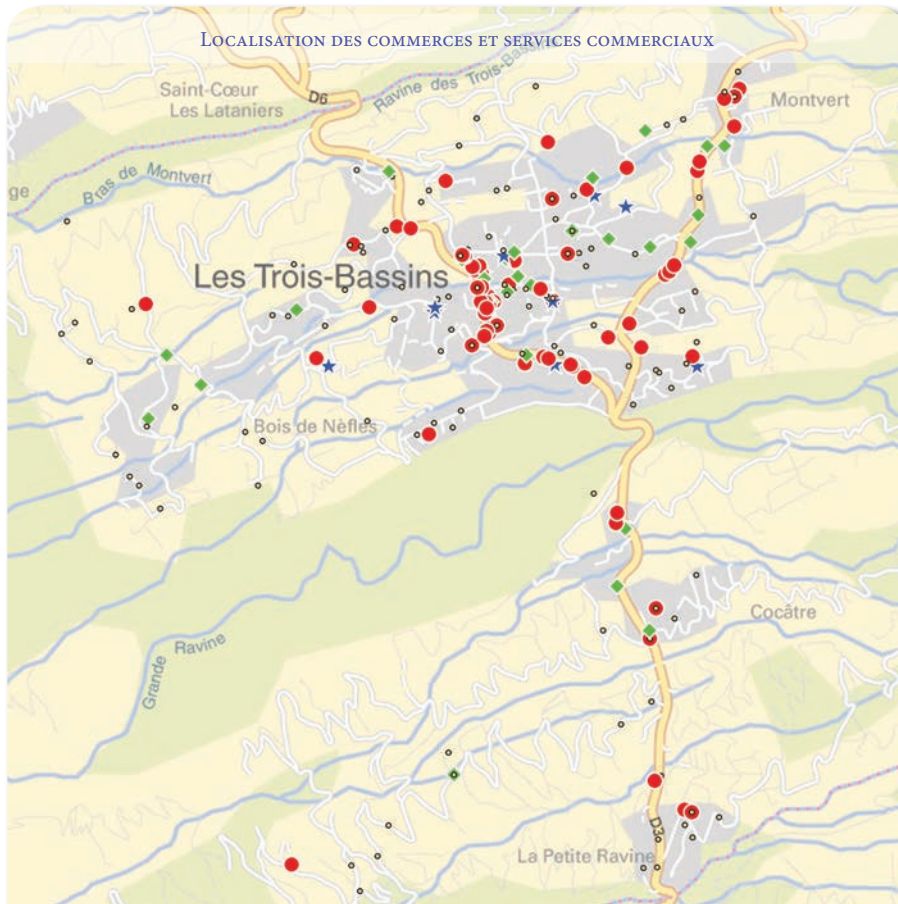
Commune : **Trois Bassins**

Population : **9192**

Nombre d'établissements commerciaux : **88**



Commerces et services commerciaux sur le territoire



Légende

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

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

La commune de Trois Bassins est située dans l'ouest de l'île. On peut y accéder de la route des Tamarins via la départementale 14. Elle est traversée du nord au sud par la départementale 6. Il existe une petite centralité commerciale située à environ 700 m d'altitude entre la mai-

rie et l'église. Les commerces du village sont uniquement de proximité et principalement liés à l'alimentation (Epicierie, boulangerie, restauration...). Les services commerciaux y sont très peu représentés.

Secteur d'activité	Nombre	Part	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	14	23%	2,2
Boulangerie - Boucherie	9	15%	1,4
Commerce automobile	6	10%	0,9
Commerce de détail divers	1	2%	0,2
Equipement de la maison	0	0%	0
Equipement de la personne	2	3%	0,3
Hygiène-Santé-Beauté	4	6%	0,6
Station services	3	5%	0,5

Commerce de détail	39	63%	5,6
---------------------------	-----------	------------	------------

Café- hébergement	3	5%	0,5
Restaurants	12	19%	1,9

Café hôtel restaurants	15	24%	2,3
-------------------------------	-----------	------------	------------

Activité immobilière	3	3%	0,3
Assurances	0	0%	0
Banques	2	2%	0,2
Location	2	2%	0,2
Services divers	12	14%	1,3

Service	8	13%	1,2
----------------	----------	------------	------------

Ensemble	88	100%	9,4
-----------------	-----------	-------------	------------

Dont le Grand Commerce	Nombre	Surface	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			

Hypermarché	ND	ND	ND
Supermarché	1	1600	174

Grande Surface Alimentaire	ND	ND	ND
-----------------------------------	-----------	-----------	-----------

Bricolage-jardinerie-animalerie	ND	ND	ND
Culture & loisirs	ND	ND	ND
Divers commerces de détail	ND	ND	ND
Electroménager	ND	ND	ND
Equipement de la maison	ND	ND	ND
Equipement de la personne	ND	ND	ND
Meubles	ND	ND	ND
Sport	ND	ND	ND

Grande Surface Spécialisée	ND	ND	ND
-----------------------------------	-----------	-----------	-----------

Ensemble Grande Surface	1	1600	174
--------------------------------	----------	-------------	------------

L'évaluation du plancher commercial

RÉPARTITION DU PLANCHER COMMERCIAL DU PETIT COMMERCE PAR GRANDS SECTEURS

Secteur d'activité	Surface	% dans la commune
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	1365 m ²	82,4 %
Boulangerie - Boucherie	742 m ²	81,8 %
Commerce de détail divers	97 m ²	50 %
Equipement de la maison	0 m ²	#DIV/0! %
Equipement de la personne	172 m ²	66,7 %
Hygiène - Santé - Beauté	311 m ²	79,9 %
Ensemble des surfaces	2687 m²	78,9 %

Formis la petite centralité commerciale existante au cœur du village, il n'en existe aucune autre au sein de la commune de Trois Bassins, le reste des commerces et services commerciaux est implanté de manière diffuse sur le territoire.

Performance économique

La dépense commercialisable des habitants de Trois Bassins est estimé à 21 millions d'euros, ce qui correspond à 3229 euros de dépense par personne et par an concernant les produits de consommation courante alors que le chiffre régional est de 4089 euros. L'appareil commercial présent sur le territoire communal ne capte que 2 millions d'euros de ce potentiel de dépense. En effet les évasions commerciales constatées sont très fortes dans toutes les familles de produits étudiés (de 85 % pour les services à 100% pour les Culture et loisirs). Le manque d'offre commerciale semble la piste la plus probable concernant cette évasion extrême. Néanmoins il s'agira de se pencher sur le type de structure commerciale et leur dimensionnement qui pourraient être implanter.

Sources:

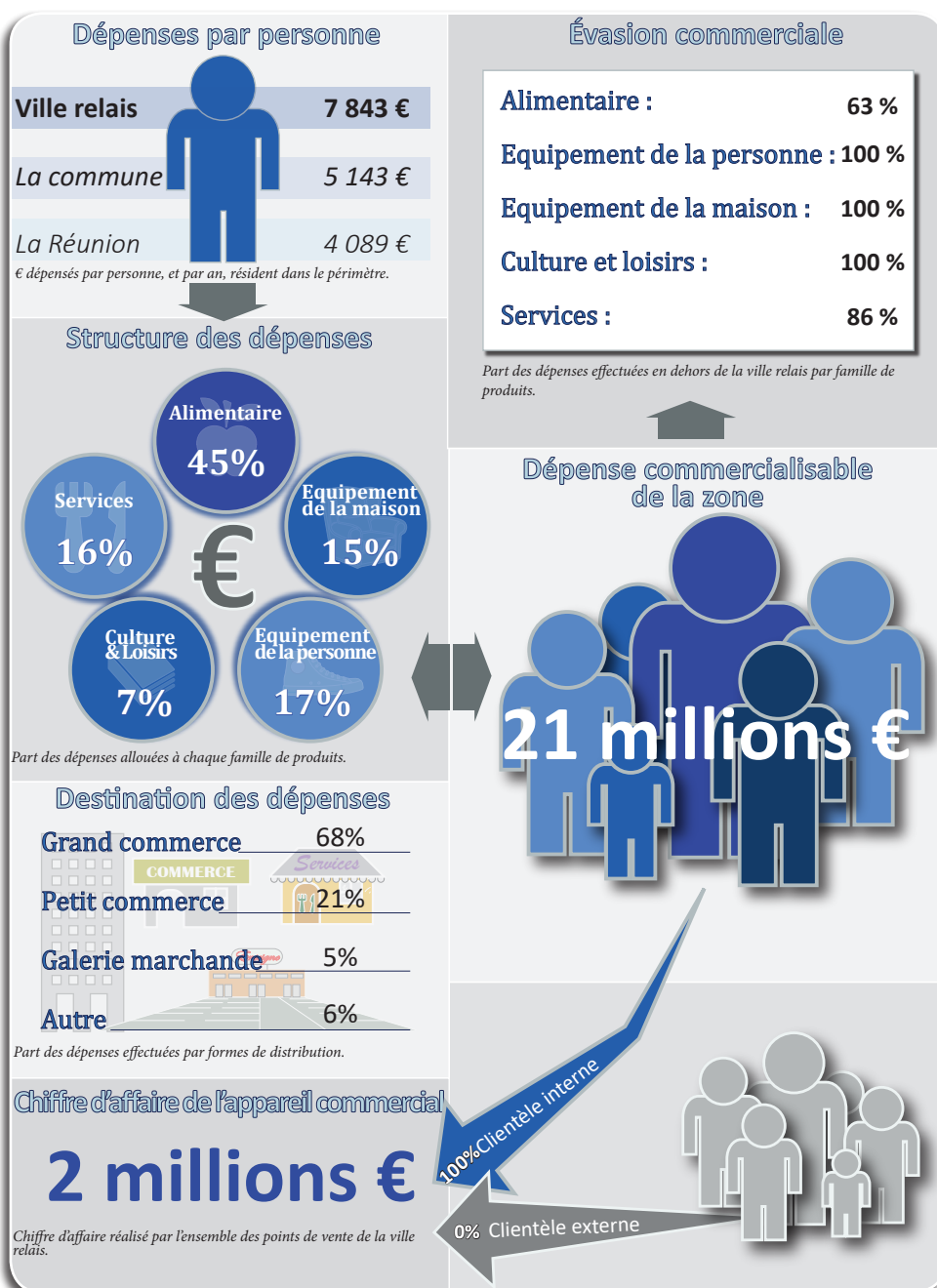
- Données population: INSEE 2013
- Données établissements : CCI Réunion 2016 Fichier Consulaire
- Données surfaces: Estimation CCIRéunion - relevé terrain des surfaces commerciales entre 2002 et 2016
- Données comportements d'achat : CCIRéunion 2015 enquêtes (43 000 actes d'achat)

Quelques définitions:

-Dépense commercialisable: C'est le potentiel des dépenses pouvant être réalisées dans les différents circuits de distribution. Elles sont liées à l'importance de la population de chaque zone et à la richesse des zones (appréhendée selon les indices de disparité de la consommation en France) (données nationales). Elles sont dépensées dans la zone et en-dehors.

-Chiffre d'affaires estimé d'une zone : Il correspond aux dépenses effectuées dans cette zone, tant par les résidents de cette zone (chiffre d'affaires d'origine interne) que par les résidents des autres zones (chiffre d'affaires d'origine externe).

Réalisation : CCI Réunion - Pôle Urbanisme et Aménagement Commercial



SAINT-LEU (CENTRE-VILLE)

* Périmètre étudié ici correspond au quartier centre-ville est non la commune

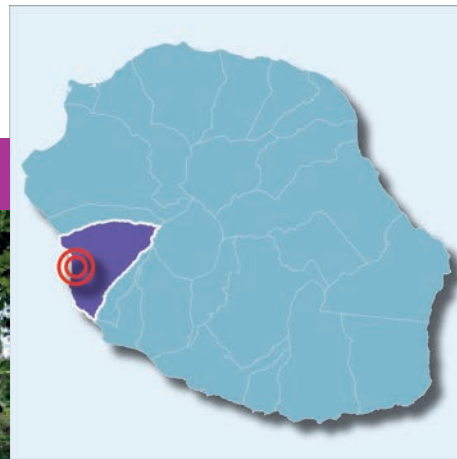
IDENTITÉ COMMERCIALE



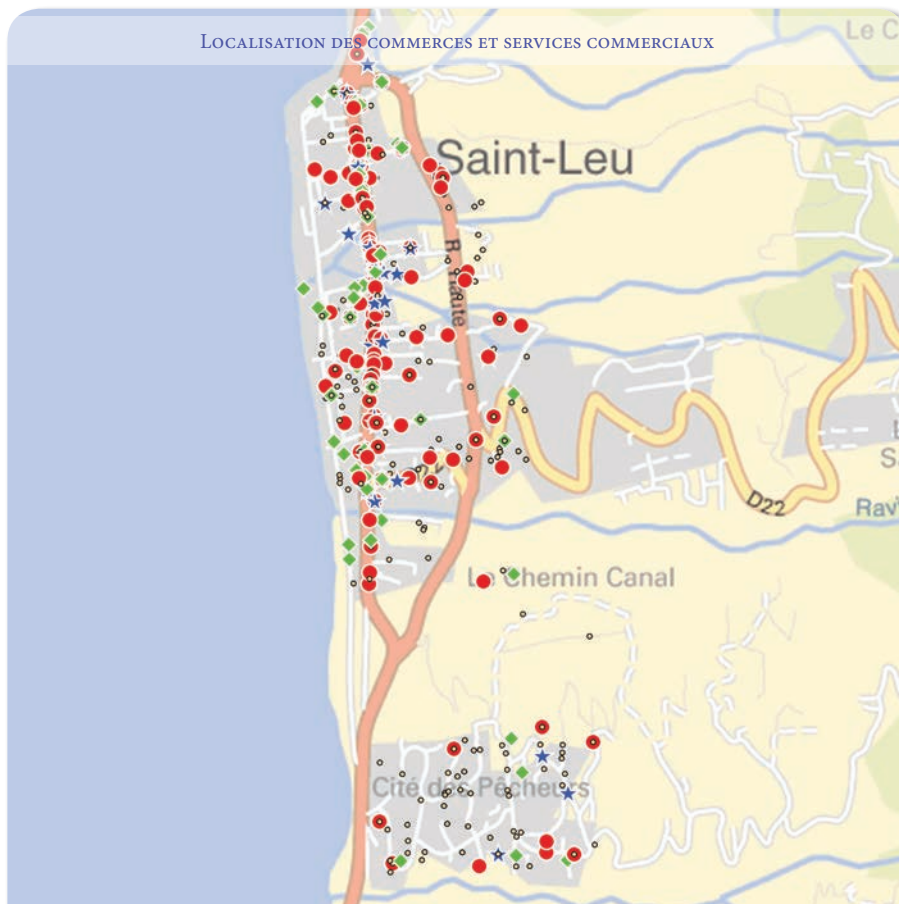
Commune : **Saint-Leu**

Population : **9192**

Nombre d'établissements commerciaux : **88**



Commerces et services commerciaux sur le territoire



Légende

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

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

Le centre-ville de Saint-Leu est situé sur la côte ouest de l'île, c'est également une station balnéaire. Il existe une véritable centralité commerciale et administrative. La densité commerciale y est relativement forte soit 49 unités / 1000 habitants (Réunion 17,7 unités / 1000

habitants). Un supermarché de 1000 m² trouve place en plein cœur du centre, ainsi qu'une autre grande surface spécialisée de 900 m². On note cependant la forte densité en restauration de 12,4 unités / 1000 habitants (Réunion 3,4).

Secteur d'activité	Nombre	Part	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	13	8%	3,7
Boulangerie - Boucherie	13	8%	3,7
Commerce automobile	8	5%	2,3
Commerce de détail divers	19	11%	5,5
Equipement de la maison	7	4%	2
Equipement de la personne	15	9%	4,3
Hygiène-Santé-Beauté	16	9%	4,6
Station services	1	1%	0,3

Commerce de détail 92 53% 26,1

Café- hébergement	7	4%	2
Restaurants	43	25%	12,4

Café hôtel restaurants 50 29% 14,4

Activité immobilière	3	3%	0,3
Assurances	0	0%	0
Banques	2	2%	0,2
Location	2	2%	0,2
Services divers	12	14%	1,3

Service 30 17% 8,6

Ensemble 88 100% 9,4

Dont le Grand Commerce Nombre Surface Densité
*Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013
Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants*

Hypermarché	ND	ND	ND
Supermarché	1	1600	174

Grande Surface Alimentaire 1 1000 287

Bricolage-jardinerie-animalerie	ND	ND	ND
Culture & loisirs	ND	ND	ND
Divers commerces de détail	ND	ND	ND
Electroménager	ND	ND	ND
Equipement de la maison	ND	ND	ND
Equipement de la personne	ND	ND	ND
Meubles	ND	ND	ND
Sport	ND	ND	ND

Grande Surface Spécialisée ND ND ND

Ensemble Grande Surface 1 1600 174

L'évaluation du plancher commercial

RÉPARTITION DU PLANCHER COMMERCIAL DU PETIT COMMERCE PAR GRANDS SECTEURS

Secteur d'activité	Surface	% dans la commune
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	1267 m ²	19,4 %
Boulangerie - Boucherie	1072 m ²	37,1 %
Commerce de détail divers	1847 m ²	41,3 %
Équipement de la maison	839 m ²	20 %
Équipement de la personne	1289 m ²	42,9 %
Hygiène - Santé - Beauté	1245 m ²	40 %
Ensemble des surfaces	7559 m²	31,2 %

Le centre-ville de Saint-Leu représente près de 6 900 m² de surface commerciale en petit commerce, soit 31,2% de l'ensemble du territoire communale. C'est la plus grande concentration de commerces et de services de la commune, même si celle-ci abrite plusieurs villages et bourgs sur son

territoire, et un centre commerciale d'importance régionale.

Performance économique

On constate une dépense par personne et par an de 3 979 euros soit un peu moins que le chiffre régionale de 4 089 euros. Rapporté à l'ensemble de la population de la zone, la dépense commercialisable est estimée à 14 millions d'euros. Malgré l'offre diversifiée présente en centre-ville on constate des évasions commerciales très fortes mais de manière plus nuancée concernant les services. Une grande part de cette évasion commerciale hors du centre-ville reste cependant dans la commune, en effet 64% des dépenses en alimentaire des habitants aux alentours du centre-ville sont réalisées à Piton Saint Leu. Malgré une évasion forte, on constate un chiffre d'affaire de l'appareil commercial plus forte que la dépense commercialisable, dû notamment au caractère touristique du site (tourisme externe et interne).

Sources:

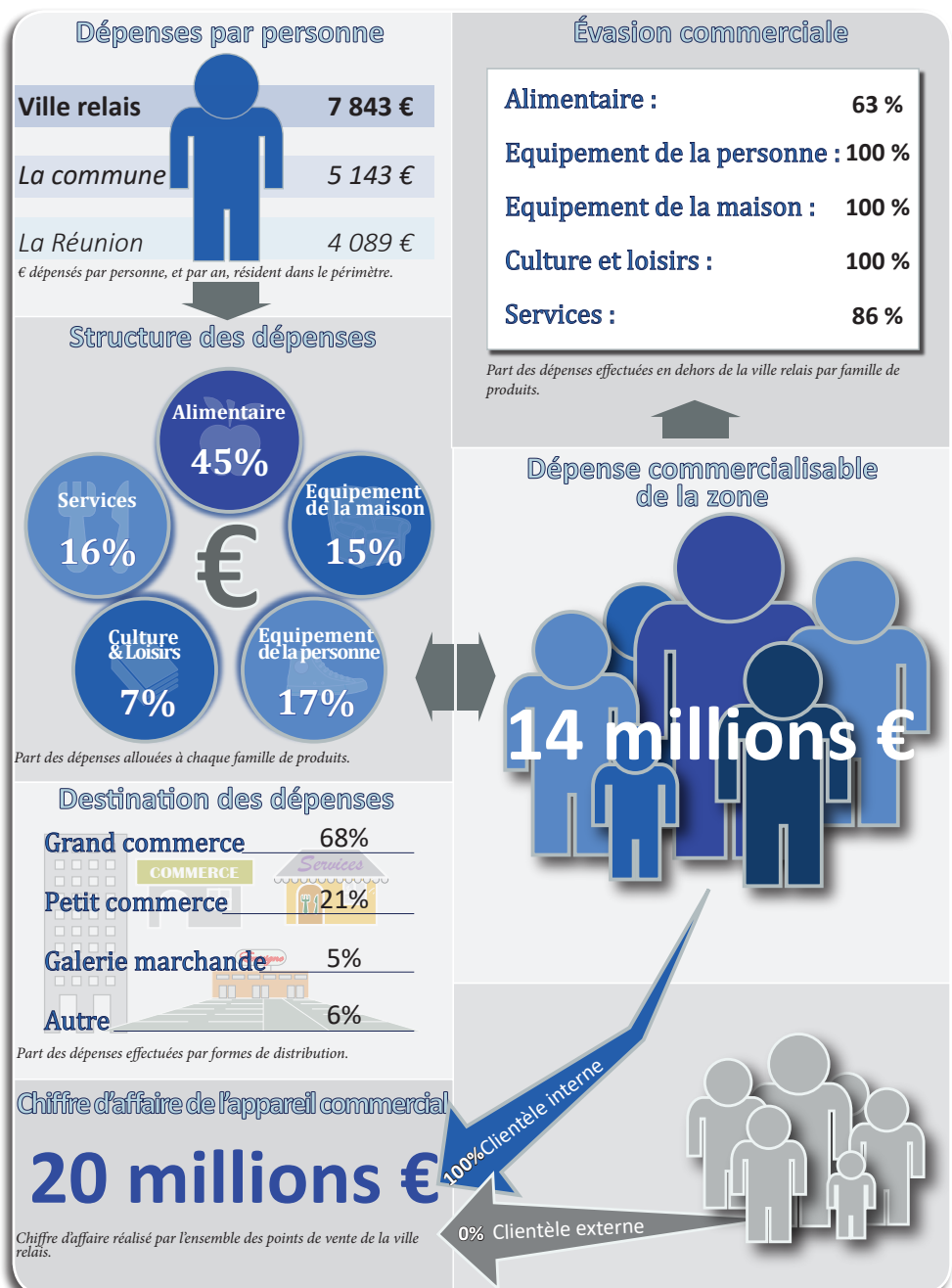
- Données population: INSEE 2013
- Données établissements : CCI Réunion 2016 Fichier Consulaire
- Données surfaces: Estimation CCIRéunion - relevé terrain des surfaces commerciales entre 2002 et 2016
- Données comportements d'achat : CCIRéunion 2015 enquêtes (43 000 actes d'achat)

Quelques définitions:

-Dépense commercialisable: C'est le potentiel des dépenses pouvant être réalisées dans les différents circuits de distribution. Elles sont liées à l'importance de la population de chaque zone et à la richesse des zones (appréhendée selon les indices de disparité de la consommation en France) (données nationales). Elles sont dépensées dans la zone et en-dehors.

-Chiffre d'affaires estimé d'une zone : Il correspond aux dépenses effectuées dans cette zone, tant par les résidents de cette zone (chiffre d'affaires d'origine interne) que par les résidents des autres zones (chiffre d'affaires d'origine externe).

Réalisation : CCI Réunion - Pôle Urbanisme et Aménagement Commercial



LES AVIRONS (CENTRE-BOURG)

* Périmètre étudié ici correspond au quartier centre-ville est non la commune

IDENTITÉ COMMERCIALE



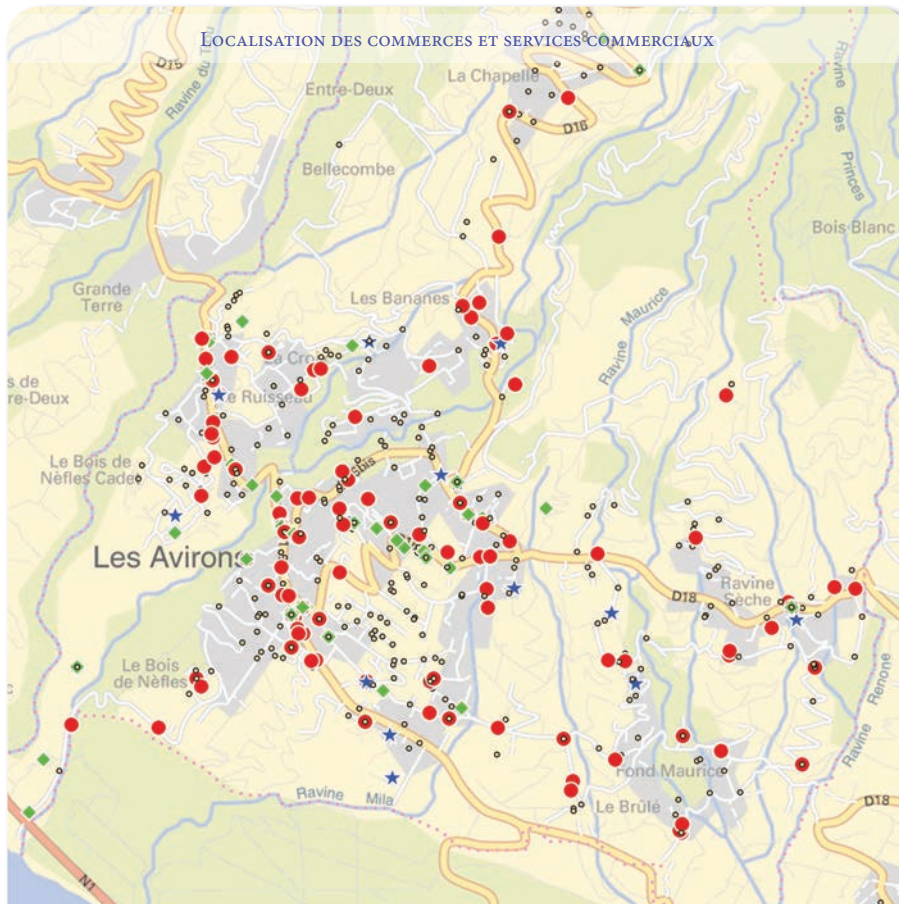
Commune : **Les Avirons**

Population : **9192**

Nombre d'établissements commerciaux : **88**



Commerces et services commerciaux sur le territoire



Légende

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

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

Le bourg des Avirons se situe à environ de 250 m d'altitude dans le sud-ouest de l'île. La ville relais est accessible en 10 min du début de la route des tamarins par le sud. L'agglomération principale de la commune regroupe un peu moins de 100 commerces dont un

supermarché de 800 m² et 3 grandes surfaces spécialisées, dont 2 en électroménager et 1 en bricolage pour un total de 2 892 m². La densité commerciale est faible aux Avirons, 10 unités / 1 000 habitants (Réunion 17,7 unités/ 1000 habitants).

Secteur d'activité	Nombre	Part	Densité
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	13	14%	1,4
Boulangerie - Boucherie	3	3%	0,3
Commerce automobile	12	13%	1,3
Commerce de détail divers	11	12%	1,2
Equipement de la maison	6	6%	0,6
Equipement de la personne	2	2%	0,2
Hygiène-Santé-Beauté	7	7%	0,7
Station services	2	2%	0,2

Commerce de détail	56	59%	5,8
---------------------------	-----------	------------	------------

Café- hébergement	1	1%	0,1
Restaurants	26	27%	2,8

Café hôtel restaurants	27	28%	2,9
-------------------------------	-----------	------------	------------

Activité immobilière	3	3%	0,3
Assurances	0	0%	0
Banques	2	2%	0,2
Location	2	2%	0,2
Services divers	12	14%	1,3

Service	12	13%	1,3
----------------	-----------	------------	------------

Ensemble	88	100%	9,4
-----------------	-----------	-------------	------------

Dont le Grand Commerce	Nombre	Surface	Densité
Hypermarché	ND	ND	ND
Supermarché	1	1600	174
Grande Surface Alimentaire	1	800	86

Bricolage-jardinerie-animalerie	ND	ND	ND
Culture & loisirs	ND	ND	ND
Divers commerces de détail	ND	ND	ND
Electroménager	ND	ND	ND
Equipement de la maison	ND	ND	ND
Equipement de la personne	ND	ND	ND
Meubles	ND	ND	ND
Sport	ND	ND	ND

Grande Surface Spécialisée	ND	ND	ND
Ensemble Grande Surface	1	1600	174

L'évaluation du plancher commercial

RÉPARTITION DU PLANCHER COMMERCIAL DU PETIT COMMERCE PAR GRANDS SECTEURS

Secteur d'activité	Surface	% dans la commune
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	1267 m ²	86,7 %
Boulangerie - Boucherie	247 m ²	49,9 %
Commerce de détail divers	1069 m ²	100 %
Équipement de la maison	719 m ²	100 %
Équipement de la personne	172 m ²	100 %
Hygiène - Santé - Beauté	545 m ²	87,6 %
Ensemble des surfaces	4019 m²	88,5 %

Une centralité commerciale existe au niveau de l'hôtel de ville et de l'église, mais plus on s'éloigne plus l'implantation des commerces est lâche. La localité des Avirons englobe la majorité des commerces et services commerciaux de la commune soit plus de 88,5% des établissements des activités

étudiées.

Performance économique

L'analyse du comportement d'achat des avironnais fait ressortir une grande propension à l'évasion commerciale. Malgré une dépense commercialisable évaluée 44 millions d'euros, le chiffre d'affaire des établissements de la ville relais ne s'élève qu'à 7 millions d'euros, et ce malgré l'existence de grandes surfaces spécialisées en équipement de la maison et en alimentaire, ou les taux d'évasion se chiffrent respectivement à 89% et 86%. Un habitant de la ville relais dépense 4 725 euros par an en moyenne (Réunion 4 089 euros par an et par personne), l'on constate que 68% de cette dépense se fait en grandes surfaces. Les services sont les moins impactés par cette évasion, mais son taux demeure très fort à 79%.

Sources:

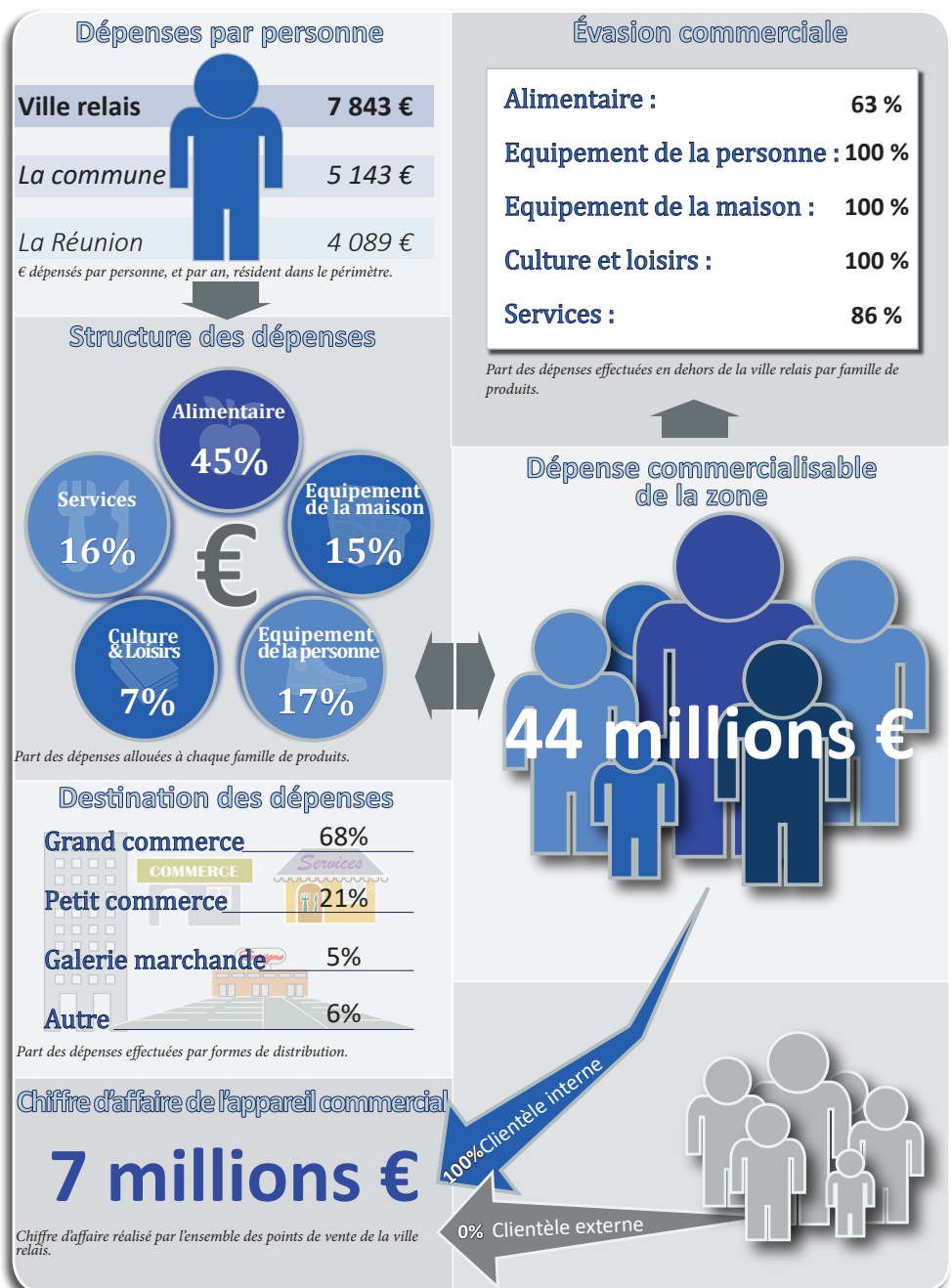
- Données population: INSEE 2013
- Données établissements : CCI Réunion 2016 Fichier Consulaire
- Données surfaces: Estimation CCIRéunion - relevé terrain des surfaces commerciales entre 2002 et 2016
- Données comportements d'achat : CCIRéunion 2015 enquêtes (43 000 actes d'achat)

Quelques définitions:

-Dépense commercialisable: C'est le potentiel des dépenses pouvant être réalisées dans les différents circuits de distribution. Elles sont liées à l'importance de la population de chaque zone et à la richesse des zones (appréhendée selon les indices de disparité de la consommation en France) (données nationales). Elles sont dépensées dans la zone et en-dehors.

-Chiffre d'affaires estimé d'une zone : Il correspond aux dépenses effectuées dans cette zone, tant par les résidents de cette zone (chiffre d'affaires d'origine interne) que par les résidents des autres zones (chiffre d'affaires d'origine externe).

Réalisation : CCI Réunion - Pôle Urbanisme et Aménagement Commercial



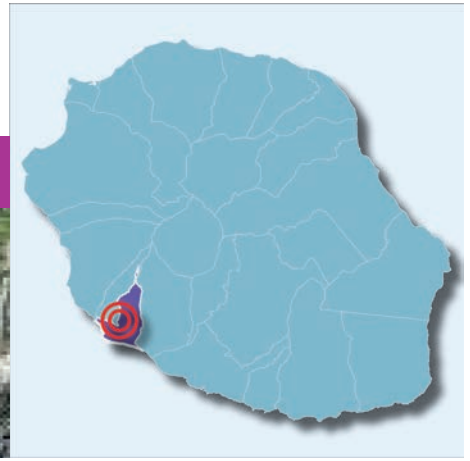
IDENTITÉ COMMERCIALE



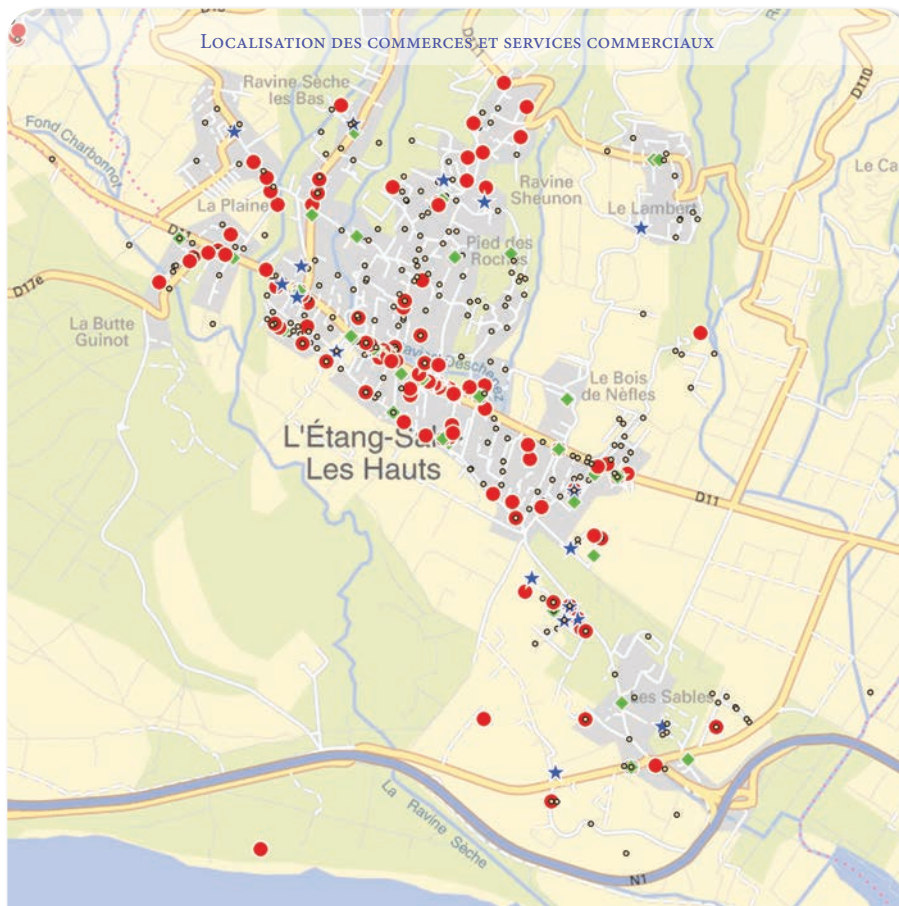
Commune : **Etang-Salé**

Population : **9192**

Nombre d'établissements commerciaux: **88**



Commerces et services commerciaux sur le territoire



Légende

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

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

La ville relais de l'Etang-Salé les hauts si située à environ 2,6 km à vol d'oiseau de la côte de sa commune, c'est aussi l'agglomération et la centralité commerciale la plus importante. La centralité commerciale se situe principalement autour de l'avenue Raymond Barre,

cette concentration représente environ 125 commerces et services commerciaux dont un Hypermarché de 3 306 m² et une grande surface de bricolage de 560 m². Le nombre de commerces relevé constitue une densité de 17,7 unités / 1 000 habitants..

Secteur d'activité	Nombre	Part	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	17	14%	2,5
Boulangerie - Boucherie	12	10%	1,7
Commerce automobile	11	9%	1,6
Commerce de détail divers	8	6%	1,2
Equipement de la maison	7	6%	1
Equipement de la personne	5	4%	0,7
Hygiène-Santé-Beauté	10	8%	1,4
Station services	2	2%	0,3

Commerce de détail	72	58%	10,1
---------------------------	-----------	------------	-------------

Café- hébergement	6	5%	0,9
Restaurants	23	18%	3,3

Café hôtel restaurants	29	23%	4,2
-------------------------------	-----------	------------	------------

Activité immobilière	3	3%	0,3
Assurances	0	0%	0
Banques	2	2%	0,2
Location	2	2%	0,2
Services divers	12	14%	1,3

Service	24	19%	3,5
----------------	-----------	------------	------------

Ensemble	88	100%	9,4
-----------------	-----------	-------------	------------

Dont le Grand Commerce	Nombre	Surface	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			

Hypermarché	ND	ND	ND
Supermarché	1	1600	174

Grande Surface Alimentaire	1	3306	477
-----------------------------------	----------	-------------	------------

Bricolage-jardinerie-animalerie	ND	ND	ND
Culture & loisirs	ND	ND	ND
Divers commerces de détail	ND	ND	ND
Electroménager	ND	ND	ND
Equipement de la maison	ND	ND	ND
Equipement de la personne	ND	ND	ND
Meubles	ND	ND	ND
Sport	ND	ND	ND

Grande Surface Spécialisée	ND	ND	ND
-----------------------------------	-----------	-----------	-----------

Ensemble Grande Surface	1	1600	174
--------------------------------	----------	-------------	------------

L'évaluation du plancher commercial

RÉPARTITION DU PLANCHER COMMERCIAL DU PETIT COMMERCE PAR GRANDS SECTEURS

Secteur d'activité	Surface	% dans la commune
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	1657 m ²	77,2 %
Boulangerie - Boucherie	989 m ²	63,1 %
Commerce de détail divers	778 m ²	50 %
Équipement de la maison	839 m ²	77,8 %
Équipement de la personne	430 m ²	50 %
Hygiène - Santé - Beauté	778 m ²	66,7 %
Ensemble des surfaces	5471 m²	65,3 %

La centralité commerciale de l'étang-salé les hauts est la plus importante, et de loin, de la commune, concentrant plus de 65 % des surfaces commerciales des petits commerces de la commune. De plus le supermarché de 3 300 m² y est adossé.

Performance économique

Les dépenses par personnes et par an sont de 5 373 €, ce qui est un plus élevé que le chiffre Réunion de 4 089€. Pour l'ensemble de la population du secteur cela représente une dépense commercialisable de 37 millions d'euros. Les évasions sont très fortes concernant l'équipement de la personne, l'équipement de la maison et le culture et loisirs, dues au manque d'offre et à la proximité relative de centres commerciaux (BEL AIR, PORTAIL, etc..) et du centre-ville (Saint-Pierre) d'importance régionale. Néanmoins la présence d'un hypermarché fixe la consommation dans l'alimentaire et en limite l'évasion. Les établissements alimentaires gonflent même le chiffre d'affaire de la commune, en effet 43% des achats des avironnais dans l'alimentaire se font à l'Etang Salé.

Sources:

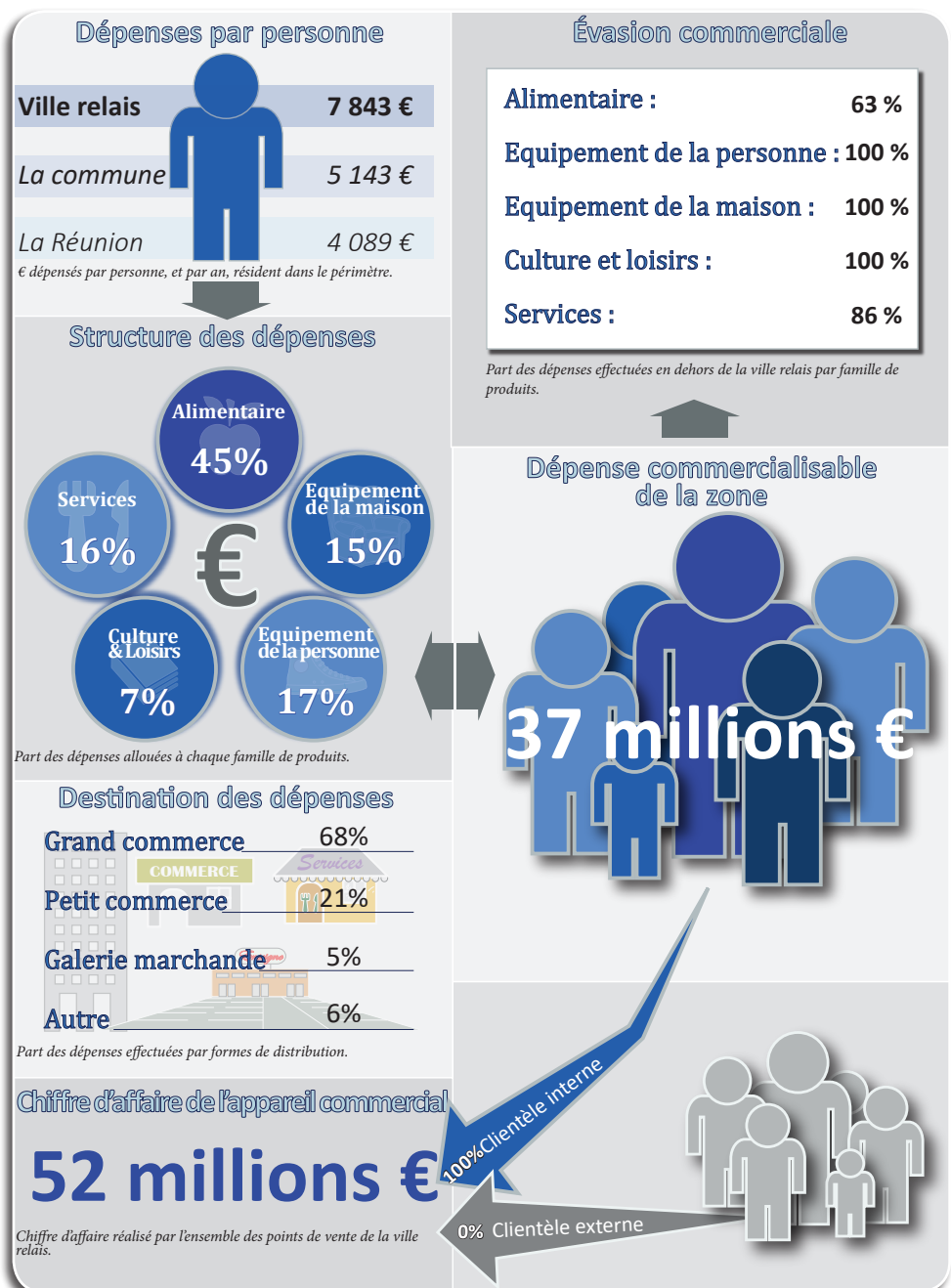
- Données population: INSEE 2013
- Données établissements : CCI Réunion 2016 Fichier Consulaire
- Données surfaces: Estimation CCIRéunion - relevé terrain des surfaces commerciales entre 2002 et 2016
- Données comportements d'achat : CCIRéunion 2015 enquêtes (43 000 actes d'achat)

Quelques définitions:

-Dépense commercialisable: C'est le potentiel des dépenses pouvant être réalisées dans les différents circuits de distribution. Elles sont liées à l'importance de la population de chaque zone et à la richesse des zones (appréhendée selon les indices de disparité de la consommation en France) (données nationales). Elles sont dépensées dans la zone et en-dehors.

-Chiffre d'affaires estimé d'une zone : Il correspond aux dépenses effectuées dans cette zone, tant par les résidents de cette zone (chiffre d'affaires d'origine interne) que par les résidents des autres zones (chiffre d'affaires d'origine externe).

Réalisation : CCI Réunion - Pôle Urbanisme et Aménagement Commercial



BOIS DE NÈFLES COCO

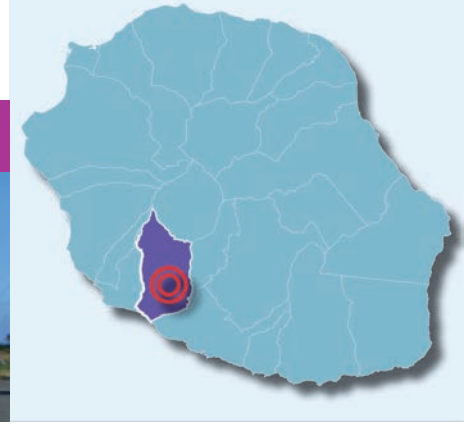
* Périmètre comprenant que Bois Nèfles Coco, mise à jour avec intégration Rivière en cours

IDENTITÉ COMMERCIALE

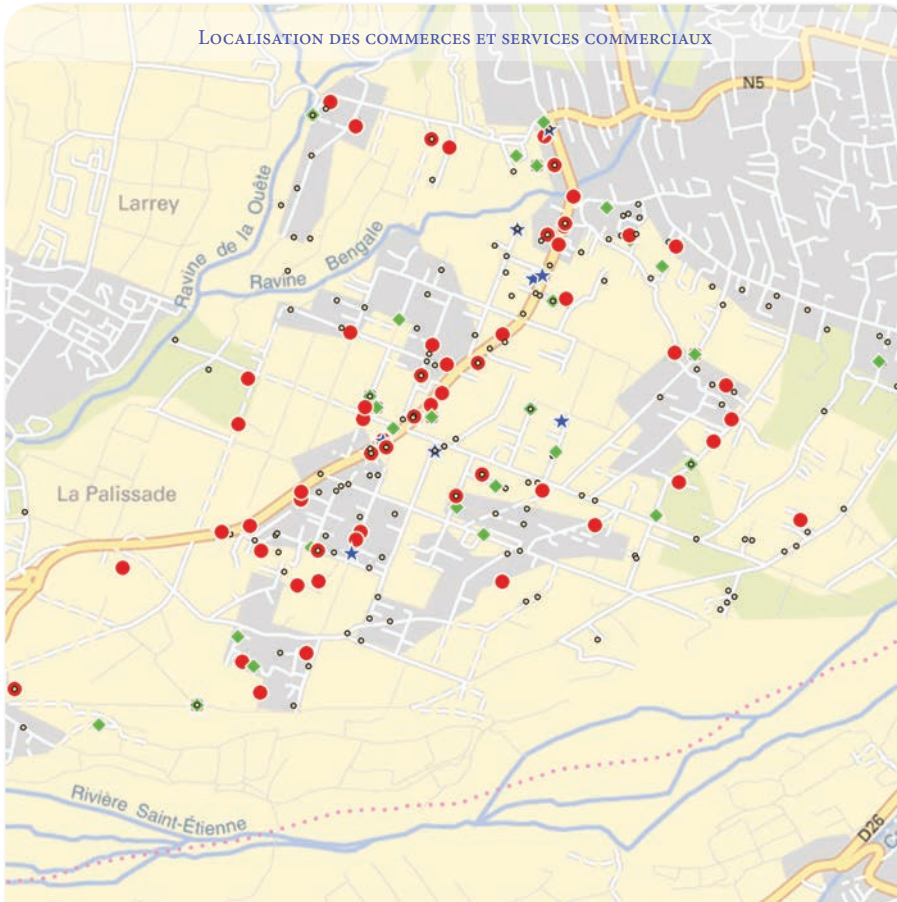
Commune : **Saint-Louis**

Population : **9192**

Nombre d'établissements commerciaux : **88**



Commerces et services commerciaux sur le territoire



Légende

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

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

Le Bois de Nèfles Coco est un quartier de la commune de Saint-Louis relativement dense en population, le quartier est traversée par la nationale 5. Il existe peu de commerce et ils sont disséminés sur le territoire, il n'existe pas de centralité commerciale, la densité commer-

ciale y est faible soit 6,3 unités / 1 000 habitants (Réunion 17,7 unités / 1 000 habitants). On note cependant la présence d'un supermarché de taille moyenne de 1 267 m² ainsi qu'un autre grand commerce spécialisé de 650 m².

Secteur d'activité	Nombre	Part	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	3	6%	0,4
Boulangerie - Boucherie	4	8%	0,5
Commerce automobile	13	27%	1,8
Commerce de détail divers	5	10%	0,7
Equipement de la maison	3	6%	0,4
Equipement de la personne	0	0%	0
Hygiène-Santé-Beauté	0	0%	0
Station services	1	2%	0,1

Commerce de détail	29	60%	3,8
---------------------------	-----------	------------	------------

Café- hébergement	4	8%	0,5
Restaurants	6	13%	0,8

Café hôtel restaurants	10	21%	1,3
-------------------------------	-----------	------------	------------

Activité immobilière	3	3%	0,3
Assurances	0	0%	0
Banques	2	2%	0,2
Location	2	2%	0,2
Services divers	12	14%	1,3

Service	9	19%	1,2
----------------	----------	------------	------------

Ensemble	88	100%	9,4
-----------------	-----------	-------------	------------

Dont le Grand Commerce	Nombre	Surface	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			

Hypermarché	ND	ND	ND
Supermarché	1	1600	174

Grande Surface Alimentaire	1	1267	171
-----------------------------------	----------	-------------	------------

Bricolage-jardinerie-animalerie	ND	ND	ND
Culture & loisirs	ND	ND	ND
Divers commerces de détail	ND	ND	ND
Electroménager	ND	ND	ND
Equipement de la maison	ND	ND	ND
Equipement de la personne	ND	ND	ND
Meubles	ND	ND	ND
Sport	ND	ND	ND

Grande Surface Spécialisée	ND	ND	ND
-----------------------------------	-----------	-----------	-----------

Ensemble Grande Surface	1	1600	174
--------------------------------	----------	-------------	------------

L'évaluation du plancher commercial

RÉPARTITION DU PLANCHER COMMERCIAL DU PETIT COMMERCE PAR GRANDS SECTEURS

Secteur d'activité	Surface	% dans la commune
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	292 m ²	3 %
Boulangerie - Boucherie	330 m ²	6,2 %
Commerce de détail divers	486 m ²	5,4 %
Equipement de la maison	359 m ²	6,4 %
Equipement de la personne	0 m ²	0 %
Hygiène - Santé - Beauté	0 m ²	0 %
Ensemble des surfaces	1467 m²	3,7 %

Le Bois de Nèfle Coco ne pèse pas commercialement dans la commune, environ 3,7% des surfaces commerciales de la commune. Elle se situe à proximité de quartier plus commerçant comme la Palissade, du centre-ville de Saint-Louis ainsi que la zone commerciale du Bel Air. Les quelques commerces

présents sont de proximité, paradoxalement on note une forte présence de commerces liés à l'automobile (28% des établissements).

Performance économique

Les dépenses par personne et par an qui ont été relevées sont faibles comparé à l'ensemble de l'île qui est de 4 089 euros. La dépense commercialisable de l'ensemble des habitants de la zone se chiffre à 19 millions d'euros. L'offre commerciale étant hors du quartier, l'évasion est par conséquent très élevée dans toutes les familles de produits étudiées. L'appareil commercial présent génère un chiffre d'affaire de 8 millions d'euros dont la plus grosse partie concerne le supermarché. Bois Nèfles Coco s'inscrit dans un modèle de quartier d'habitation ou la plus grosse consommation se fait hors du quartier, d'autant plus que la commune où elle se situe est bien dotée commercialement (Centre-ville conséquent, zone commerciale d'envergure régionale..).

Sources:

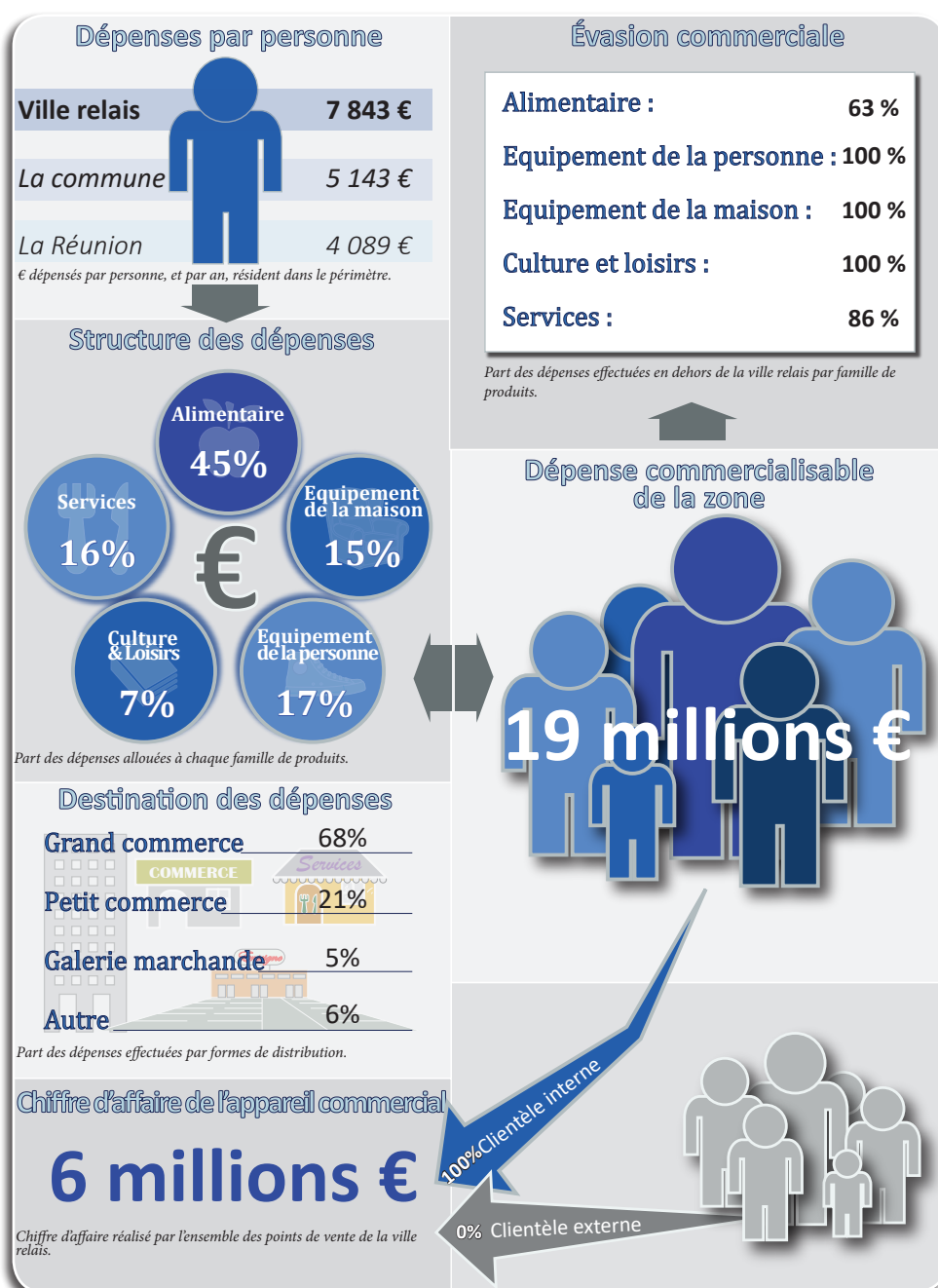
- Données population: INSEE 2013
- Données établissements : CCI Réunion 2016 Fichier Consulaire
- Données surfaces: Estimation CCIRéunion - relevé terrain des surfaces commerciales entre 2002 et 2016
- Données comportements d'achat : CCIRéunion 2015 enquêtes (43 000 actes d'achat)

Quelques définitions:

-Dépense commercialisable: C'est le potentiel des dépenses pouvant être réalisées dans les différents circuits de distribution. Elles sont liées à l'importance de la population de chaque zone et à la richesse des zones (appréhendée selon les indices de disparité de la consommation en France) (données nationales). Elles sont dépensées dans la zone et en-dehors.

-Chiffre d'affaires estimé d'une zone : Il correspond aux dépenses effectuées dans cette zone, tant par les résidents de cette zone (chiffre d'affaires d'origine interne) que par les résidents des autres zones (chiffre d'affaires d'origine externe).

Réalisation : CCI Réunion - Pôle Urbanisme et Aménagement Commercial



RAVINE DES CABRIS

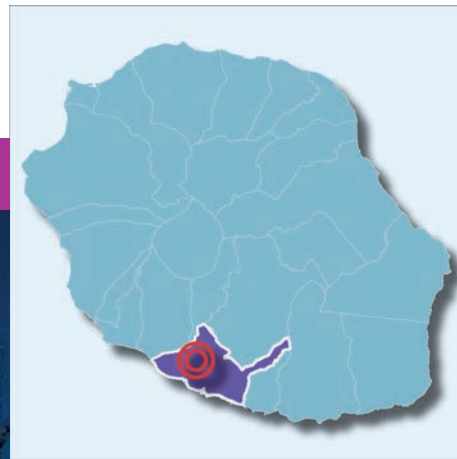
* Périmètre du quartier Ravine des cabris au sens strict

IDENTITÉ COMMERCIALE

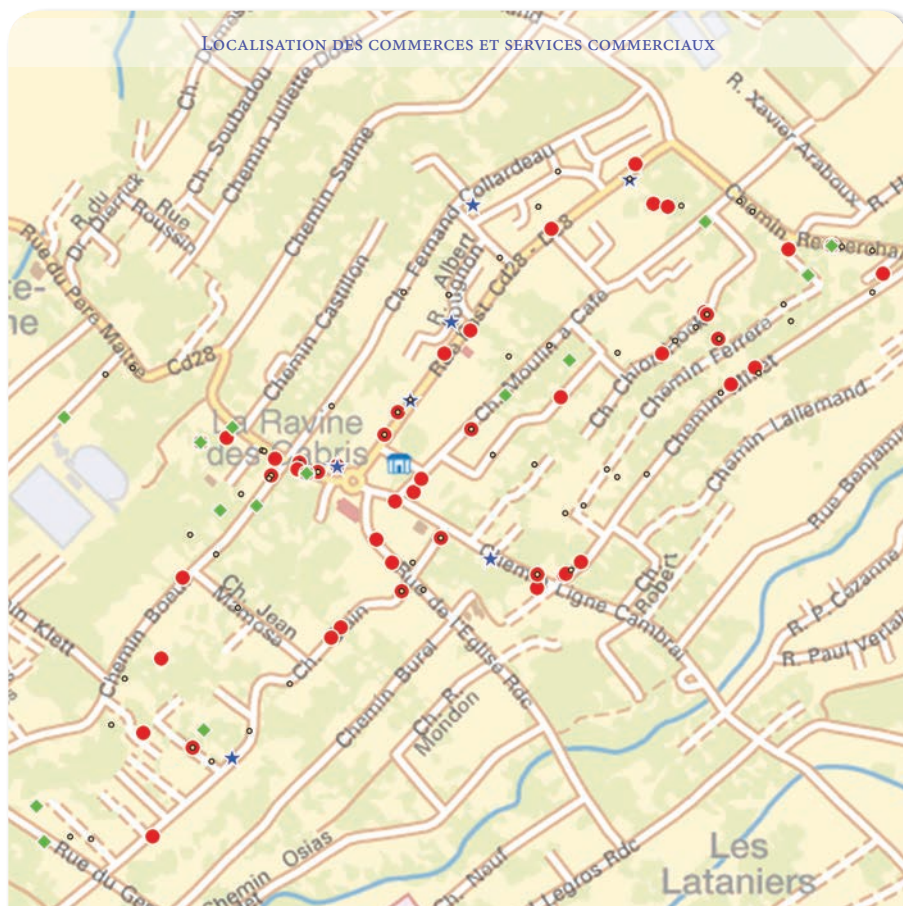
Commune : **Saint-Pierre**

Population : **9192**

Nombre d'établissements commerciaux : **88**



Commerces et services commerciaux sur le territoire



Légende

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

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

La Ravine des Cabris est un quartier de la commune de Saint-Pierre situé à environ de 250 m d'altitude. C'est un quartier relativement bien fourni en commerces et services commerciaux avec une densité de 22,4 unités / 1 000 habitants. Il existe 4 supermarchés sur son

territoire pour un total de 4 822 m², dont un de près de 2 500 m². Une petite concentration de commerces se dessine non loin de la marie annexe et de l'église le long de la départementale 28.

Secteur d'activité	Nombre	Part	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	12	24%	5,5
Boulangerie - Boucherie	6	12%	2,7
Commerce automobile	1	2%	0,5
Commerce de détail divers	6	12%	2,7
Equipement de la maison	1	2%	0,5
Equipement de la personne	1	2%	0,5
Hygiène-Santé-Beauté	8	16%	3,7
Station services	2	4%	0,9

Commerce de détail	37	73%	16
---------------------------	-----------	------------	-----------

Café- hébergement	0	0%	0
Restaurants	9	18%	4,1

Café hôtel restaurants	9	18%	4,1
-------------------------------	----------	------------	------------

Activité immobilière	3	3%	0,3
Assurances	0	0%	0
Banques	2	2%	0,2
Location	2	2%	0,2
Services divers	12	14%	1,3

Service	5	10%	2,3
----------------	----------	------------	------------

Ensemble	88	100%	9,4
-----------------	-----------	-------------	------------

Dont le Grand Commerce	Nombre	Surface	Densité
-------------------------------	--------	---------	---------

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

Hypermarché	ND	ND	ND
Supermarché	1	1600	174

Grande Surface Alimentaire	4	4822	2206
-----------------------------------	----------	-------------	-------------

Bricolage-jardinerie-animalerie	ND	ND	ND
Culture & loisirs	ND	ND	ND
Divers commerces de détail	ND	ND	ND
Electroménager	ND	ND	ND
Equipement de la maison	ND	ND	ND
Equipement de la personne	ND	ND	ND
Meubles	ND	ND	ND
Sport	ND	ND	ND

Grande Surface Spécialisée	ND	ND	ND
-----------------------------------	-----------	-----------	-----------

Ensemble Grande Surface	1	1600	174
--------------------------------	----------	-------------	------------

L'évaluation du plancher commercial

RÉPARTITION DU PLANCHER COMMERCIAL DU PETIT COMMERCE PAR GRANDS SECTEURS

Secteur d'activité	Surface	% dans la commune
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	1170 m ²	6,3 %
Boulangerie - Boucherie	495 m ²	5,4 %
Commerce de détail divers	583 m ²	2,6 %
Équipement de la maison	120 m ²	0,6 %
Équipement de la personne	86 m ²	0,4 %
Hygiène - Santé - Beauté	622 m ²	6,4 %
Ensemble des surfaces	3076 m²	3,1 %

L'ensemble des surfaces des petits commerces du quartier représente 2,6 % des surfaces de la commune, mais la commune est vaste et comporte de nombreux centres commerciaux, zones commerciales et centres de quartier. Avec ses supermarchés, la Ravine des Cabris est un point de conver-

gence commerciale pour les habitants de quartiers environnant. Même si elle situe dans une commune particulièrement active et concurrentielle commercialement, la ville relais de part son emplacement et son offre commerciale devient une centralité commerciale importante de la commune.

Performance économique

Les habitants de la Ravine des Cabris constituent un potentiel de dépenses de 8 millions d'euros. Cela correspond à une dépense de 3 745 euros par personne et par an. Cependant on constate un chiffre d'affaire de l'appareil commercial implanté dans la ville relais de 55 millions d'euros, ce qui renforce son caractère de centralité commerciale, comme décrit plus haut. On constate que l'évasion commerciale est très forte dans toutes les familles de produits et ce malgré la force de l'offre en alimentaire, concernant les autres familles de produits, cela s'explique par le manque d'offre sur le territoire. La commune de Saint-Pierre étant la plus commerciale de l'île et les trajets pendulaires domicile-travail expliquent certainement ces évactions.

Sources:

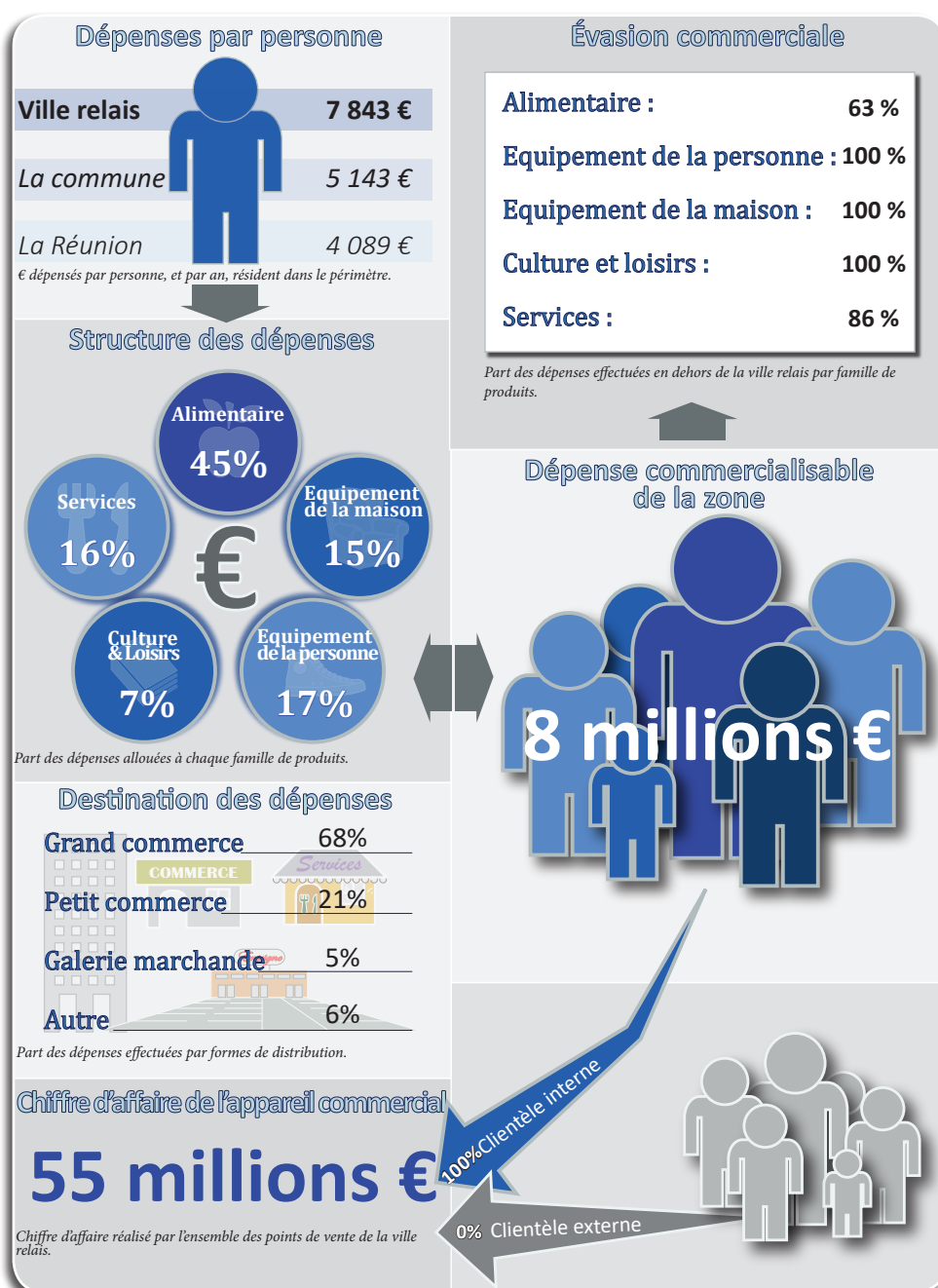
- Données population: INSEE 2013
- Données établissements : CCI Réunion 2016 Fichier Consulaire
- Données surfaces: Estimation CCIRéunion - relevé terrain des surfaces commerciales entre 2002 et 2016
- Données comportements d'achat : CCIRéunion 2015 enquêtes (43 000 actes d'achat)

Quelques définitions:

-Dépense commercialisable: C'est le potentiel des dépenses pouvant être réalisées dans les différents circuits de distribution. Elles sont liées à l'importance de la population de chaque zone et à la richesse des zones (appréhendée selon les indices de disparité de la consommation en France) (données nationales). Elles sont dépensées dans la zone et en-dehors.

-Chiffre d'affaires estimé d'une zone : Il correspond aux dépenses effectuées dans cette zone, tant par les résidents de cette zone (chiffre d'affaires d'origine interne) que par les résidents des autres zones (chiffre d'affaires d'origine externe).

Réalisation : CCI Réunion - Pôle Urbanisme et Aménagement Commercial



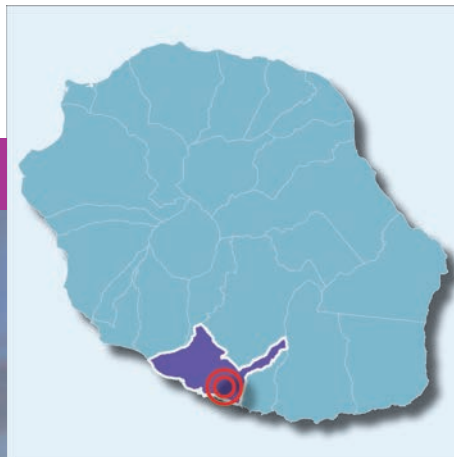
GRANDS BOIS/ RAVINE DES CAFRES/MONTVERT LES BAS

IDENTITÉ COMMERCIALE

Commune : **Saint-Pierre**

Population : **9192**

Nombre d'établissements commerciaux: **88**



Commerces et services commerciaux sur le territoire



Légende

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

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

L'ensemble géographique désigné comme Ville relais comprend plusieurs quartiers de l'est de la commune de Saint-Pierre (Grand Bois, Ravine des Cafres; La Cafrine et Montvert Les Bas), cet espace s'étend de la côte à 400 m d'altitude. La majorité des commerces et ser-

vices et commerciaux est situé sur le pourtour de la nationale 2 traversant Grand Bois. Les commerces sont exclusivement des petits commerces de proximité, à l'exception faite de rares commerces situés dans la zone Maxime Rivière.

Secteur d'activité	Nombre	Part	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	13	16%	2,6
Boulangerie - Boucherie	10	12%	2
Commerce automobile	9	11%	1,8
Commerce de détail divers	7	9%	1,4
Equipement de la maison	2	2%	0,4
Equipement de la personne	1	1%	0,2
Hygiène-Santé-Beauté	7	9%	1,4
Station services	0	0%	0

Commerce de détail	49	60%	9,8
---------------------------	-----------	------------	------------

Café- hébergement	9	11%	1,8
Restaurants	11	14%	2,2

Café hôtel restaurants	20	25%	4
-------------------------------	-----------	------------	----------

Activité immobilière	3	3%	0,3
Assurances	0	0%	0
Banques	2	2%	0,2
Location	2	2%	0,2
Services divers	12	14%	1,3

Service	12	15%	2,4
----------------	-----------	------------	------------

Ensemble	88	100%	9,4
-----------------	-----------	-------------	------------

Dont le Grand Commerce	Nombre	Surface	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			
Hypermarché	ND	ND	ND
Supermarché	1	1600	174
Grande Surface Alimentaire	ND	ND	ND

Hypermarché	ND	ND	ND
Supermarché	1	1600	174

Grande Surface Alimentaire	ND	ND	ND
-----------------------------------	-----------	-----------	-----------

Bricolage-jardinerie-animalerie	ND	ND	ND
Culture & loisirs	ND	ND	ND
Divers commerces de détail	ND	ND	ND
Electroménager	ND	ND	ND
Equipement de la maison	ND	ND	ND
Equipement de la personne	ND	ND	ND
Meubles	ND	ND	ND
Sport	ND	ND	ND

Grande Surface Spécialisée	ND	ND	ND
-----------------------------------	-----------	-----------	-----------

Ensemble Grande Surface	1	1600	174
--------------------------------	----------	-------------	------------

L'évaluation du plancher commercial

RÉPARTITION DU PLANCHER COMMERCIAL DU PETIT COMMERCE PAR GRANDS SECTEURS

Secteur d'activité	Surface	% dans la commune
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	1267 m ²	6,8 %
Boulangerie - Boucherie	824 m ²	8,9 %
Commerce de détail divers	680 m ²	3 %
Équipement de la maison	240 m ²	1,2 %
Équipement de la personne	86 m ²	0,4 %
Hygiène - Santé - Beauté	545 m ²	5,6 %
Ensemble des surfaces	3642 m²	3,6 %

Les commerces présents sur la zone pèsent très peu dans l'armada commerciale de la commune de Saint-Pierre, ces commerces ne fonctionnent quasi exclusivement qu'avec la consommation des habitants de la zone.

Performance économique

Pour l'ensemble de la zone, les dépenses par personne et par an sont estimées à 3 631 euros, ce qui est en dessous du chiffre régionale de 4 089 euros. Le potentiel de dépense est ainsi évalué à 18 millions d'euros pour les familles de produits étudiées. De manière logique les évasions constatées sont très fortes, au delà de 90% dans toutes les familles de produits, les commerces et services commerciaux présents sont d'appoint et de proximité, il n'existe pas de supermarché à proximité. D'autant plus que la zone n'est pas pourvoyeuse d'emploi, les achats peuvent se faire sur le trajet pendulaire domicile-travail, la commune étant pourvue de pléthore de concentrations de commerces de toutes envergures.

Sources:

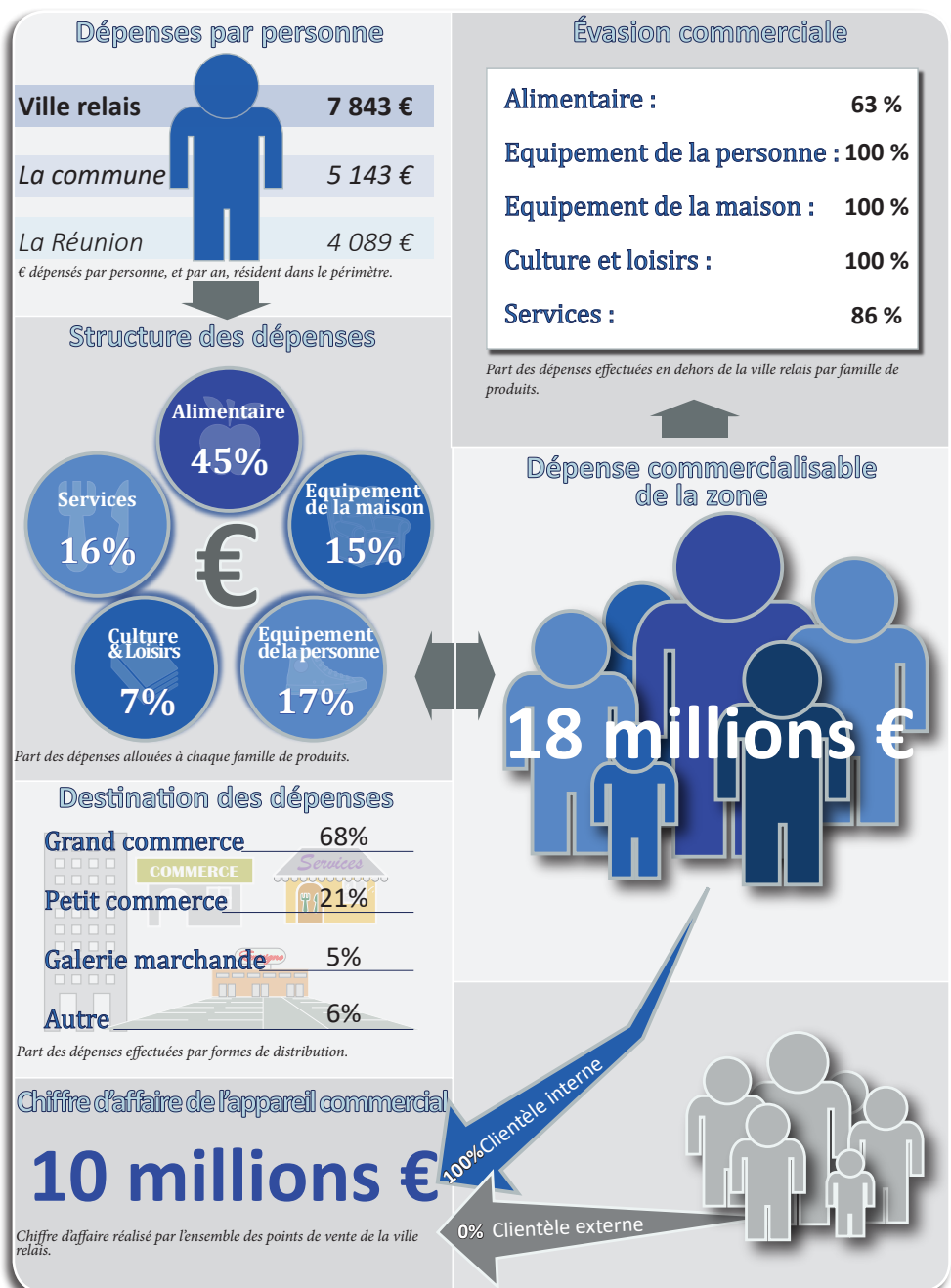
- Données population: INSEE 2013
- Données établissements : CCI Réunion 2016 Fichier Consulaire
- Données surfaces: Estimation CCIRéunion - relevé terrain des surfaces commerciales entre 2002 et 2016
- Données comportements d'achat : CCIRéunion 2015 enquêtes (43 000 actes d'achat)

Quelques définitions:

-Dépense commercialisable: C'est le potentiel des dépenses pouvant être réalisées dans les différents circuits de distribution. Elles sont liées à l'importance de la population de chaque zone et à la richesse des zones (appréhendée selon les indices de disparité de la consommation en France) (données nationales). Elles sont dépensées dans la zone et en-dehors.

-Chiffre d'affaires estimé d'une zone : Il correspond aux dépenses effectuées dans cette zone, tant par les résidents de cette zone (chiffre d'affaires d'origine interne) que par les résidents des autres zones (chiffre d'affaires d'origine externe).

Réalisation : CCI Réunion - Pôle Urbanisme et Aménagement Commercial



PETITE ÎLE (CENTRE-BOURG)

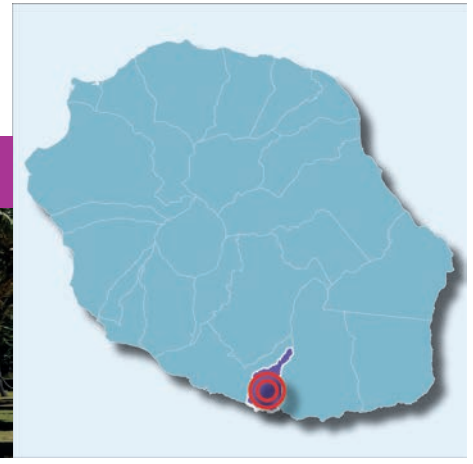
* Périmètre étudié ici correspond au quartier centre-ville est non la commune

IDENTITÉ COMMERCIALE

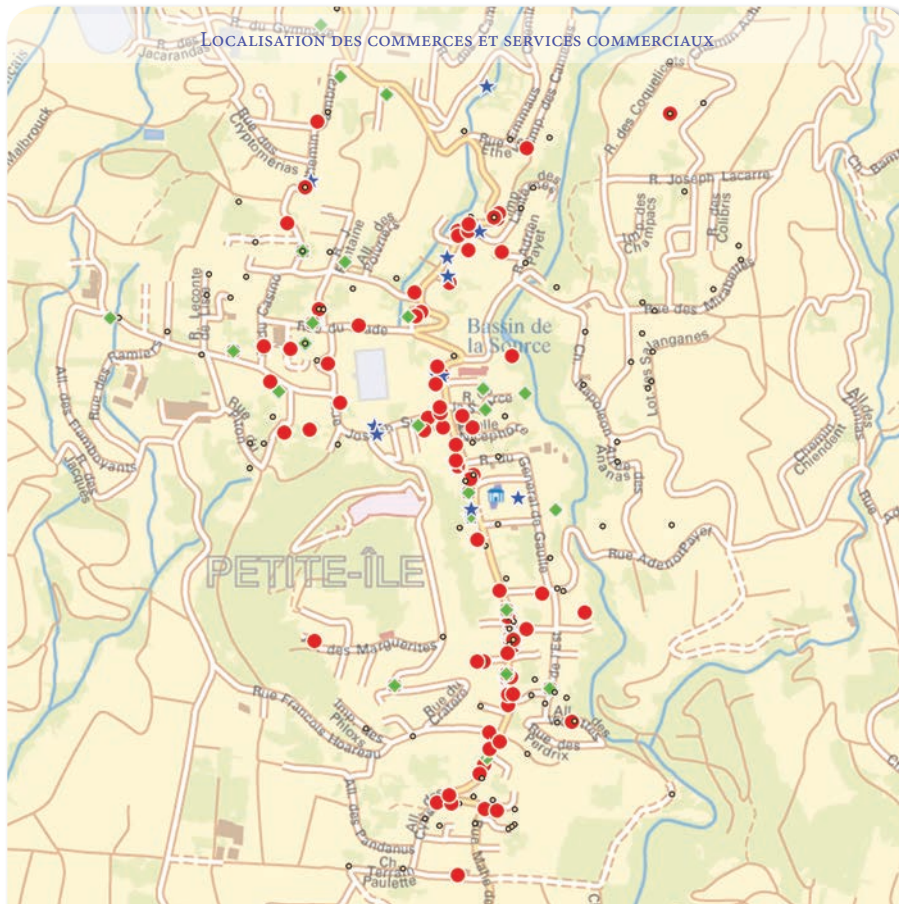
Commune : **Petite Île**

Population : **9192**

Nombre d'établissements commerciaux : **88**



Commerces et services commerciaux sur le territoire



Légende

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

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

La Petite Île est une commune du sud de l'île, la ville relais qui est son agglomération principale est située à environ 300 m d'altitude. La zone comprend environ 70 commerces et services commerciaux. Une centralité commerciale mais peu dense se dessine entre le bureau de poste

et l'église. Il existe un supermarché d'un peu moins de 1 000 m² à proximité. La densité commerciale y est de presque 10 points plus forte que pour l'ensemble de l'île soit 26,4 unités / 1 000 habitants. La ville relais est la centralité commerciale et administrative de la commune.

Secteur d'activité	Nombre	Part	Densité
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	8	11%	3
Boulangerie - Boucherie	9	13%	3,4
Commerce automobile	6	8%	2,3
Commerce de détail divers	9	13%	3,4
Equipement de la maison	7	10%	2,6
Equipement de la personne	2	3%	0,8
Hygiène-Santé-Beauté	6	8%	2,3
Station services	1	1%	0,4

Commerce de détail	48	68%	17,7
---------------------------	-----------	------------	-------------

Café- hébergement	1	1%	0,4
Restaurants	14	20%	5,3

Café hôtel restaurants	15	21%	5,7
-------------------------------	-----------	------------	------------

Activité immobilière	3	3%	0,3
Assurances	0	0%	0
Banques	2	2%	0,2
Location	2	2%	0,2
Services divers	12	14%	1,3

Service	8	11%	3
----------------	----------	------------	----------

Ensemble	88	100%	9,4
-----------------	-----------	-------------	------------

Dont le Grand Commerce	Nombre	Surface	Densité
Hypermarché	ND	ND	ND
Supermarché	1	1600	174
Grande Surface Alimentaire	1	985	372

Bricolage-jardinerie-animalerie	ND	ND	ND
Culture & loisirs	ND	ND	ND
Divers commerces de détail	ND	ND	ND
Electroménager	ND	ND	ND
Equipement de la maison	ND	ND	ND
Equipement de la personne	ND	ND	ND
Meubles	ND	ND	ND
Sport	ND	ND	ND

Grande Surface Spécialisée	ND	ND	ND
-----------------------------------	-----------	-----------	-----------

Ensemble Grande Surface	1	1600	174
--------------------------------	----------	-------------	------------



IDENTITÉ COMMERCIALE DES TERRITOIRES

LES VILLES RELAIS INSCRITES AU SCHÉMA D'AMÉNAGEMENT RÉGIONAL

L'évaluation du plancher commercial

RÉPARTITION DU PLANCHER COMMERCIAL DU PETIT COMMERCE PAR GRANDS SECTEURS

Secteur d'activité	Surface	% dans la commune
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	780 m ²	42,1 %
Boulangerie - Boucherie	742 m ²	50 %
Commerce de détail divers	875 m ²	90 %
Équipement de la maison	839 m ²	63,7 %
Équipement de la personne	172 m ²	50 %
Hygiène - Santé - Beauté	467 m ²	75,1 %
Ensemble des surfaces	3875 m²	58,8 %

La ville relais concentre quasi 60% des surfaces commerciales de la commune, renforçant son aspect de centralité commerciales et administrative.

Performance économique

La dépense commercialisable des habitants de la ville relais est d'environ 18 millions d'euros soit 3 885 euros par an et par personne pour les 5 catégories de produits étudiées. Néanmoins le chiffre d'affaire de l'appareil commerciale est de 17 millions d'euros, le «centre-ville» attirant la consommation des habitants des autres quartiers de la communes. L'évasion est limitée dans l'alimentaire par la présence d'un supermarché, néanmoins les évasions sont très fortes dans toutes les autres familles de produits, l'insuffisance de l'offre explique celles-ci. On note néanmoins que c'est l'une des communes où la consommation dans les petits commerces est la plus forte avec 28%, alors qu'à l'échelle régionale cette consommation est en moyenne de 21%.

Sources:

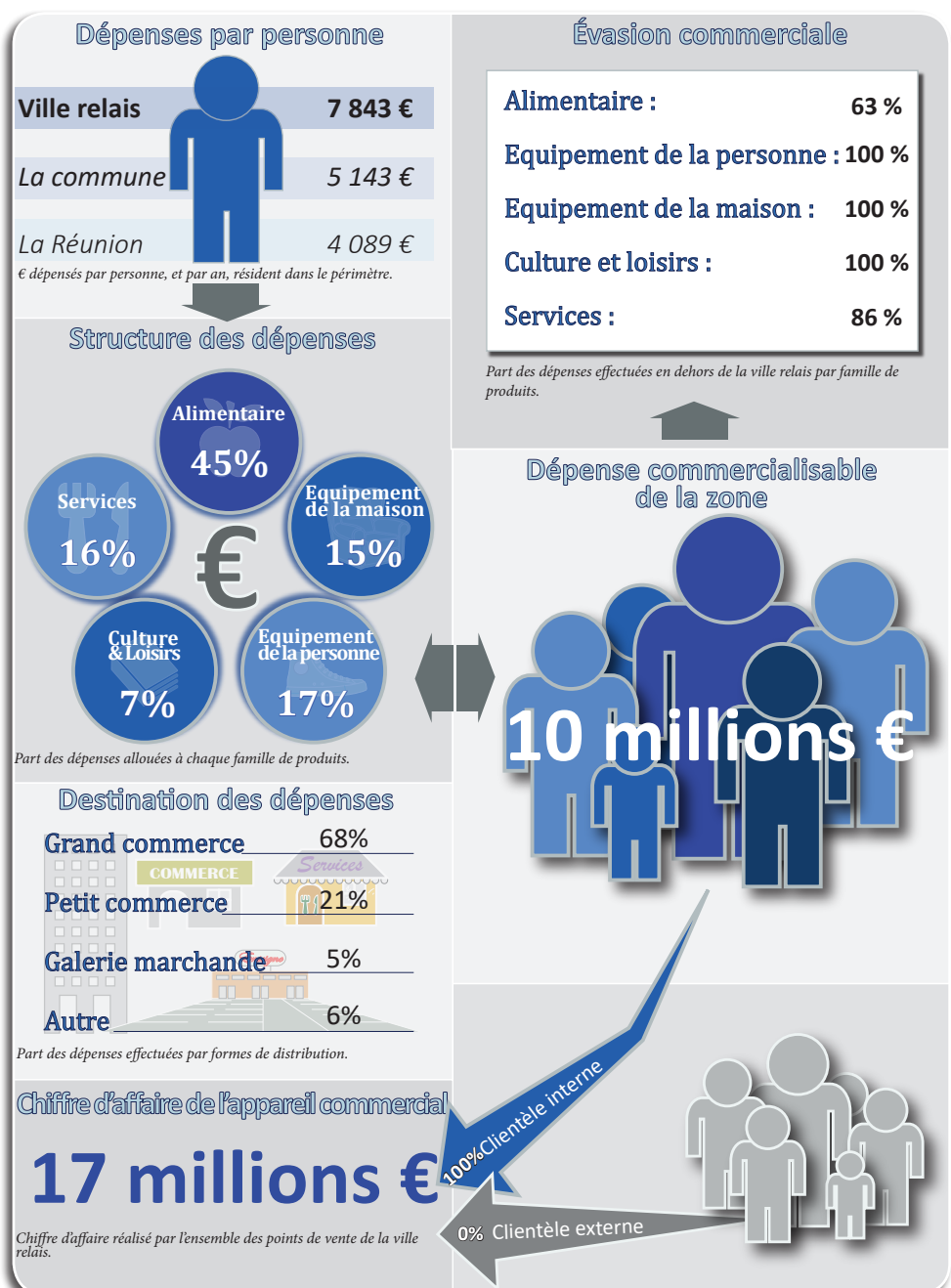
- Données population: INSEE 2013
- Données établissements : CCI Réunion 2016 Fichier Consulaire
- Données surfaces: Estimation CCIRéunion - relevé terrain des surfaces commerciales entre 2002 et 2016
- Données comportements d'achat : CCIRéunion 2015 enquêtes (43 000 actes d'achat)

Quelques définitions:

-Dépense commercialisable: C'est le potentiel des dépenses pouvant être réalisées dans les différents circuits de distribution. Elles sont liées à l'importance de la population de chaque zone et à la richesse des zones (appréhendée selon les indices de disparité de la consommation en France) (données nationales). Elles sont dépensées dans la zone et en-dehors.

-Chiffre d'affaires estimé d'une zone : Il correspond aux dépenses effectuées dans cette zone, tant par les résidents de cette zone (chiffre d'affaires d'origine interne) que par les résidents des autres zones (chiffre d'affaires d'origine externe).

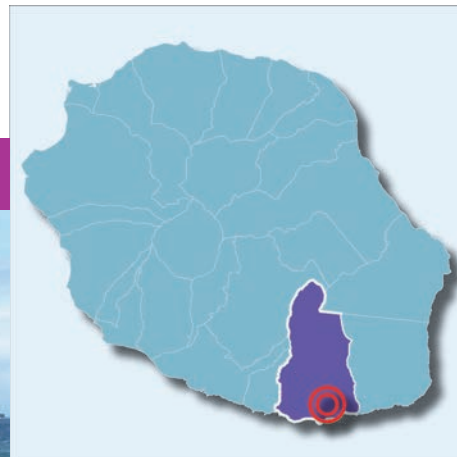
Réalisation : CCI Réunion - Pôle Urbanisme et Aménagement Commercial



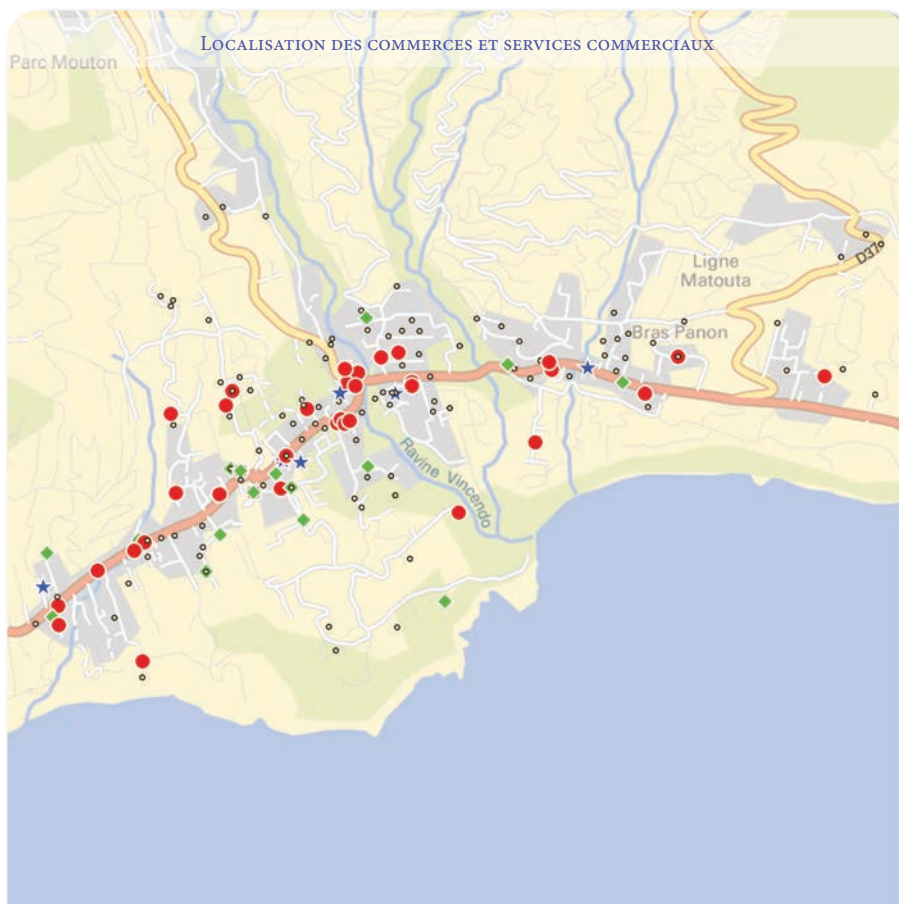
VINCENDO

IDENTITÉ COMMERCIALE

Commune : **Saint-Joseph**
 Population : **9192**
 Nombre d'établissements commerciaux : **88**



Commerces et services commerciaux sur le territoire



Légende

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

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

Vincendo est un quartier côtier de la commune de Saint-Joseph située dans le sud. Le fait urbain, et le fait commercial s'étale principalement le long de la nationale 2 qui le traverse tout du long. Une quarantaine de commerces, dont aucun grand commerce (plus de 300 m² de

surface de vente), est disséminée le long de cet axe. il n'existe pas de centralité commerciale à Vincendo, la densité commerciale y est très faible soit 9,6 unités / 1 000 habitants.

Secteur d'activité	Nombre	Part	Densité
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	8	19%	1,9
Boulangerie - Boucherie	2	5%	0,5
Commerce automobile	5	12%	1,2
Commerce de détail divers	3	7%	0,7
Equipement de la maison	1	2%	0,2
Equipement de la personne	0	0%	0
Hygiène-Santé-Beauté	1	2%	0,2
Station services	1	2%	0,2

Commerce de détail	21	50%	4,7
---------------------------	-----------	------------	------------

Café- hébergement	5	12%	1,2
Restaurants	14	33%	3,3

Café hôtel restaurants	19	45%	4,4
-------------------------------	-----------	------------	------------

Activité immobilière	3	3%	0,3
Assurances	0	0%	0
Banques	2	2%	0,2
Location	2	2%	0,2
Services divers	12	14%	1,3

Service	2	5%	0,5
----------------	----------	-----------	------------

Ensemble	88	100%	9,4
-----------------	-----------	-------------	------------

Dont le Grand Commerce	Nombre	Surface	Densité
-------------------------------	--------	---------	---------

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

Hypermarché	ND	ND	ND
Supermarché	1	1600	174

Grande Surface Alimentaire	ND	ND	ND
-----------------------------------	-----------	-----------	-----------

Bricolage-jardinerie-animalerie	ND	ND	ND
Culture & loisirs	ND	ND	ND
Divers commerces de détail	ND	ND	ND
Electroménager	ND	ND	ND
Equipement de la maison	ND	ND	ND
Equipement de la personne	ND	ND	ND
Meubles	ND	ND	ND
Sport	ND	ND	ND

Grande Surface Spécialisée	ND	ND	ND
-----------------------------------	-----------	-----------	-----------

Ensemble Grande Surface	1	1600	174
--------------------------------	----------	-------------	------------

L'évaluation du plancher commercial

RÉPARTITION DU PLANCHER COMMERCIAL DU PETIT COMMERCE PAR GRANDS SECTEURS

Secteur d'activité	Surface	% dans la commune
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	780 m ²	13,3 %
Boulangerie - Boucherie	165 m ²	5,7 %
Commerce de détail divers	292 m ²	6,1 %
Équipement de la maison	120 m ²	2,9 %
Équipement de la personne	0 m ²	0 %
Hygiène - Santé - Beauté	78 m ²	3,9 %
Ensemble des surfaces	1435 m²	6,1 %

Les commerces présents sur Vincenzo sont exclusivement des commerces de proximité, le quartier pèse très peu dans le commerce de la commune, d'autant plus que Saint-Joseph est un centre-ville relativement bien fourni commercialement.

Performance économique

Au vu des caractéristiques de l'offre commerciale, on comprend aisément que les évasions commerciales sont très fortes dans toutes les familles de produits, et les évasions sont même totales dans l'équipement de la personne et le culture & loisirs. Sur les 12 millions de dépenses commercialisables (soit 2 800 euros / an/ personne) seulement 2,5 millions sont captés par l'appareil commercial en place dans la zone. On constate que le consommateur de Vincenzo dépense plus dans le petit commerce, 28% que la moyenne des réunionnais, 21%. Cela étant l'offre commerciale existante correspond à une offre de quartier rural.

Sources:

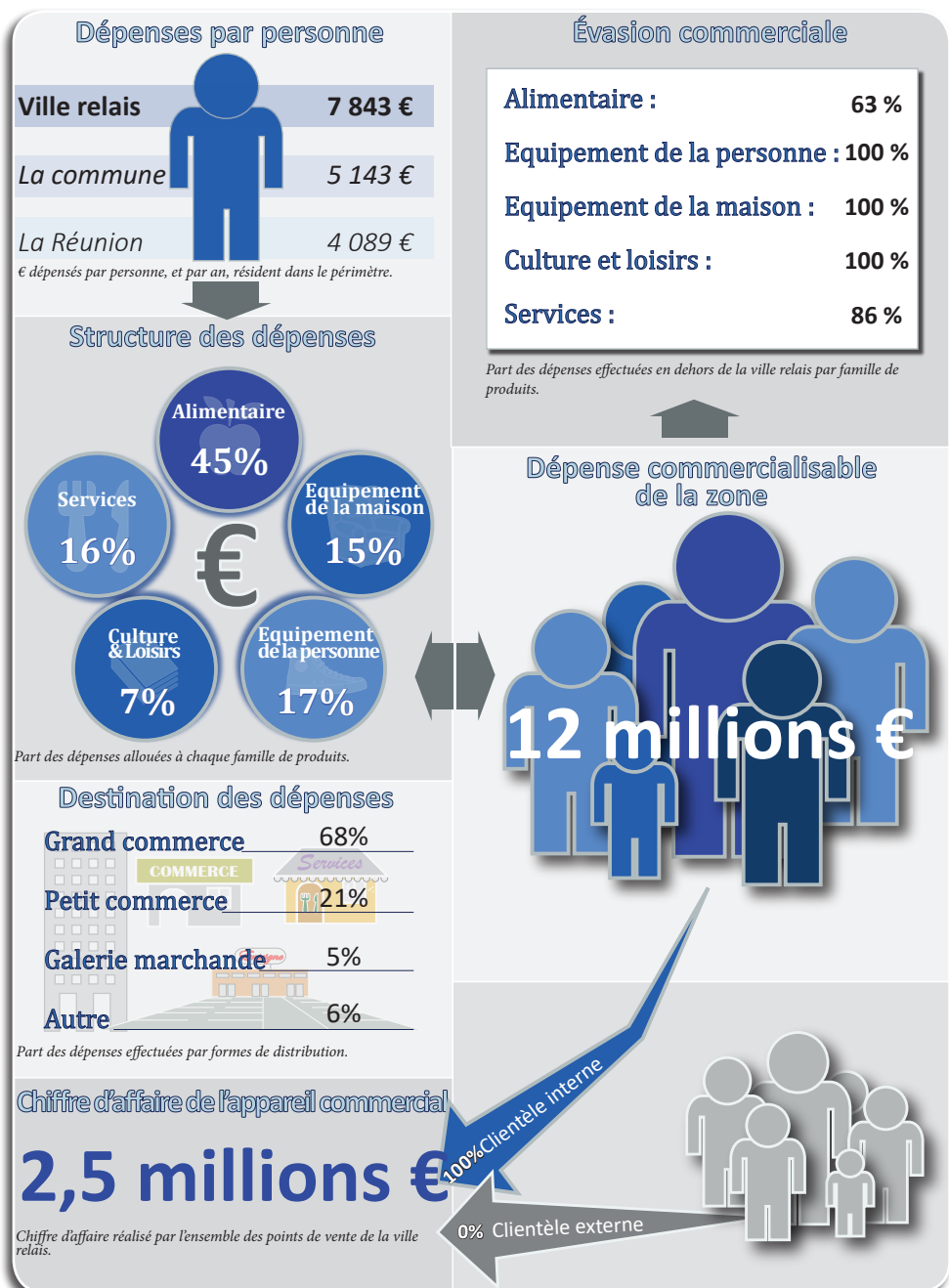
- Données population: INSEE 2013
- Données établissements : CCI Réunion 2016 Fichier Consulaire
- Données surfaces: Estimation CCIRéunion - relevé terrain des surfaces commerciales entre 2002 et 2016
- Données comportements d'achat : CCIRéunion 2015 enquêtes (43 000 actes d'achat)

Quelques définitions:

-Dépense commercialisable: C'est le potentiel des dépenses pouvant être réalisées dans les différents circuits de distribution. Elles sont liées à l'importance de la population de chaque zone et à la richesse des zones (appréhendée selon les indices de disparité de la consommation en France) (données nationales). Elles sont dépensées dans la zone et en-dehors.

-Chiffre d'affaires estimé d'une zone : Il correspond aux dépenses effectuées dans cette zone, tant par les résidents de cette zone (chiffre d'affaires d'origine interne) que par les résidents des autres zones (chiffre d'affaires d'origine externe).

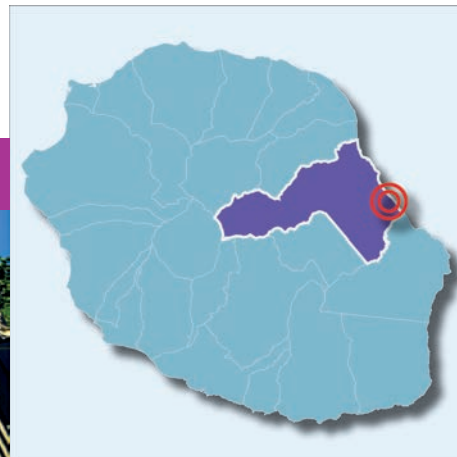
Réalisation : CCI Réunion - Pôle Urbanisme et Aménagement Commercial



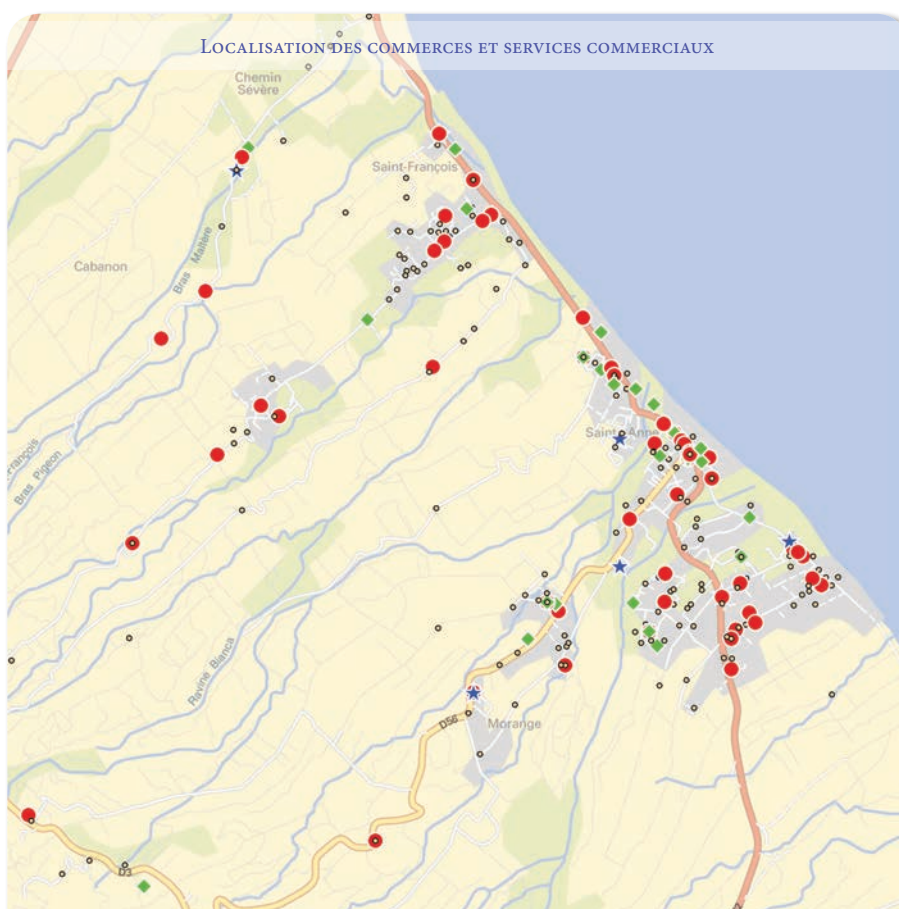
SAINT-ANNE

IDENTITÉ COMMERCIALE

Commune : **Saint-Benoît**
 Population : **9192**
 Nombre d'établissements commerciaux : **88**



Commerces et services commerciaux sur le territoire



Légende

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

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

Saint-Anne est un quartier littoral de la commune de Saint-Benoît située dans l'est de l'île. Le quartier est traversé par la route nationale 2. On y recense un peu moins d'une soixantaine de commerces et services commerciaux, aucun grand commerce n'est recensé. Il existe une

petite concentration d'activité localisée non loin de la mairie annexe.

Secteur d'activité	Nombre	Part	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	11	20%	1,3
Boulangerie - Boucherie	6	11%	0,7
Commerce automobile	2	4%	0,2
Commerce de détail divers	5	9%	0,6
Equipement de la maison	3	5%	0,4
Equipement de la personne	0	0%	0
Hygiène-Santé-Beauté	3	5%	0,4
Station services	0	0%	0

Commerce de détail	30	54%	3,6
---------------------------	-----------	------------	------------

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

Café hôtel restaurants	20	36%	2,4
-------------------------------	-----------	------------	------------

Activité immobilière	3	3%	0,3
Assurances	0	0%	0
Banques	2	2%	0,2
Location	2	2%	0,2
Services divers	12	14%	1,3

Service	6	11%	0,7
----------------	----------	------------	------------

Ensemble	88	100%	9,4
-----------------	-----------	-------------	------------

Dont le Grand Commerce	Nombre	Surface	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			
Hypermarché	ND	ND	ND
Supermarché	1	1600	174
Grande Surface Alimentaire	ND	ND	ND

Bricolage-jardinerie-animalerie	ND	ND	ND
Culture & loisirs	ND	ND	ND
Divers commerces de détail	ND	ND	ND
Electroménager	ND	ND	ND
Equipement de la maison	ND	ND	ND
Equipement de la personne	ND	ND	ND
Meubles	ND	ND	ND
Sport	ND	ND	ND

Grande Surface Spécialisée	ND	ND	ND
-----------------------------------	-----------	-----------	-----------

Ensemble Grande Surface	1	1600	174
--------------------------------	----------	-------------	------------

L'évaluation du plancher commercial

RÉPARTITION DU PLANCHER COMMERCIAL DU PETIT COMMERCE PAR GRANDS SECTEURS

Secteur d'activité	Surface	% dans la commune
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	1072 m ²	14,1 %
Boulangerie - Boucherie	495 m ²	16,2 %
Commerce de détail divers	486 m ²	11,4 %
Equipement de la maison	359 m ²	11,5 %
Equipement de la personne	0 m ²	0 %
Hygiène - Santé - Beauté	233 m ²	12,5 %
Ensemble des surfaces	2645 m²	11,8 %

Les commerces et services présents sont tournés vers une clientèle locale. Les commerces de la ville relais ne représentent que 11,8% des surfaces commerciales de la commune de Saint-Benoît ou il existe un centre-ville et un centre commercial.

Performance économique

On estime à 3 013 euros par an et par personne la dépense des habitants de Saint-Anne pour les produits concernés. Ce qui est sensiblement la même dépense que celle estimée pour la commune, et nettement moins que la moyenne réunionnaise de 4 089 euros par an et par personne. La dépense commercialisable de tous les habitants de Saint-Anne s'élève à 25 millions d'euros, les achats se font à 64% dans le grand commerce, celui-ci n'existe pas à Saint-Anne, en effet les évasions commerciales sont très fortes, au delà de 90% des dépenses effectuées hors des commerces du territoire pour toutes les familles de produits hormis les services de proximité qui eux captent 68% des dépenses des saint-annois. par conséquent le chiffre d'affaire réalisé par l'appareil commercial de la ville relais n'est que de 6 millions d'euros.

Sources:

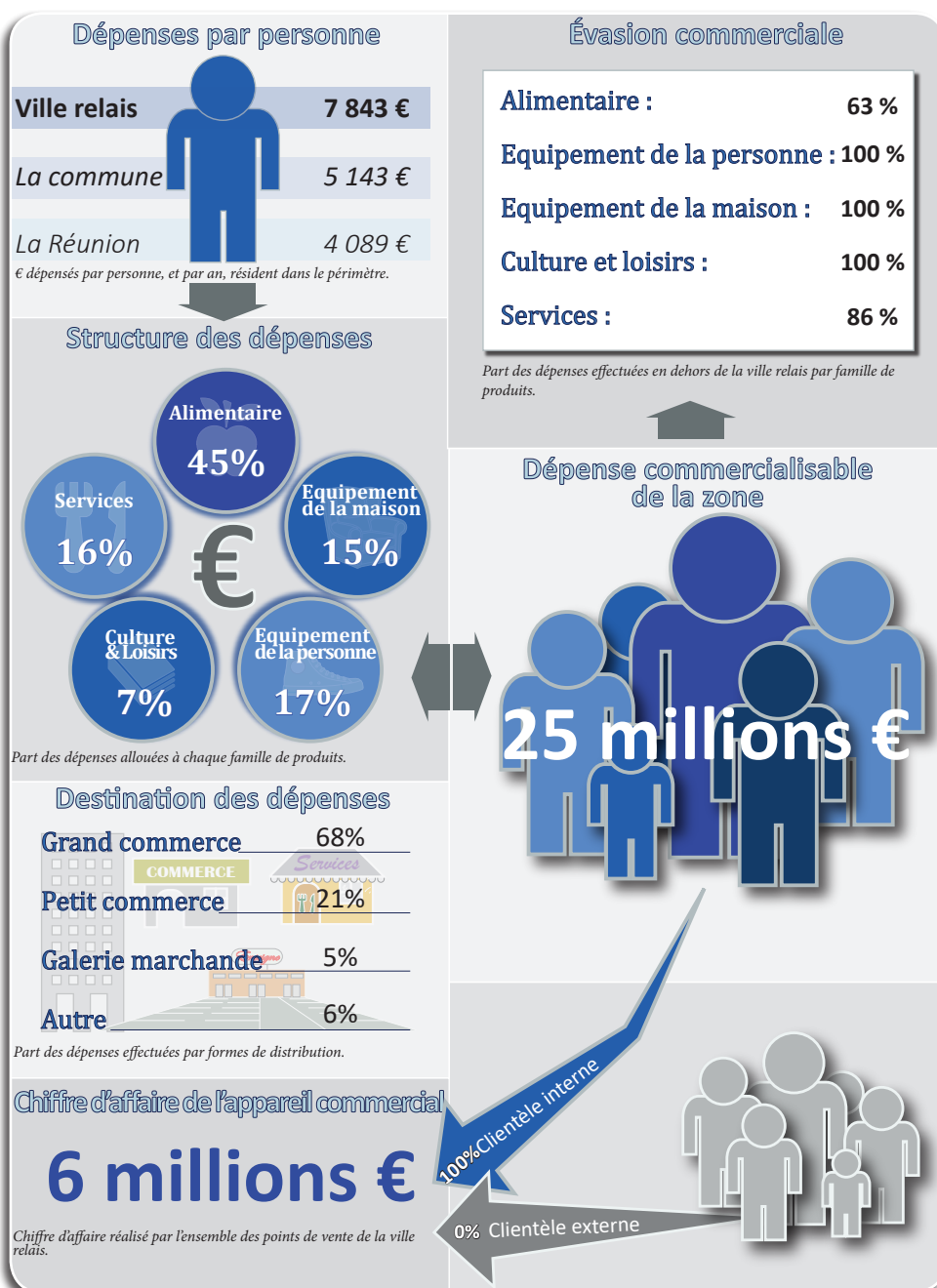
- Données population: INSEE 2013
- Données établissements : CCI Réunion 2016 Fichier Consulaire
- Données surfaces: Estimation CCIRéunion - relevé terrain des surfaces commerciales entre 2002 et 2016
- Données comportements d'achat : CCIRéunion 2015 enquêtes (43 000 actes d'achat)

Quelques définitions:

-Dépense commercialisable: C'est le potentiel des dépenses pouvant être réalisées dans les différents circuits de distribution. Elles sont liées à l'importance de la population de chaque zone et à la richesse des zones (appréhendée selon les indices de disparité de la consommation en France) (données nationales). Elles sont dépensées dans la zone et en-dehors.

-Chiffre d'affaires estimé d'une zone : Il correspond aux dépenses effectuées dans cette zone, tant par les résidents de cette zone (chiffre d'affaires d'origine interne) que par les résidents des autres zones (chiffre d'affaires d'origine externe).

Réalisation : CCI Réunion - Pôle Urbanisme et Aménagement Commercial



BRAS PANON (CENTRE-VILLE)

IDENTITÉ COMMERCIALE

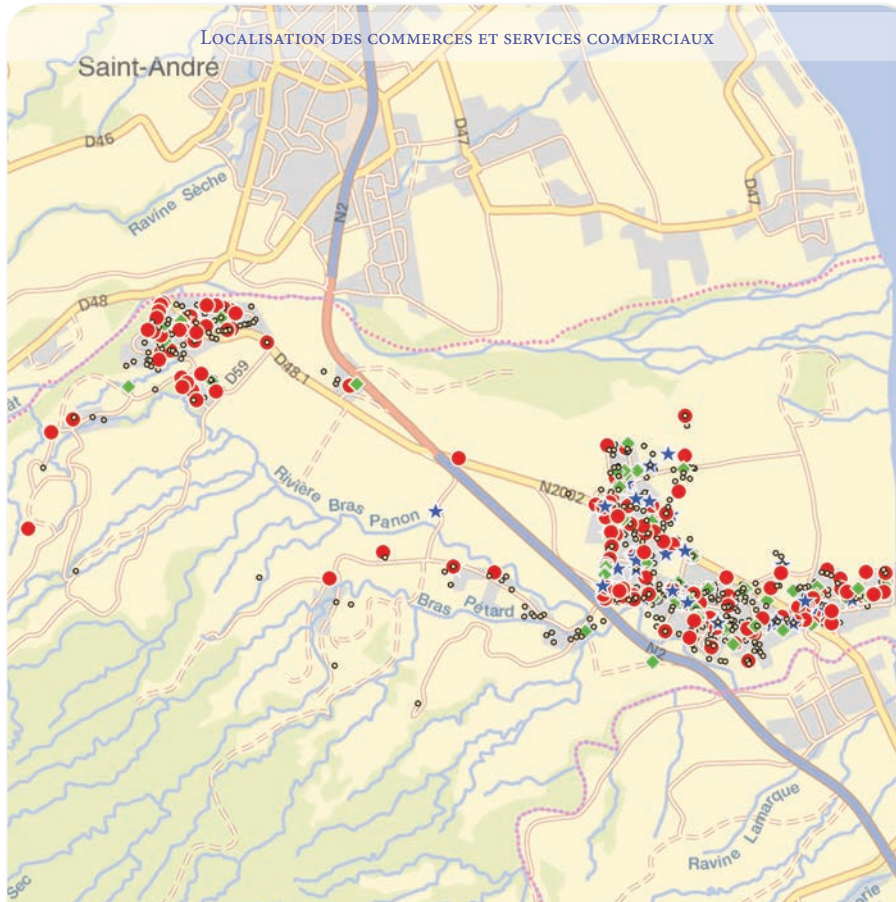
Commune : **Bras Panon**

Population : **9192**

Nombre d'établissements commerciaux : **88**



Commerces et services commerciaux sur le territoire



Légende

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

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

Bras Panon est une commune de l'est de l'île, la ville relais étudiée correspond à la ville de Bras-Panon, c'est la centralité urbaine la plus importante de la commune. 171 commerces et services commerciaux sont recensés pour une densité commerciale de 13,6 unités pour 1

000 habitants (Réunion 17,7 unités pour 1 000 habitants) . Il existe 2 supermarchés dans le périmètre pour un total de 1 841 m² de surface de vente. Une centralité commerciale se dessine autour de la mairie.

Secteur d'activité	Nombre	Part	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	24	14%	1,9
Boulangerie - Boucherie	14	8%	1,1
Commerce automobile	25	14%	2
Commerce de détail divers	14	8%	1,1
Equipement de la maison	9	5%	0,7
Equipement de la personne	4	2%	0,3
Hygiène-Santé-Beauté	16	9%	1,3
Station services	4	2%	0,3

Commerce de détail	110	63%	8,4
---------------------------	------------	------------	------------

Café- hébergement	7	4%	0,6
Restaurants	34	19%	2,7

Café hôtel restaurants	41	23%	3,2
-------------------------------	-----------	------------	------------

Activité immobilière	3	3%	0,3
Assurances	0	0%	0
Banques	2	2%	0,2
Location	2	2%	0,2
Services divers	12	14%	1,3

Service	24	14%	1,9
----------------	-----------	------------	------------

Ensemble	88	100%	9,4
-----------------	-----------	-------------	------------

Dont le Grand Commerce	Nombre	Surface	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			

Hypermarché	ND	ND	ND
Supermarché	1	1600	174

Grande Surface Alimentaire	2	1841	146
-----------------------------------	----------	-------------	------------

Bricolage-jardinerie-animalerie	ND	ND	ND
Culture & loisirs	ND	ND	ND
Divers commerces de détail	ND	ND	ND
Electroménager	ND	ND	ND
Equipement de la maison	ND	ND	ND
Equipement de la personne	ND	ND	ND
Meubles	ND	ND	ND
Sport	ND	ND	ND

Grande Surface Spécialisée	ND	ND	ND
-----------------------------------	-----------	-----------	-----------

Ensemble Grande Surface	1	1600	174
--------------------------------	----------	-------------	------------

L'évaluation du plancher commercial

RÉPARTITION DU PLANCHER COMMERCIAL DU PETIT COMMERCE PAR GRANDS SECTEURS

Secteur d'activité	Surface	% dans la commune
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	2340 m ²	64,9 %
Boulangerie - Boucherie	1154 m ²	77,8 %
Commerce de détail divers	1361 m ²	56 %
Équipement de la maison	1078 m ²	90 %
Équipement de la personne	344 m ²	44,4 %
Hygiène - Santé - Beauté	1245 m ²	84,2 %
Ensemble des surfaces	7522 m²	68,6 %

La ville relais de Bras-Panon concentre 58,8% des surfaces commerciales de la commune, à relativiser, car ce centre est de taille modeste et les commerces sont surtout de proximité, soit peu de commerces dans l'équipement de la personne et de la maison. Commercialement, la commune à vocation

rurale est située entre les communes de Saint-André et Saint-Benoît, deux communes ayant des centres-ville conséquents, et ayant sur leur territoire des zones commerciales, parfois, à rayonnement régionale comme à Saint-André.

Performance économique

La dépense commercialisable de la zone est estimée à 48 millions d'euros, soit une dépense par personne et par an de 3 841 euros (Réunion 4 089 euros par an et personne). Au vu de l'équipement en grande surface existante sur Bras-Panon, l'évasion commerciale y est relativement maîtrisée (45%). Cependant l'évasion commerciale est très forte dans toutes les autres familles de produits, comme explicité précédemment, Bras-Panon se trouve au milieu de deux communes relativement attractives en matière commerciale. L'appareil commercial réalise 34 millions d'euros de chiffre d'affaire, dont une grosse contribution est réalisée par le supermarché Leclerc, qui captent les achats notamment alimentaire des panonnais et attire aussi des clients des communes alentours.

Sources:

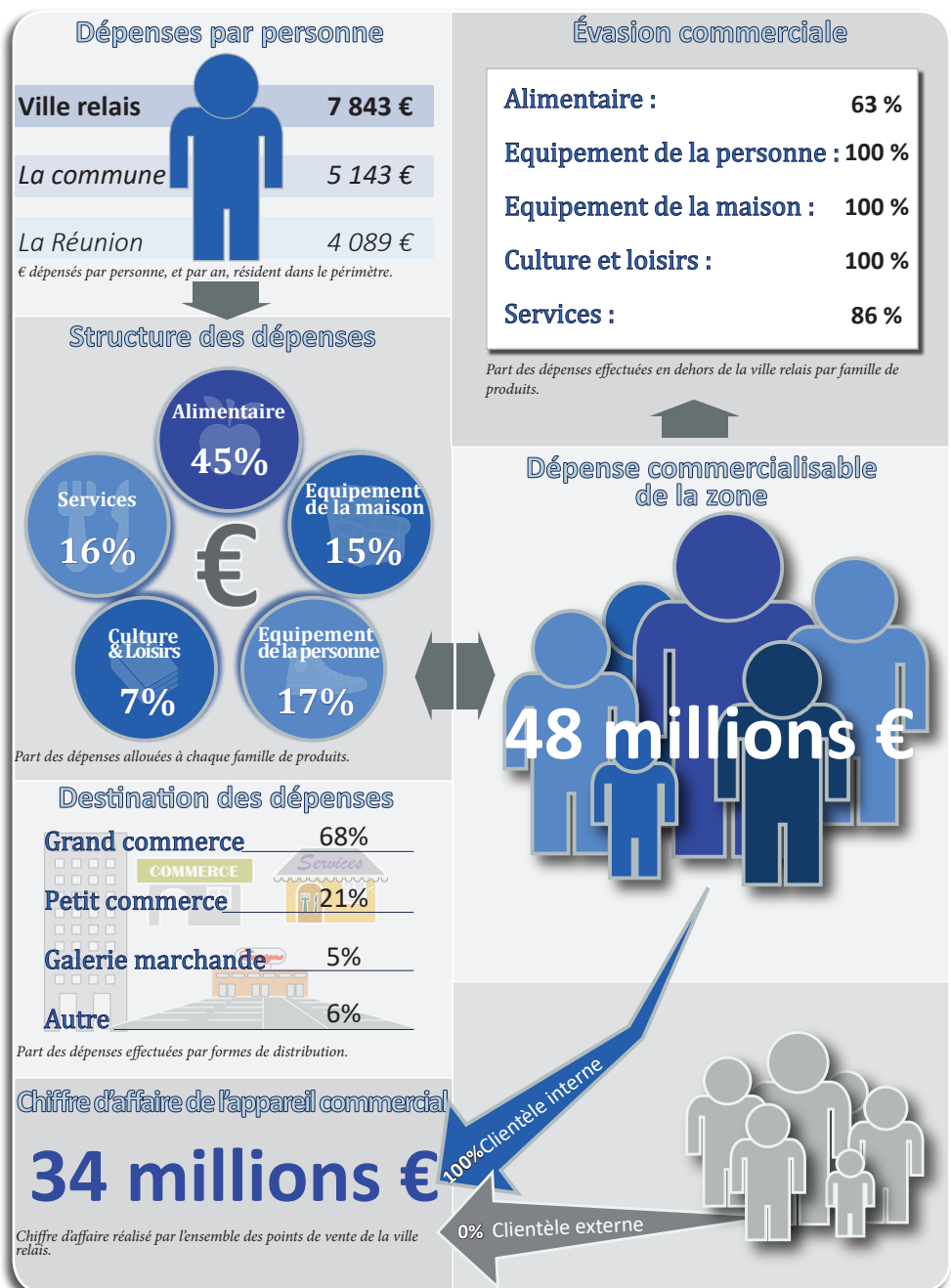
- Données population: INSEE 2013
- Données établissements : CCI Réunion 2016 Fichier Consulaire
- Données surfaces: Estimation CCIRéunion - relevé terrain des surfaces commerciales entre 2002 et 2016
- Données comportements d'achat : CCIRéunion 2015 enquêtes (43 000 actes d'achat)

Quelques définitions:

-Dépense commercialisable: C'est le potentiel des dépenses pouvant être réalisées dans les différents circuits de distribution. Elles sont liées à l'importance de la population de chaque zone et à la richesse des zones (appréhendée selon les indices de disparité de la consommation en France) (données nationales). Elles sont dépensées dans la zone et en-dehors.

-Chiffre d'affaires estimé d'une zone : Il correspond aux dépenses effectuées dans cette zone, tant par les résidents de cette zone (chiffre d'affaires d'origine interne) que par les résidents des autres zones (chiffre d'affaires d'origine externe).

Réalisation : CCI Réunion - Pôle Urbanisme et Aménagement Commercial

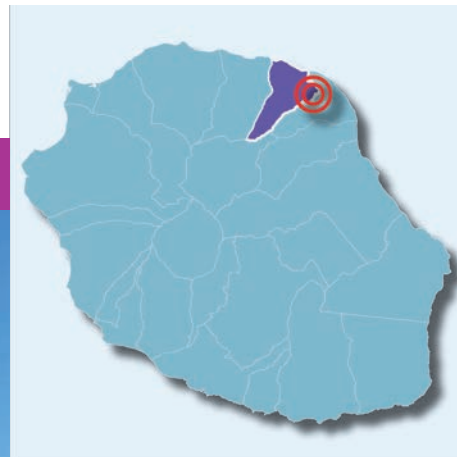


QUARTIER FRANÇAIS

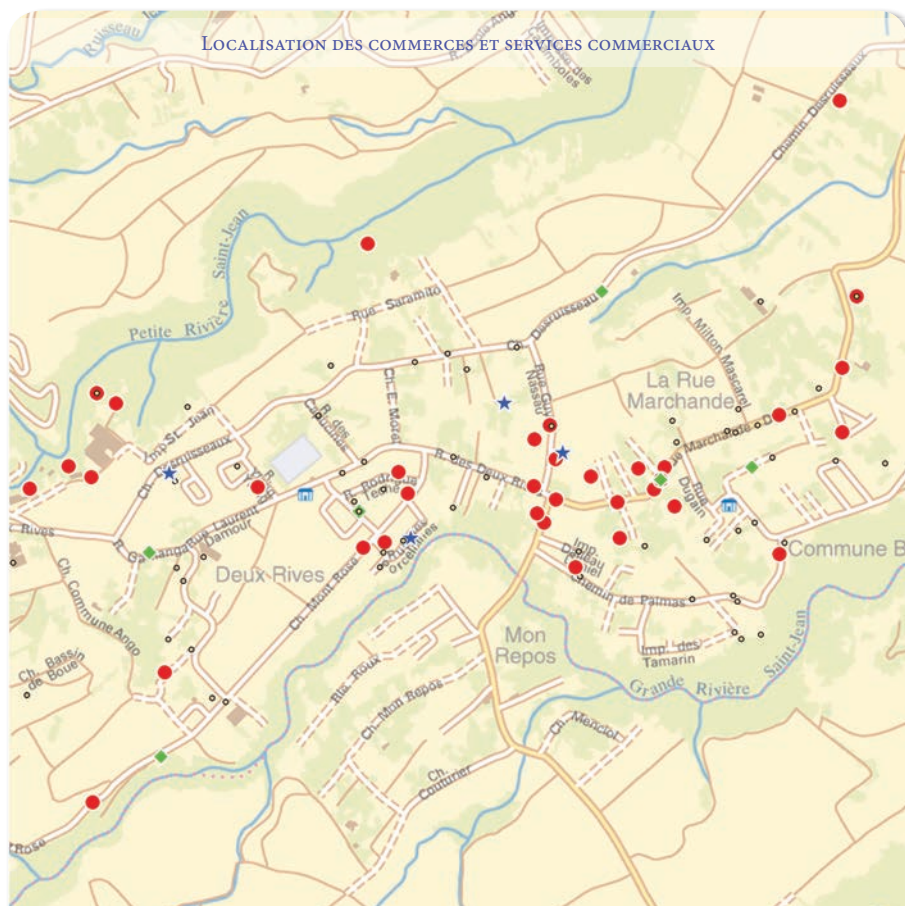
* Périmètre étudié ici correspond au quartier centre-ville est non la commune

IDENTITÉ COMMERCIALE

Commune : **Quartier Français**
 Population : **9192**
 Nombre d'établissements commerciaux : **88**



Commerces et services commerciaux sur le territoire



Légende

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

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

Quartier Français est un petit quartier de la commune de Sainte-Suzanne. Même si le nombre d'habitants y est modéré avec environ 4000 personnes, le fait commercial y est particulièrement présent. En effet, en sus de la présence de quelques petits commerces et services

commerciaux, on note la présence d'un centre-commercial d'envergure régionale de plus 5 000 m² que pour l'enseigne motrice, à laquelle viennent se rajouter une galerie marchande de plus de 30 enseignes dont des grandes surfaces spécialisées.

Secteur d'activité	Nombre	Part	Densité
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	4	17%	1
Boulangerie - Boucherie	1	4%	0,2
Commerce automobile	3	13%	0,7
Commerce de détail divers	5	22%	1,2
Equipement de la maison	3	13%	0,7
Equipement de la personne	0	0%	0
Hygiène-Santé-Beauté	1	4%	0,2
Station services	0	0%	0

Commerce de détail 17 74% 4,2

Café- hébergement	0	0%	0
Restaurants	6	26%	1,5

Café hôtel restaurants 6 26% 1,5

Activité immobilière	3	3%	0,3
Assurances	0	0%	0
Banques	2	2%	0,2
Location	2	2%	0,2
Services divers	12	14%	1,3

Service 0 0% 0

Ensemble 88 100% 9,4

Dont le Grand Commerce Nombre Surface Densité

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

Hypermarché	ND	ND	ND
Supermarché	1	1600	174

Grande Surface Alimentaire 3 6775 1664

Bricolage-jardinerie-animalerie	ND	ND	ND
Culture & loisirs	ND	ND	ND
Divers commerces de détail	ND	ND	ND
Electroménager	ND	ND	ND
Equipement de la maison	ND	ND	ND
Equipement de la personne	ND	ND	ND
Meubles	ND	ND	ND
Sport	ND	ND	ND

Grande Surface Spécialisée ND ND ND

Ensemble Grande Surface 1 1600 174



L'évaluation du plancher commercial

RÉPARTITION DU PLANCHER COMMERCIAL DU PETIT COMMERCE PAR GRANDS SECTEURS

Secteur d'activité	Surface	% dans la commune
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	390 m ²	14,3 %
Boulangerie - Boucherie	82 m ²	4,7 %
Commerce de détail divers	486 m ²	25 %
Équipement de la maison	359 m ²	27,2 %
Équipement de la personne	0 m ²	0 %
Hygiène - Santé - Beauté	78 m ²	7,7 %
Ensemble des surfaces	1395 m²	14,2 %

Quartier Français est le quartier commerçant de la commune, rayonnant même à l'échelle régionale grâce à son mastodonte commerciale sous enseigne Carrefour. Elle se trouve néanmoins au cœur d'une bagarre commerciale entre la zone commerciale de La Cocoteraie sur la commune

de Saint-André, et La zone commerciale de Duparc sur la commune de Sainte-Marie, autre mastodonte commercial à quelques kilomètres plus à l'ouest, également d'envergure régionale.

Performance économique

Les quelques 4000 habitants de Quartier Français représentent 15 millions d'euros de dépenses, soit 3 798 euros par personne et par an pour les familles de produits concernés, un peu en dessous de la moyenne réunionnaise de 4 089 euros. Le mode de consommation est similaire à celui relevé dans l'île, surtout dirigé (68%) vers les grands commerces. La présence de l'important centre commercial, additionné aux autres commerces de la zone génère un chiffre d'affaire conséquent de 135 millions d'euros.

Sources:

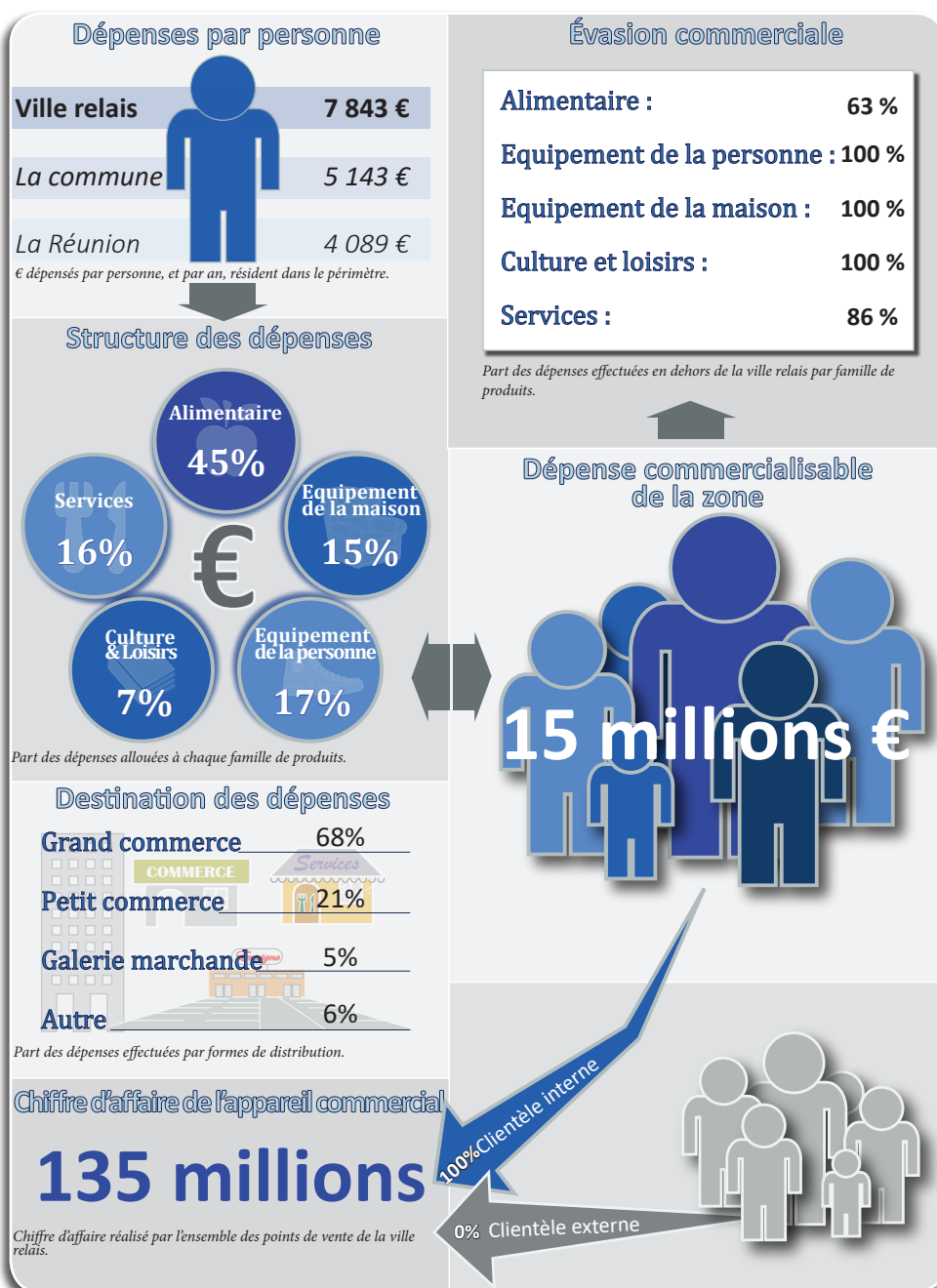
- Données population: INSEE 2013
- Données établissements : CCI Réunion 2016 Fichier Consulaire
- Données surfaces: Estimation CCIRéunion - relevé terrain des surfaces commerciales entre 2002 et 2016
- Données comportements d'achat : CCIRéunion 2015 enquêtes (43 000 actes d'achat)

Quelques définitions:

-Dépense commercialisable: C'est le potentiel des dépenses pouvant être réalisées dans les différents circuits de distribution. Elles sont liées à l'importance de la population de chaque zone et à la richesse des zones (appréhendée selon les indices de disparité de la consommation en France) (données nationales). Elles sont dépensées dans la zone et en-dehors.

-Chiffre d'affaires estimé d'une zone : Il correspond aux dépenses effectuées dans cette zone, tant par les résidents de cette zone (chiffre d'affaires d'origine interne) que par les résidents des autres zones (chiffre d'affaires d'origine externe).

Réalisation : CCI Réunion - Pôle Urbanisme et Aménagement Commercial

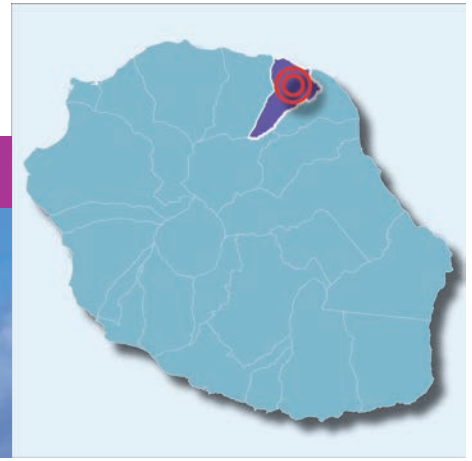


SAINTE-SUZANNE (CENTRE-VILLE)

* Périmètre étudié ici correspond au quartier centre-ville est non la commune

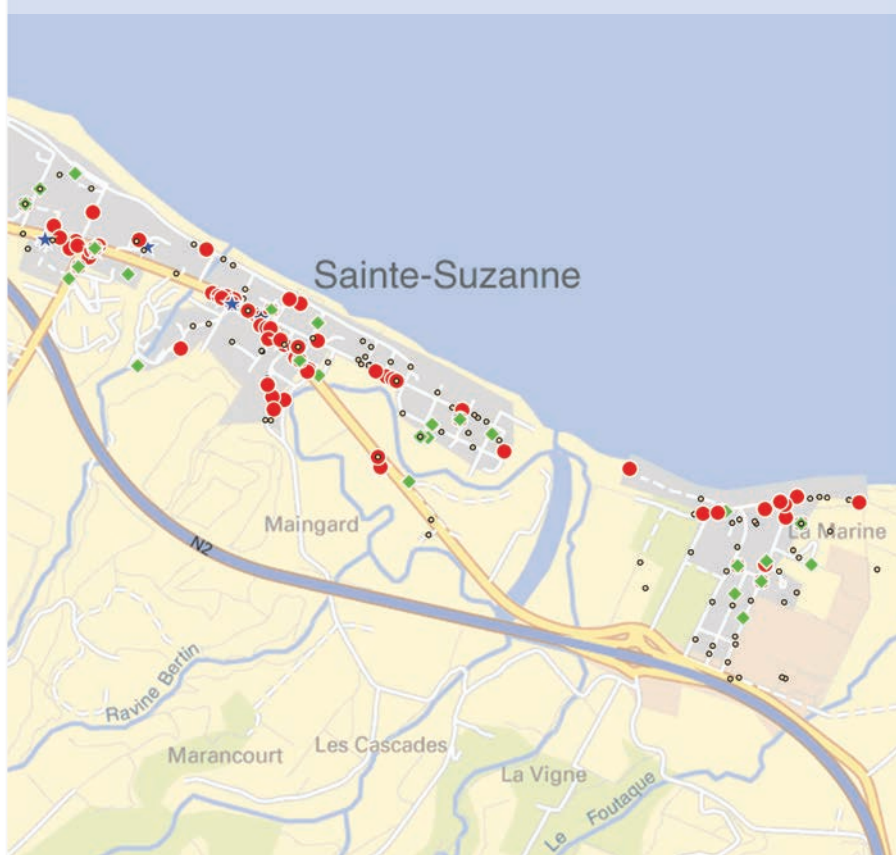
IDENTITÉ COMMERCIALE

Commune : **Sainte-Suzanne**
 Population : **9192**
 Nombre d'établissements commerciaux : **88**



Commerces et services commerciaux sur le territoire

LOCALISATION DES COMMERCE ET SERVICES COMMERCIAUX



Légende

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

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

Sainte-Suzanne est la ville historique de la commune du même nom. On y trouve un petit centre-ville peu dense qui regroupe une soixantaine de commerces et services commerciaux. Il existe sur le périmètre une petite GSS (grande surface spécialisée) dans le Bri-

colage-Jardinage d'une surface de vente de 750 m². La densité commerciale relevée de 15,5 unités / 1 000 habitants est légèrement plus basse que celle de l'ensemble du territoire réunionnais (17,7 unités / 1 000 habitants).

Secteur d'activité	Nombre	Part	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	6	9%	1,5
Boulangerie - Boucherie	4	6%	1
Commerce automobile	3	5%	0,8
Commerce de détail divers	7	11%	1,8
Equipement de la maison	0	0%	0
Equipement de la personne	1	2%	0,3
Hygiène-Santé-Beauté	9	14%	2,3
Station services	4	6%	1

Commerce de détail	34	52%	7,6
---------------------------	-----------	------------	------------

Café- hébergement	4	6%	1
Restaurants	18	28%	4,6

Café hôtel restaurants	22	34%	5,6
-------------------------------	-----------	------------	------------

Activité immobilière	3	3%	0,3
Assurances	0	0%	0
Banques	2	2%	0,2
Location	2	2%	0,2
Services divers	12	14%	1,3

Service	9	14%	2,3
----------------	----------	------------	------------

Ensemble	88	100%	9,4
-----------------	-----------	-------------	------------

Dont le Grand Commerce	Nombre	Surface	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			
Hypermarché	ND	ND	ND
Supermarché	1	1600	174
Grande Surface Alimentaire	ND	ND	ND

Hypermarché	ND	ND	ND
Supermarché	1	1600	174

Grande Surface Alimentaire	ND	ND	ND
-----------------------------------	-----------	-----------	-----------

Bricolage-jardinerie-animalerie	ND	ND	ND
Culture & loisirs	ND	ND	ND
Divers commerces de détail	ND	ND	ND
Electroménager	ND	ND	ND
Equipement de la maison	ND	ND	ND
Equipement de la personne	ND	ND	ND
Meubles	ND	ND	ND
Sport	ND	ND	ND

Grande Surface Spécialisée	ND	ND	ND
-----------------------------------	-----------	-----------	-----------

Ensemble Grande Surface	1	1600	174
--------------------------------	----------	-------------	------------



L'évaluation du plancher commercial

RÉPARTITION DU PLANCHER COMMERCIAL DU PETIT COMMERCE PAR GRANDS SECTEURS

Secteur d'activité	Surface	% dans la commune
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	585 m ²	21,4 %
Boulangerie - Boucherie	330 m ²	19,1 %
Commerce de détail divers	680 m ²	35 %
Equipement de la maison	0 m ²	0 %
Equipement de la personne	86 m ²	7,7 %
Hygiène - Santé - Beauté	700 m ²	69,2 %
Ensemble des surfaces	2381 m²	24,2 %

Même si la ville relais de Saint-Suzanne constitue le centre-ville historique de la commune, celle-ci ne pèsent pas commercialement dans la commune. En effet, sur le territoire de la commune se trouve un centre-commerciale de plus de 15 000 m² de surface de vente, l'un de plus imposant de l'île.

Performance économique

15 millions d'euros, c'est potentiel de dépenses estimé pour la ville relais de Sainte-Suzanne. Ce qui correspond à une dépense par an et par personne de 3 798 euros. Les évasions sont fortes voir très fortes pour l'ensemble des produits étudiés. Les évasions dans l'équipement de la personne et de la maison sont quasi total, en effet il n'y a pas d'offre sur la zone. A l'instar de l'observation faite pour La Réunion, la structure des dépenses se fait pour une large part dans l'Alimentaire (45%). L'appareil commercial présent génère un chiffre d'affaire estimé à 15 millions d'euros.

Sources:

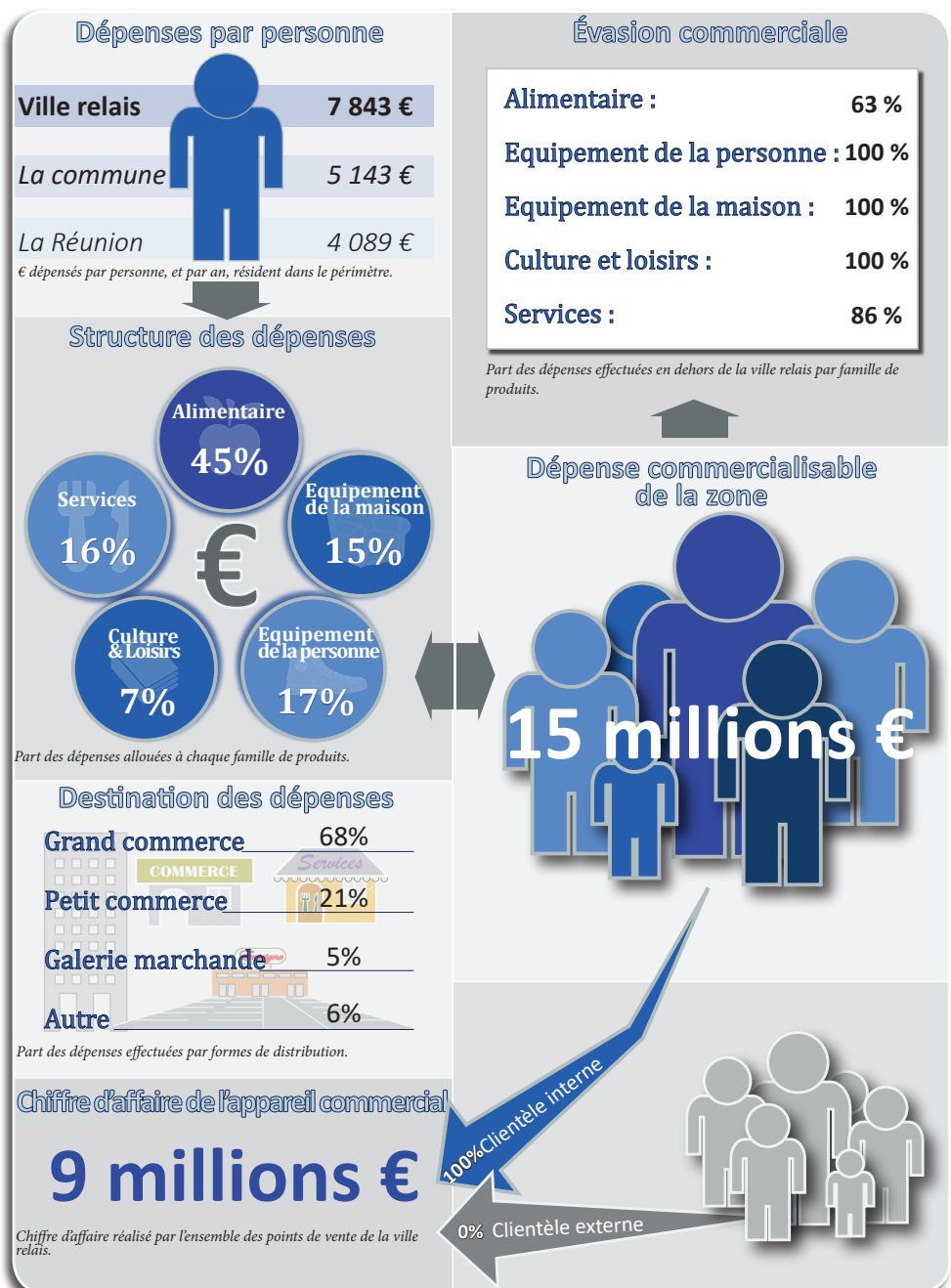
- Données population: INSEE 2013
- Données établissements : CCI Réunion 2016 Fichier Consulaire
- Données surfaces: Estimation CCIRéunion - relevé terrain des surfaces commerciales entre 2002 et 2016
- Données comportements d'achat : CCIRéunion 2015 enquêtes (43 000 actes d'achat)

Quelques définitions:

-Dépense commercialisable: C'est le potentiel des dépenses pouvant être réalisées dans les différents circuits de distribution. Elles sont liées à l'importance de la population de chaque zone et à la richesse des zones (appréhendée selon les indices de disparité de la consommation en France) (données nationales). Elles sont dépensées dans la zone et en-dehors.

-Chiffre d'affaires estimé d'une zone : Il correspond aux dépenses effectuées dans cette zone, tant par les résidents de cette zone (chiffre d'affaires d'origine interne) que par les résidents des autres zones (chiffre d'affaires d'origine externe).

Réalisation : CCI Réunion - Pôle Urbanisme et Aménagement Commercial



SAINTE-MARIE (CENTRE-VILLE)

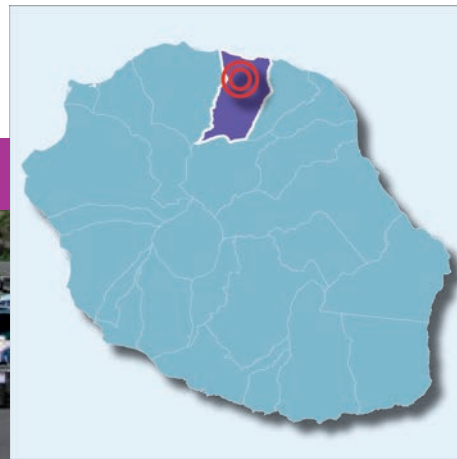
* Périmètre étudié ici correspond au quartier centre-ville est non la commune

IDENTITÉ COMMERCIALE

Commune : **Sainte-Marie**

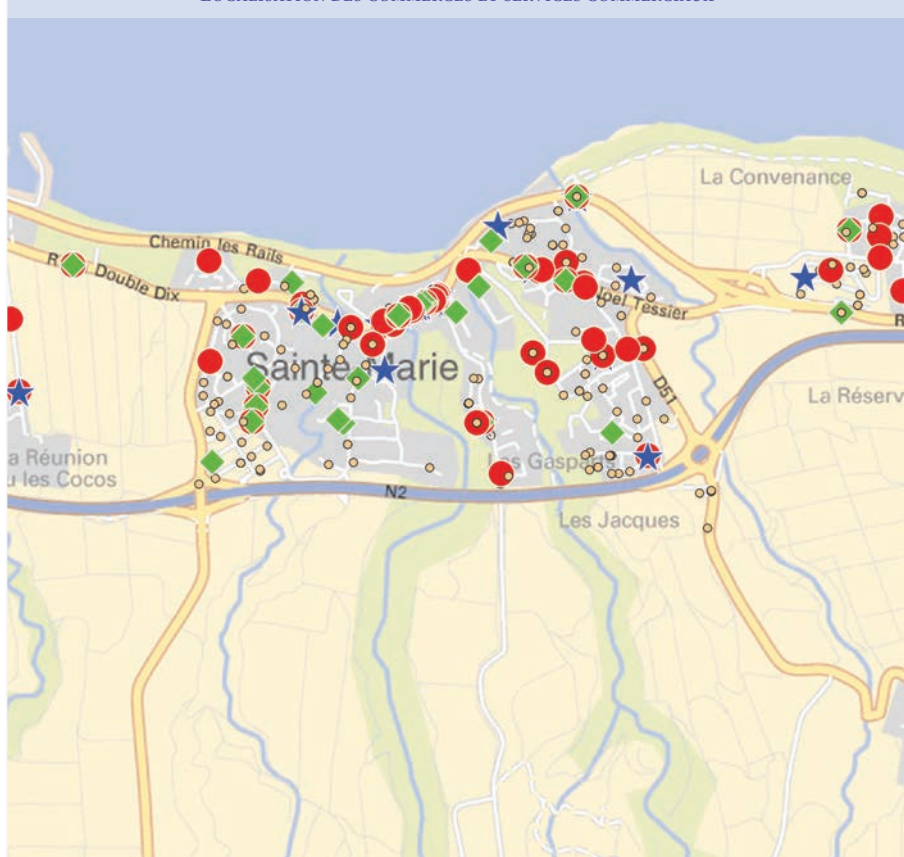
Population : **9192**

Nombre d'établissements commerciaux : **88**



Commerces et services commerciaux sur le territoire

LOCALISATION DES COMMERCES ET SERVICES COMMERCIAUX



Légende

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

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

Sainte-Marie est une ville côtière du nord de La Réunion. La petite agglomération accueille un centre-ville modeste de plus de 130 commerces et services commerciaux, ce qui correspond à une assez faible densité de 12,8 unités pour 1 000 habitants. Malgré sa petite

taille, toutes les activités commerciales et de services à la personne sont représentées. La ville relais de Sainte-Marie se situe dans une partie de l'île où de grandes concentrations commerciales existent (centres-villes et centre-commerciaux).

Secteur d'activité	Nombre	Part	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	15	11%	1,4
Boulangerie - Boucherie	6	4%	0,6
Commerce automobile	18	13%	1,7
Commerce de détail divers	10	7%	1
Equipement de la maison	12	9%	1,2
Equipement de la personne	13	10%	1,3
Hygiène-Santé-Beauté	8	6%	0,8
Station services	3	2%	0,3

Commerce de détail	85	63%	7,9
---------------------------	-----------	------------	------------

Café- hébergement	2	1%	0,2
Restaurants	27	20%	2,6

Café hôtel restaurants	29	21%	2,8
-------------------------------	-----------	------------	------------

Activité immobilière	3	3%	0,3
Assurances	0	0%	0
Banques	2	2%	0,2
Location	2	2%	0,2
Services divers	12	14%	1,3

Service	22	16%	2,1
----------------	-----------	------------	------------

Ensemble	88	100%	9,4
-----------------	-----------	-------------	------------

Dont le Grand Commerce	Nombre	Surface	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			
Hypermarché	ND	ND	ND
Supermarché	1	1600	174
Grande Surface Alimentaire	ND	ND	ND

Hypermarché	ND	ND	ND
Supermarché	1	1600	174

Grande Surface Alimentaire	ND	ND	ND
-----------------------------------	-----------	-----------	-----------

Bricolage-jardinerie-animalerie	ND	ND	ND
Culture & loisirs	ND	ND	ND
Divers commerces de détail	ND	ND	ND
Electroménager	ND	ND	ND
Equipement de la maison	ND	ND	ND
Equipement de la personne	ND	ND	ND
Meubles	ND	ND	ND
Sport	ND	ND	ND

Grande Surface Spécialisée	ND	ND	ND
-----------------------------------	-----------	-----------	-----------

Ensemble Grande Surface	1	1600	174
--------------------------------	----------	-------------	------------

L'évaluation du plancher commercial

RÉPARTITION DU PLANCHER COMMERCIAL DU PETIT COMMERCE PAR GRANDS SECTEURS

Secteur d'activité	Surface	% dans la commune
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	1462 m ²	31,9 %
Boulangerie - Boucherie	495 m ²	23,1 %
Commerce de détail divers	972 m ²	26,3 %
Équipement de la maison	1438 m ²	38,7 %
Équipement de la personne	1117 m ²	30,2 %
Hygiène - Santé - Beauté	622 m ²	32 %
Ensemble des surfaces	6106 m²	30,9 %

Le centre-ville sainte-marien regroupe environ 30% des surfaces commerciales de la commune hors centre commerciaux, c'est la centralité commerciale hors centre commerciaux la plus étoffée, mais on retrouve de nombreuses petites centralités commerciales implantées sur la commune.

Performance économique

Les habitants de la ville relais de Sainte-Marie dépensent environ 4 980 euros par an et par personne dans les produits de consommation courante étudiés ici, soit de 900 euros de plus que le chiffre moyen relevé sur l'île. Ainsi, le potentiel de dépense de la zone est estimé à 52 millions d'euros. Malgré un centre-ville existant, les évactions commerciales constatées pour la zone sont très fortes. Comme expliqué précédemment, on trouve à proximité relative de grandes concentrations commerciales à envergure régionale, dont le zone commerciale Duparc située sur la commune même. Les évactions dépassent les 79% dans toutes les familles de produits, ainsi qu'en alimentaire (87%). Les commerces et services commerciaux présents réalisent un chiffre d'affaire global de 24 millions d'euros.

Sources:

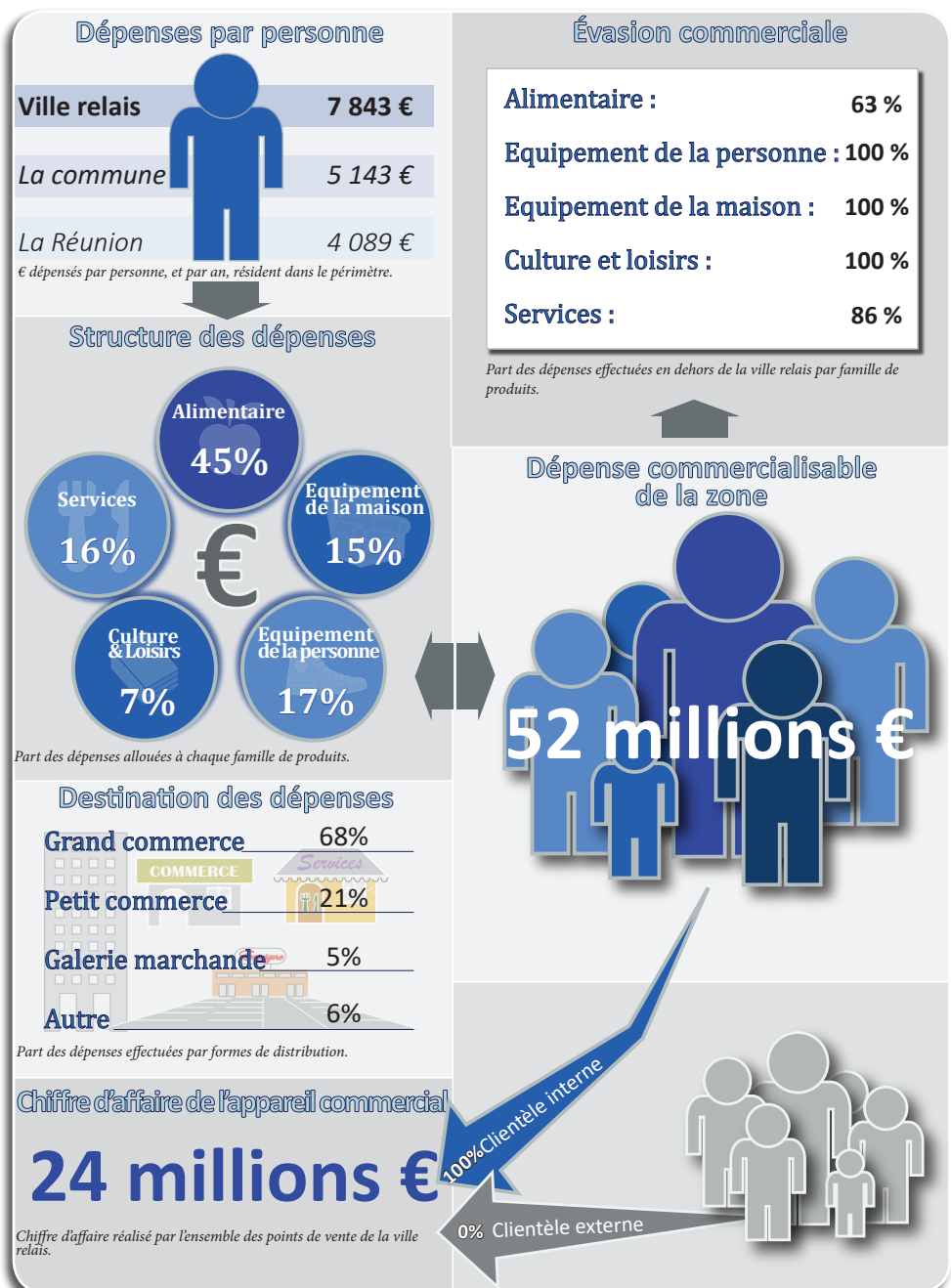
- Données population: INSEE 2013
- Données établissements : CCI Réunion 2016 Fichier Consulaire
- Données surfaces: Estimation CCIRéunion - relevé terrain des surfaces commerciales entre 2002 et 2016
- Données comportements d'achat : CCIRéunion 2015 enquêtes (43 000 actes d'achat)

Quelques définitions:

-Dépense commercialisable: C'est le potentiel des dépenses pouvant être réalisées dans les différents circuits de distribution. Elles sont liées à l'importance de la population de chaque zone et à la richesse des zones (appréhendée selon les indices de disparité de la consommation en France) (données nationales). Elles sont dépensées dans la zone et en-dehors.

-Chiffre d'affaires estimé d'une zone : Il correspond aux dépenses effectuées dans cette zone, tant par les résidents de cette zone (chiffre d'affaires d'origine interne) que par les résidents des autres zones (chiffre d'affaires d'origine externe).

Réalisation : CCI Réunion - Pôle Urbanisme et Aménagement Commercial

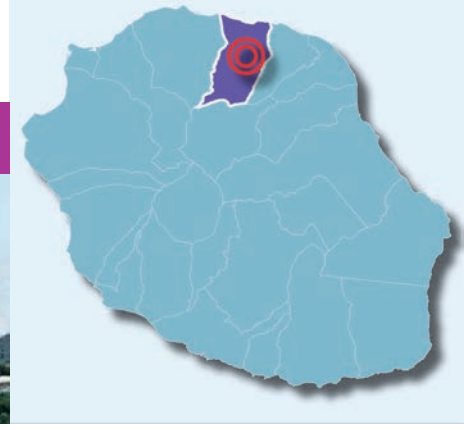


IDENTITÉ COMMERCIALE

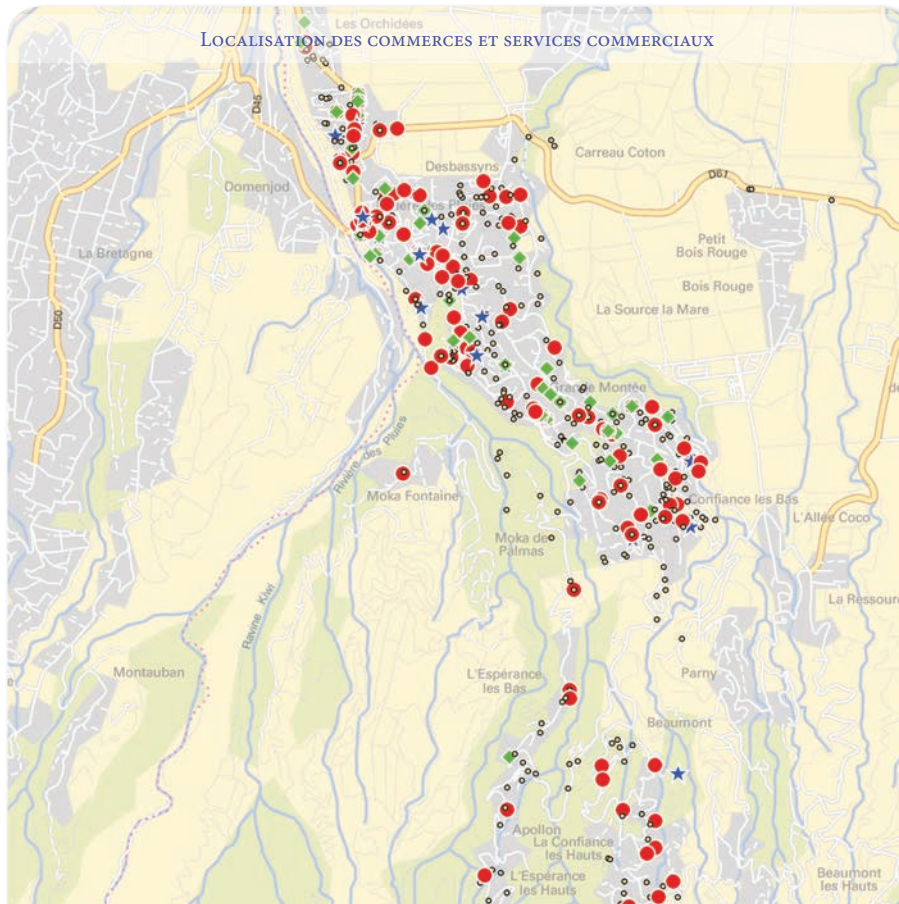
Commune : **Sainte-Marie**

Population : **9192**

Nombre d'établissements commerciaux : **88**



Commerces et services commerciaux sur le territoire



Légende

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

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

La Rivière des pluies, la Grande Montée, Beauséjour est un ensemble de quartiers assez vaste d'environ 10 000 habitants de la commune de Sainte-Marie. Il existe plusieurs petites poches commerciales sur l'ensemble des quartiers mais aucun regroupement joue le rôle de centralité

pour l'ensemble. Ce sont surtout des commerces et services commerciaux de proximité de quartiers plus ou moins disséminés sur l'ensemble de leur territoire. L'ensemble compte un peu plus d'une centaine de commerces et services commerciaux.

Secteur d'activité	Nombre	Part	Densité
<i>Sources: Etablissement CCIRéunion 2016 - Population INSEE 2013 Densité exprimée en unité pour 1 000 habitants</i>			
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	13	12%	1,3
Boulangerie - Boucherie	7	6%	0,7
Commerce automobile	9	8%	0,9
Commerce de détail divers	9	8%	0,9
Equipement de la maison	4	4%	0,4
Equipement de la personne	4	4%	0,4
Hygiène-Santé-Beauté	7	6%	0,7
Station services	3	3%	0,3

Commerce de détail	56	51%	5,2
---------------------------	-----------	------------	------------

Café- hébergement	6	5%	0,6
Restaurants	33	30%	3,2

Café hôtel restaurants	39	35%	3,8
-------------------------------	-----------	------------	------------

Activité immobilière	3	3%	0,3
Assurances	0	0%	0
Banques	2	2%	0,2
Location	2	2%	0,2
Services divers	12	14%	1,3

Service	15	14%	1,5
----------------	-----------	------------	------------

Ensemble	88	100%	9,4
-----------------	-----------	-------------	------------

Dont le Grand Commerce	Nombre	Surface	Densité
-------------------------------	--------	---------	---------

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

Hypermarché	ND	ND	ND
Supermarché	1	1600	174

Grande Surface Alimentaire	1	1194	117
-----------------------------------	----------	-------------	------------

Bricolage-jardinerie-animalerie	ND	ND	ND
Culture & loisirs	ND	ND	ND
Divers commerces de détail	ND	ND	ND
Electroménager	ND	ND	ND
Equipement de la maison	ND	ND	ND
Equipement de la personne	ND	ND	ND
Meubles	ND	ND	ND
Sport	ND	ND	ND

Grande Surface Spécialisée	ND	ND	ND
-----------------------------------	-----------	-----------	-----------

Ensemble Grande Surface	1	1600	174
--------------------------------	----------	-------------	------------

L'évaluation du plancher commercial

RÉPARTITION DU PLANCHER COMMERCIAL DU PETIT COMMERCE PAR GRANDS SECTEURS

Secteur d'activité	Surface	% dans la commune
Alimentaire (hors boulangerie- boucherie)	1267 m ²	27,7 %
Boulangerie - Boucherie	577 m ²	26,9 %
Commerce de détail divers	875 m ²	23,7 %
Équipement de la maison	479 m ²	12,9 %
Équipement de la personne	344 m ²	9,3 %
Hygiène - Santé - Beauté	545 m ²	28 %
Ensemble des surfaces	4087 m²	20,7 %

Ces quartiers sont majoritairement à vocation résidentielle, c'est pour cela qu'on y retrouve surtout des commerces et services de proximité, mais l'ensemble pèsent peu sur l'ensemble des surfaces commerciales de la commune soit 20,7 % (surfaces petits commerces).

Performance économique

La dépense commercialisable de l'ensemble des habitants de la zone est estimée à 51 millions, soit 4 980 euros par personne et par an. La zone géographique est large avec aucun véritable regroupement commercial, les évasions sont très fortes dans toutes les catégories de produits étudiées, d'autant plus que la zone commerciale DUPARC est à proximité, ainsi que Le Chaudron et un peu ploin le centre-ville de Saint-Denis. L'appareil commercial arrive à générer 23 millions d'euros de chiffre d'affaire.

Sources:

- Données population: INSEE 2013
- Données établissements : CCI Réunion 2016 Fichier Consulaire
- Données surfaces: Estimation CCIRéunion - relevé terrain des surfaces commerciales entre 2002 et 2016
- Données comportements d'achat : CCIRéunion 2015 enquêtes (43 000 actes d'achat)

Quelques définitions:

-Dépense commercialisable: C'est le potentiel des dépenses pouvant être réalisées dans les différents circuits de distribution. Elles sont liées à l'importance de la population de chaque zone et à la richesse des zones (appréhendée selon les indices de disparité de la consommation en France) (données nationales). Elles sont dépensées dans la zone et en-dehors.

-Chiffre d'affaires estimé d'une zone : Il correspond aux dépenses effectuées dans cette zone, tant par les résidents de cette zone (chiffre d'affaires d'origine interne) que par les résidents des autres zones (chiffre d'affaires d'origine externe).

Réalisation : CCI Réunion - Pôle Urbanisme et Aménagement Commercial

