PETITES VILLES DE DEMAIN

MISSION SHOP'IN
IMPACT CRISE

PAYS DE MONTFAUCON (43)

Diagnostic général
du territoire
Juillet 2022

Mission financée par:

SOMMAIRE

METHODOLOGIE 3

1. CONTEXTE LOCAL

1.1. CONTEXTE « CONCURRENTIEL » 5
1.2. DEFINITION DES ZONES D'INFLUENCE DES PRINCIPAUX POLES COMMERCIAUX 6
1.3. CARACTERISTIQUES SOCIO-DEMOGRAHIQUES 7
1.3.0. DE L'INCIDENCE DU CONTEXTE SOCIO-DEMOGRAPHIQUE SUR LE POTENTIEL COMMERCIAL 7
1.3.1. EVOLUTION NOMBRE D'HABITANTS (carto) 9
1.3.2 EVOLUTION NOMBRE DE MENAGES (carto) 10
1.3.3. PERSONNES SEULES (carto) 11
1.3.4. RETRAITES (carto) 12
1.3.5. ACTIFS CSP+ (carto) 13
1.3.6. EMPLOIS AU LIEU DE TRAVAIL : UNE FORTE INCIDENCE SUR LES COMPORTEMENTS 14
1.3.7. INDICES DE REVENUS 16
1.4. CLIENTELES HORS RESIDENTS PERMANENTS 17
1.5. MARCHES THEORIQUES 19
1.5.1.. DUNIERES 21
1.5.2. MONTFAUCON-EN-VELAY 23
1.5.3. RIOTORD 25
1.5.4. SAINT-BONNET-LE-FROID 27
1.6. SYNTHESE CAPACITES DES DEENSES 29

2. PRATIQUES LOCALES

2.1. PROFIL DES REPONDANTS A L'ENQUETE DIGIALE 31
2.2. FREQUENTATIONS ET APPRECIATIONS 32
2.2.1.. DUNIERES 32
2.2.2. MONTFAUCON-EN-VELAY 37
2.2.3. MONTREGARD 41
2.2.4. RAUCOULES 44
2.2.5. RIOTORD 47
2.2.6. SAINT-BONNET-LE-FROID 51
2.2.7. SAINT JULIEN MOLHESABATE 54
2.2.8. SAINT ROMAIN LACHALM 57
2.2.9. SYNTHES APPRECIATION DE L'OFFRE 60
2.2.10. SYNTHESE DES ATTENTES 61
2.3. PRINCIPAUX LIEUX D'ACHATS EN FONTION DES PRODUITS ET DES LIEUX D'HABITAT 62
2.4. INTENTIONS D'EVOLUTION DES RYTHMES D'ACHATS 68

3. OFFRE COMMERCIALE & ENQUETE COMMERCANTS

3.1. APPAREIL COMMERCIAL EXISTANT 70
3.2. DIVERSITE DE L'OFFRE COMMERCIALE 71
3.3. ASPECT DES LOCAUX COMMERCIAUX 73
3.4. ETAT DES LOCAUX COMMERCIAUX – BESOINS DE TRAVAUX 74
3.5. ATTRACTIVITE INDIVIDUELLE DES ETABLISSEMENTS 75
3.6. PERCEPTION DES COMMERCANTS DE LA SITUATION LOCALE 76
3.7. SITUATION DES COMMERCES LOCAUX 80
3.8. PROJETS DES COMMERCANTS LOCAUX 84

4. PRATIQUES ET VISIBILITE NUMERIQUES

4.1. PRATIQUES NUMERIQUES SUR LE TERRITOIRE 86
4.2. PERCEPTION DES COMMERCANTS PAR RAPPORT AU DEVELOPPEMENT DU E-COMMERCE 89
4.3. « NOTORIETE NUMERIQUE DES COMMERCES » : PRESENCE SUR GOOGLE * 153 TESTS REALISES 93
4.4. QUALITE DES VITRINES COMMERCIALES NUMERIQUES 99
4.5. ANALYSE NUMERIQUE DU PAYS DE MONTFAUCON 115
4.6. ANALYSE NUMERIQUE DE MONTFAUCON-EN-VELAY 126
4.7. ANALYSE NUMERIQUE DE DUNIERES 135
4.8. ANALYSE NUMERIQUE DE RIOTORD 151
4.9. ANALYSE NUMERIQUE DE SAINT-BONNET-LE-FROID 160
4.10. ANALYSE NUMERIQUE DE MONTREGARD 169
4.11. ANALYSE NUMERIQUE DE SAINT-ROMAIN-LACHALM 170
4.12. ANALYSE NUMERIQUE DE RAUCOULES 174
4.13. ANALYSE NUMERIQUE DE SAINT JULIEN MOLHESABATE 181

5. SYNTHESE / ENJEUX

5.1. CHIFFRES CLEFS 187
5.2. SYNTHESE DES INDICATEURS DE FRAGILITE DU COMMERCE LOCAL 188
5.2.1. DUNIERES 188
5.2.2. MONTFAUCON 189
5.2.3. RIOTORD 190
5.2.4. SAINT BONNET LE FROID 191
5.3. BILAN AFOM 192
6.4. ENJEUX NATIONAUX 193

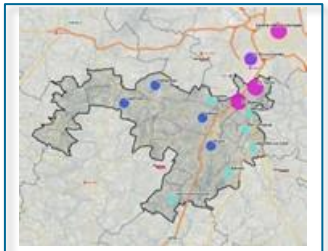
METHODOLOGIE

ANALYSE DE L'OFFRE

Constitution
base de données
à partir:

études antérieures
BPE19 / LSA EXPERT /
SIRENE Septembre
2021 / Coseyvox 21
(loyers)

Observations terrain
Qualitatives à partir de la visite
du site: détail offre, état des
locaux,
organisation spatiale,
fonctionnalité urbaine
Constitution d'une couche SIG.



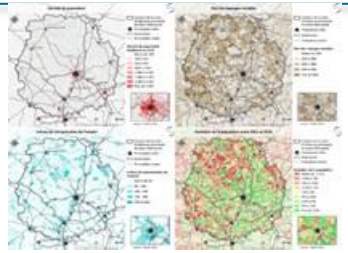
Caractérisation
environnement
commercial
concurrentiel

Situation des
commerçants

Enquête ouverte
à l'ensemble
des professionnels

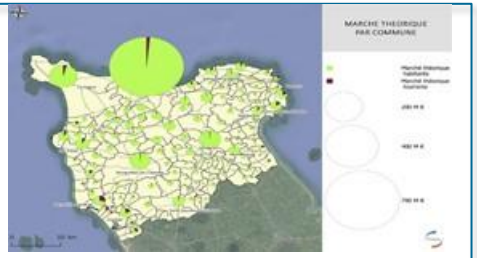
73 REPONDANTS

ANALYSE DE LA DEMANDE



Caractéristiques
socio-démographiques:

Etat INSEE 2008-2018
+ URSSAF 2009-2020



Calcul marché théorique:

décliné pour
- la commune, le centre-ville
(le cas échéant)
- chaque zone d'influence

Enquête digitale auprès des habitants
- du territoire et des usagers à partir des outils
de communication de la Collectivité

278 REPONDANTS

ANALYSE NUMERIQUE

Analyse de la notoriété numérique des établissements du territoire
présence sur internet, notations
référencement sites internet des commerçants
Recherche générique mots clefs autour de commerce

153 TESTS REALISES

1 – CONTEXTE LOCAL

1.1. CONTEXTE « CONCURRENTIEL »

ets commerce hôtel restaurant
(SIRENE Sept. 2021)
emplois salariés commerce
hôtel restaurant (Urssaf 2020)

FIRMINY:
1.500 ets / 3.000 emplois salariés

SAINT ETIENNE:
3.900 ets / 10.460 emplois salariés

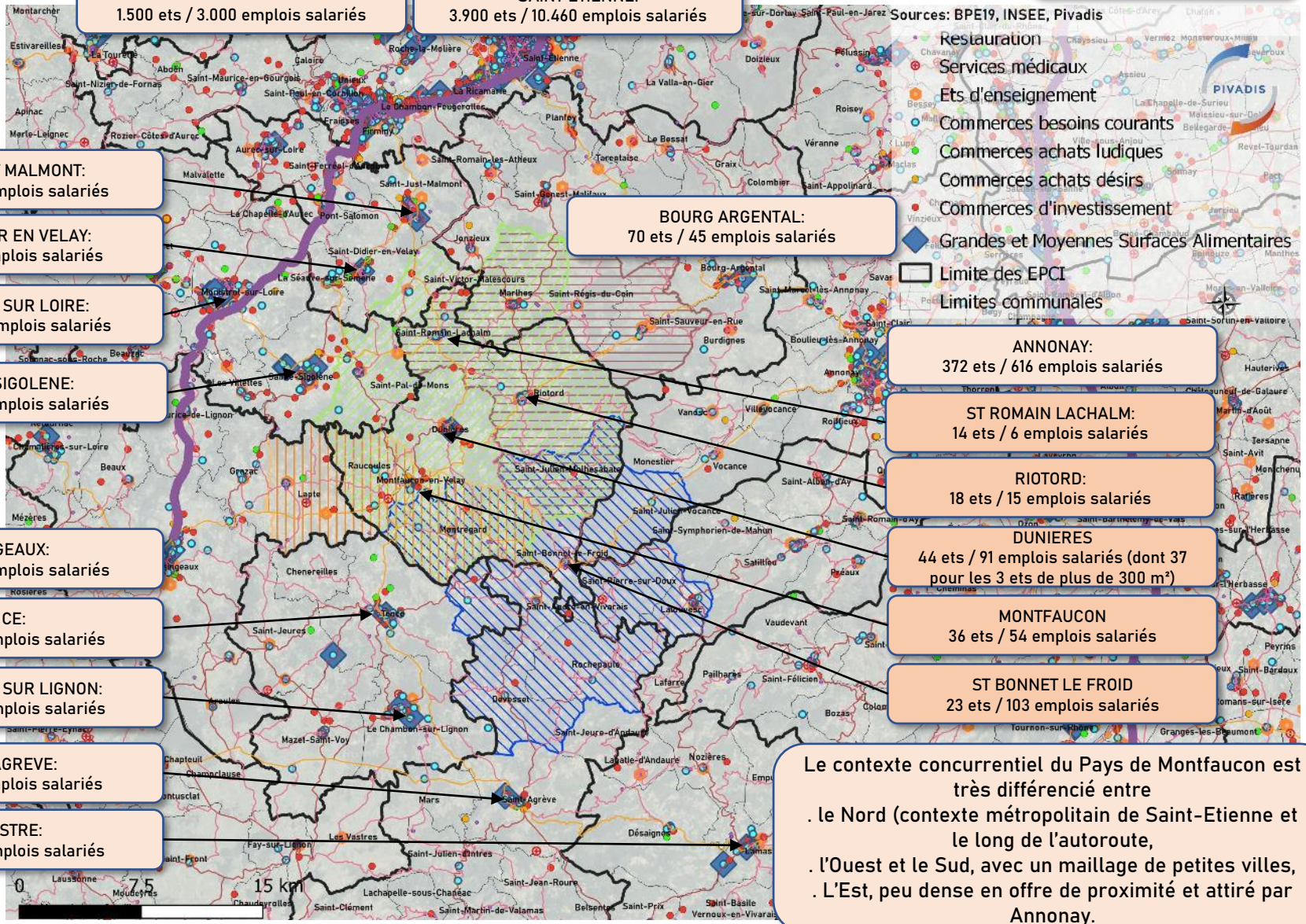
SAINT JUST MALMONT:
137 ets / 369 emplois salariés

SAINT DIDIER EN VELAY:
43 ets / 45 emplois salariés

MONISTROL SUR LOIRE:
226 ets / 400 emplois salariés

SAINTE SIGOLENE:
92 ets / 135 emplois salariés

BOURG ARGENTAL:
70 ets / 45 emplois salariés



ANNONAY:
372 ets / 616 emplois salariés

ST ROMAIN LACHALM:
14 ets / 6 emplois salariés

RIOTORD:
18 ets / 15 emplois salariés

DUNIERES
44 ets / 91 emplois salariés (dont 37 pour les 3 ets de plus de 300 m²)

MONTFAUCON
36 ets / 54 emplois salariés

ST BONNET LE FROID
23 ets / 103 emplois salariés

YSSINGEAUX:
192 ets / 478 emplois salariés

TENCE:
84 ets / 137 emplois salariés

LE CHAMBON SUR LIGNON:
90 ets / 144 emplois salariés

SAINT AGREVE:
64 ets / 64 emplois salariés

LAMASTRE:
86 ets / 167 emplois salariés

Le contexte concurrentiel du Pays de Montfaucon est très différencié entre
. le Nord (contexte métropolitain de Saint-Etienne et le long de l'autoroute,
. l'Ouest et le Sud, avec un maillage de petites villes,
. L'Est, peu dense en offre de proximité et attiré par Annonay.

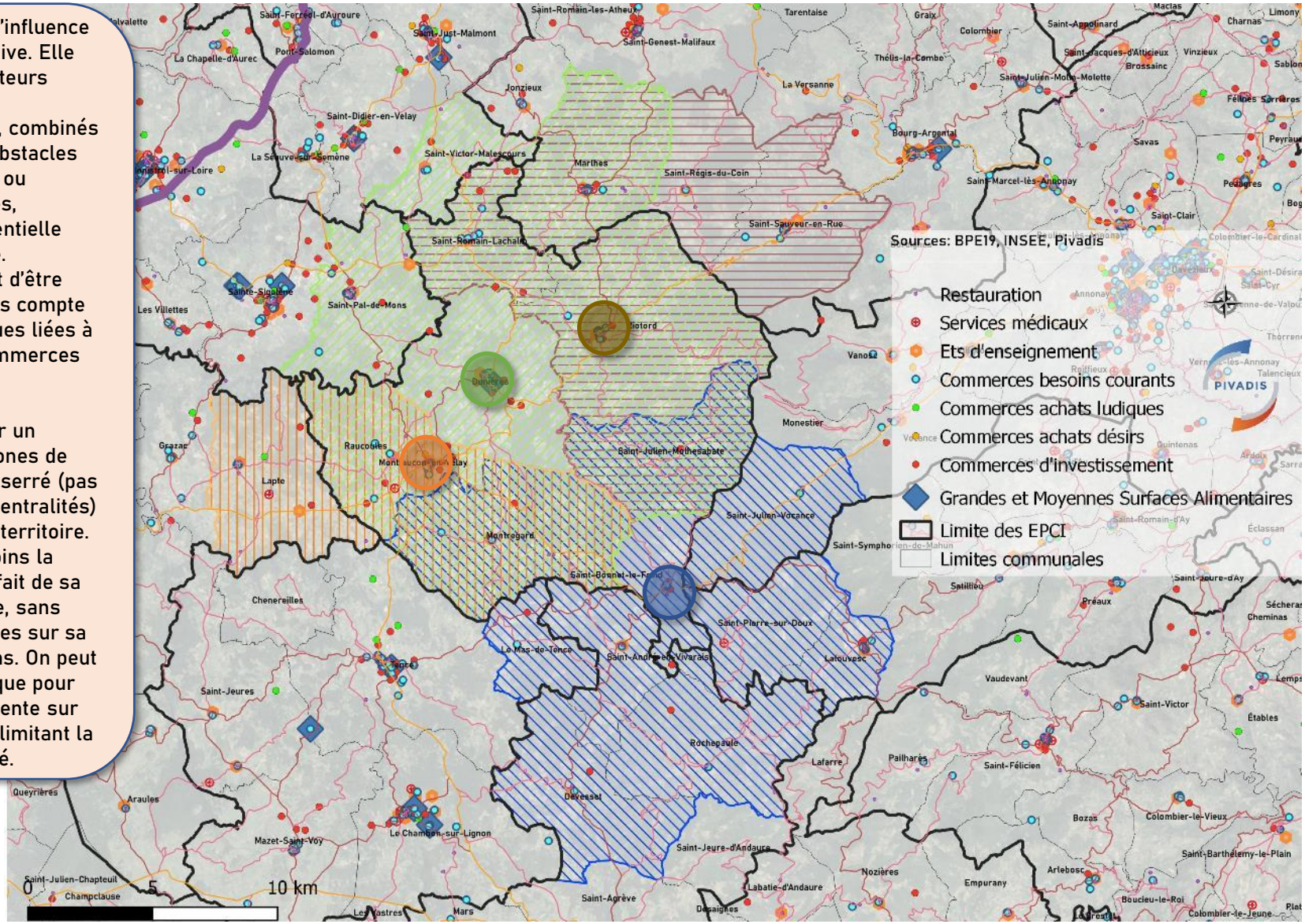
1.2. DEFINITION DES ZONES D'INFLUENCE DES PRINCIPAUX POLES COMMERCIAUX

La définition de la zone d'influence de proximité est indicative. Elle s'appuie sur 2 indicateurs principaux:

- les temps de parcours, combinés le cas échéant aux obstacles géographiques ou psychologiques,
- l'intensité concurrentielle environnante.

Elle n'a pas pour objet d'être exhaustive et ne tient pas compte des attractivités spécifiques liées à des équipements ou commerces particuliers.

Elle fait ici ressortir un chevauchement des zones de proximité, lié au maillage serré (pas une centralité, mais <u>des</u> centralités) par rapport à la taille du territoire. Dunières est néanmoins la centralité première, du fait de sa position géographique, sans attraction des autres pôles sur sa population, sauf exceptions. On peut également remarquer que pour Montfaucon, l'offre présente sur Tence est une contrainte limitant la zone de proximité.



1.3. CARACTERISTIQUES SOCIO-DEMOGRAPHIQUES

1.3.0. DE L'INCIDENCE DU CONTEXTE SOCIO-DEMOGRAPHIQUE SUR LE POTENTIEL COMMERCIAL

Le commerce de détail, contrairement à d'autres domaines de l'économie (industrie, services…) fonctionne sur un marché fini, au sens où il développe son activité à partir d'une clientèle présente sur un territoire (de manière continue ou ponctuelle (touristes)). En fonction de son niveau d'attractivité, son périmètre d'influence peut varier mais de manière différenciée entre
. la réponse à des besoins courants, alimentaires par exemple, plutôt sur un temps d'accès court, de moins de 15 minutes, avec des enjeux de niveau de services à la population, en particulier dans les communes rurales, mais aussi dans les quartiers des centralités urbaines plus denses,
. la réponse à des dépenses moins régulières, voire ponctuelles (comme les meubles par exemple), avec des temps d'accès pouvant s'accentuer pour les dépenses les plus ponctuelles (jusqu'à 45 minutes, voire 1h30 pour des cas très exceptionnels).
Pour le cas de concept associant une notion de loisirs au commerce, l'influence peut également s'élargir, mais cela ne concerne pas plus de 5% des dépenses d'un ménage.

Bien évidemment, la montée en puissance du e-commerce relativise cette notion de marché fini. Celui-ci captait en 2010, 4% des dépenses commerciales des ménages en France. Il atteint aujourd'hui environ 12% à 15% des dépenses en non alimentaire mais avec de très fortes variations en fonction des produits et des secteurs géographiques. En milieu rural notamment, on retrouve des valeurs similaires à celles de la VPC il y a 25 à 30 ans, avec le développement diversifié du commerce périphérique puis du e-commerce.
Pour l'alimentaire, l'emprise est extrêmement faible, en dehors du drive, qui représente environ 4 à 5% des dépenses.

La largeur de la zone d'influence d'un ensemble commercial est dépendant de son attractivité. Celle-ci n'est pas seulement liée au nombre de commerces et au nombre de m² développés. Elle dépend aussi de la qualité du contexte et de l'image d'un site. La facilité d'accès est également un facteur, mais lui-même dépendant du niveau d'attractivité: plus le niveau d'intérêt pour le consommateur est fort, moins le critère de l'accessibilité pèse sur la décision de fréquentation. Si les critères quantitatifs ne sont pas les seuls donc, ils constituent néanmoins une base essentielle. Or, le dimensionnement d'une offre commerciale dépend d'abord de son marché en zone primaire, d'où une focalisation de l'offre sur les principales densités urbaines. Le chiffre d'affaires d'un commerce se structure en effet d'abord sur sa zone primaire, avant de se consolider sur les zones secondaires, tertiaires, voire quaternaires, avec une emprise décroissante sur les dépenses à mesure que l'on s'éloigne et que les alternatives de lieux de dépense apparaissent. Il existe donc un processus itératif entre le positionnement d'une offre et la définition de sa zone de chalandise, fonctionnant à la hausse, comme à la baisse (pour les offres répondant aux besoins courants, dits « de proximité »).

Ainsi, l'évolution du commerce dans les trente dernières années, avec à la fois le développement de la grande distribution, mais aussi parallèlement une forte évolution du cadre du fonctionnement du commerce dit « traditionnel » (forte montée en puissance des contraintes des normes pour l'alimentaire par exemple, évolution du niveau de charges et de la législation du travail), tend à nécessiter des chiffres d'affaires de plus en plus importants par établissement pour assurer leur viabilité et de ce fait des densités d'habitants de plus en plus importantes. Cela explique pour une grande part la difficulté à maintenir des commerces de proximité en milieu rural.

L'évaluation du marché sur lequel les commerces d'un territoire peuvent attirer leur clientèle constitue donc une clef pour identifier les possibilités de développement commercial de ce territoire. Elle dépend des caractéristiques sociodémographiques du territoire et de sa zone d'influence et de leur dynamique. La densité d'habitants, et l'évolution quantitative du nombre d'habitants et plus encore du nombre de ménages (le ménage constituant le point d'entrée de la dépense vers les commerces) constituent donc une base. Mais trois indicateurs, et leurs évolutions, sont également essentiel pour appréhender le « besoin » ou le « potentiel commercial » d'un territoire:

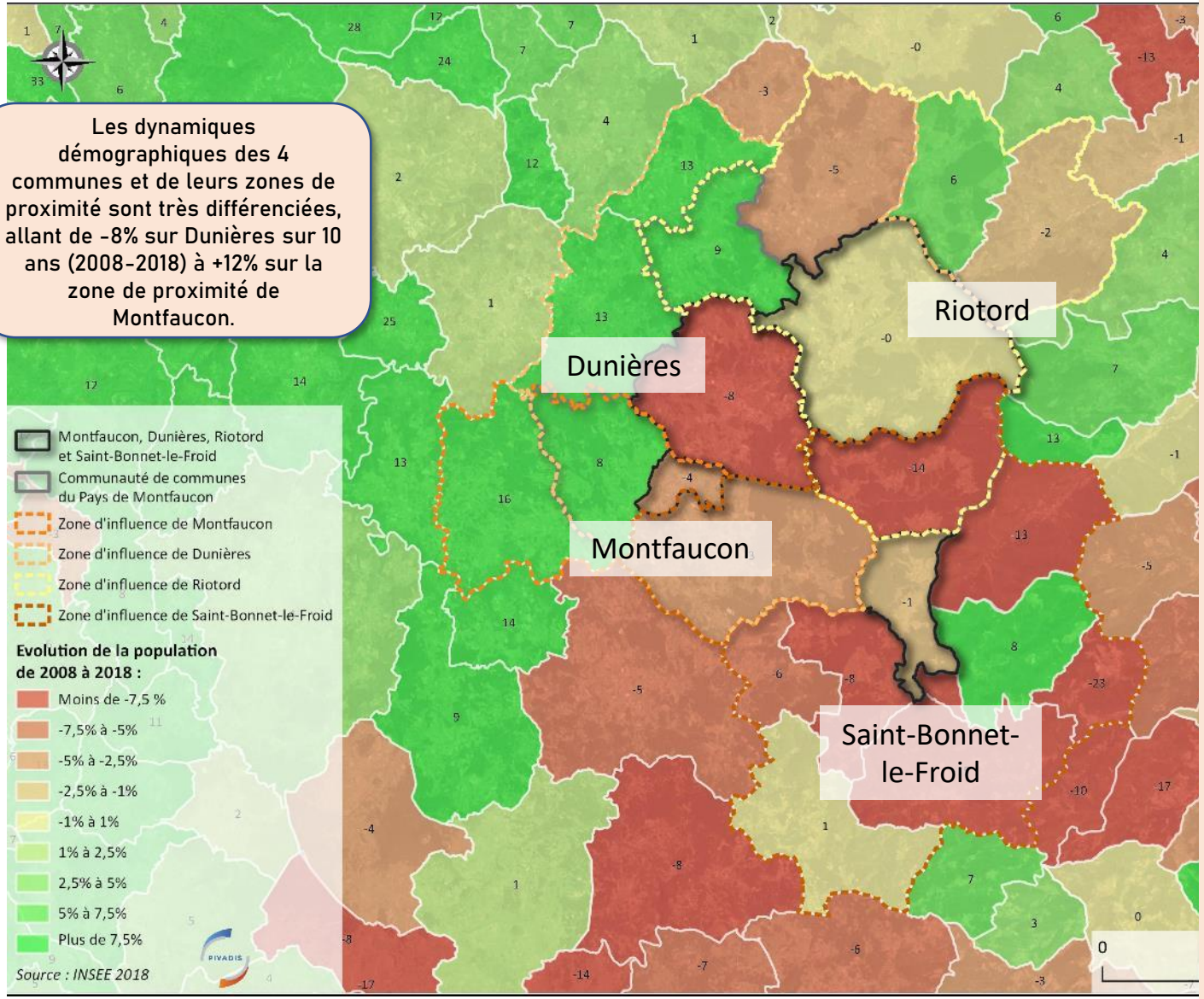
- la structuration des ménages en fonction de leur type: personnes seules, familles monoparentales, couples sans enfant, couples avec enfant(s). Ce critère constitue de plus en plus un élément de différenciation dans la consommation des ménages, dans une société où le modèle de la famille n'a plus grand-chose à voir avec celui des années 70, qui a prévalu à l'ensemble des politiques publiques en matière d'urbanisme jusqu'à la loi SRU.
- l'âge de la personne référent de chaque ménage: les plus jeunes (moins de 30 ans) ont tendance à consommer de manière différente par rapport à leurs parents; ils ne font pas partie de la « génération hypermarchés », sont moins attachés au produit (principe de « toucher » le produit) et donc plus enclins à utiliser des formes immatérielles de commerce (y compris directement à partir de leur smartphone), même s'ils reviennent aussi vers les artisans et les producteurs et restent attachés à la notion de marques; les plus de 75 ans quant à eux limitent considérablement leur niveau de consommation de produits (-40% par rapport à la moyenne toutes générations, -2/3 pour des dépenses comme l'habillement et les chaussures), pour l'orienter vers les services – dans ce esprit, la crise sanitaire a débloqué certains usages numériques du commerce par les aînés.
- la catégorie socio-professionnelle et le niveau de revenus des ménages, avec des incidences tant sur le niveau de consommation que sur les modes de consommation.

Dans ce contexte, l'évaluation du marché, dit « Marché Théorique » et correspondant à l'ensemble des dépenses commercialisables (dépenses à destination des commerces, quels qu'ils soient, y compris la Vente A Distance) se fait à partir du processus suivant:

1. Définition du territoire d'analyse.
2. Caractérisation sociodémographique de la population de ce territoire
3. Calcul d'un indice de consommation (base 100 = moyenne France)
   à partir des caractéristiques sociodémographiques.
4. Evaluation du Marché Théorique par application de l'indice de consommation
   au niveau de consommation moyenne France multiplié par le nombre de ménages du territoire.

1.3.1. EVOLUTION DU NOMBRE D'HABITANTS

Les dynamiques démographiques des 4 communes et de leurs zones de proximité sont très différenciées, allant de -8% sur Dunières sur 10 ans (2008-2018) à +12% sur la zone de proximité de Montfaucon.



Montfaucon-en-Velay :
1 176 hab. (2018)
-4% / 2008

Zone de proximité :
3 243 hab.
+12% /2008

Dunières :
2 727 hab. (2018)
-8% / 2008

Zone de proximité :
9 579 hab.
+4% /2008

Riotord :
1 177 hab. (2018)
0% / 2008

Zone de proximité :
4 086 hab.
0% /2008

Saint-Bonnet-le-Froid :
229 hab. (2018)
-1% / 2008

Zone de proximité :
2 399 hab.
-10% /2008

EPCI : -2%

Haute-Loire : +3%

PVD de moins de 2.000 hab. : -1%

PVD de 2.000 à 4.000 hab. : +3%

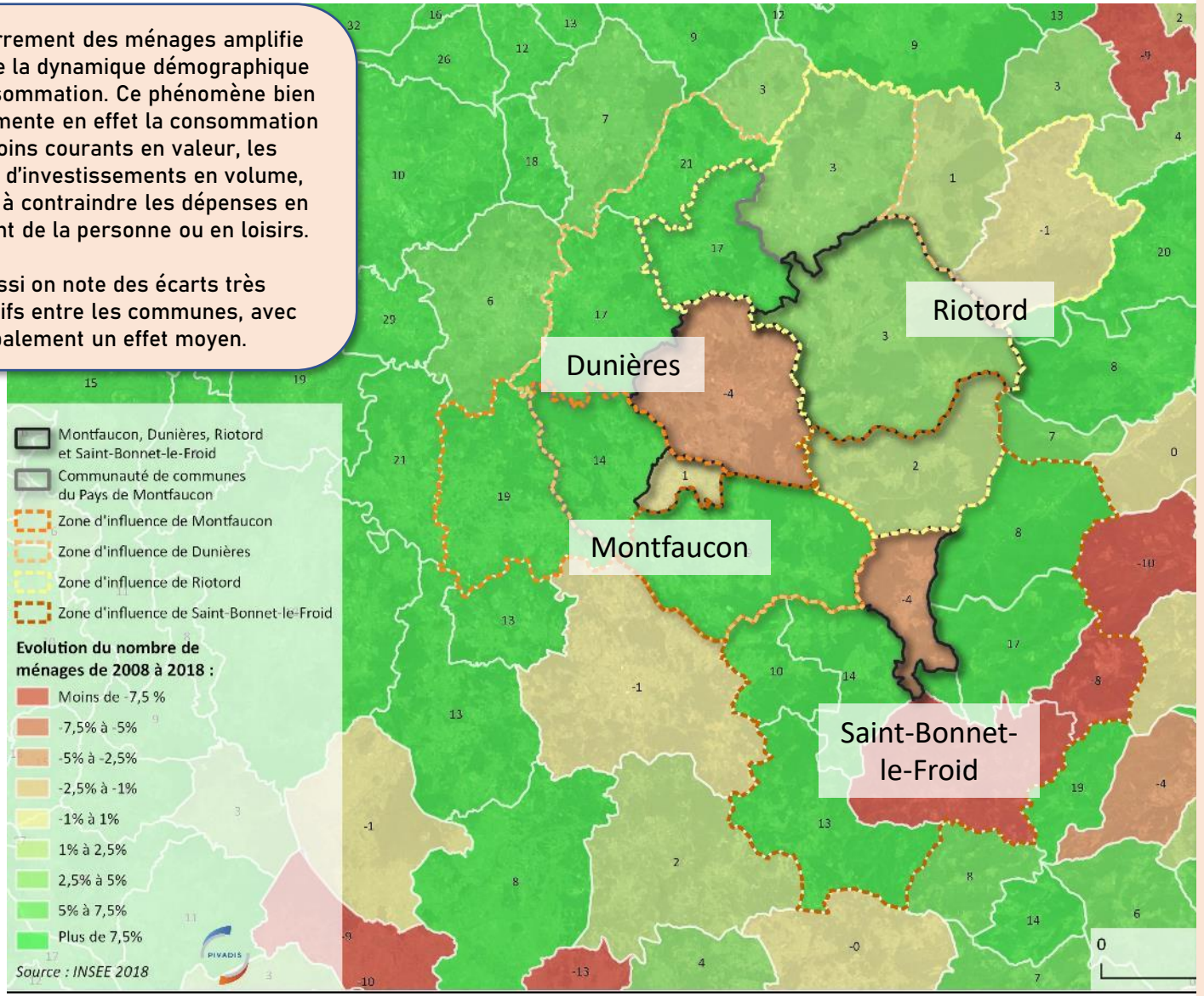
Ensemble des PVD : +7%

France : +6%

1.3.2. EVOLUTION DU NOMBRE DE MENAGES

Le desserrement des ménages amplifie l'impact de la dynamique démographique sur la consommation. Ce phénomène bien connu augmente en effet la consommation en besoins courants en valeur, les dépenses d'investissements en volume, mais tend à contraindre les dépenses en équipement de la personne ou en loisirs.

Là aussi on note des écarts très significatifs entre les communes, avec globalement un effet moyen.



Montfaucon-en-Velay :
523 mén. (2018)
+1% / 2008

Zone de proximité :
1 367 mén.
+15% /2008

Dunières :
1 181 mén. (2018)
-4% / 2008

Zone de proximité :
3 919 mén.
+10% /2008

Riotord :
517 mén. (2018)
+3% / 2008

Zone de proximité :
1 586 mén.
+5% /2008

Saint-Bonnet-le-Froid :
102 mén. (2018)
-4% / 2008

Zone de proximité :
1 132 mén.
+4% /2008

EPCI : +3%

Haute-Loire : +8%

PVD de moins de 2.000 hab. : +4%

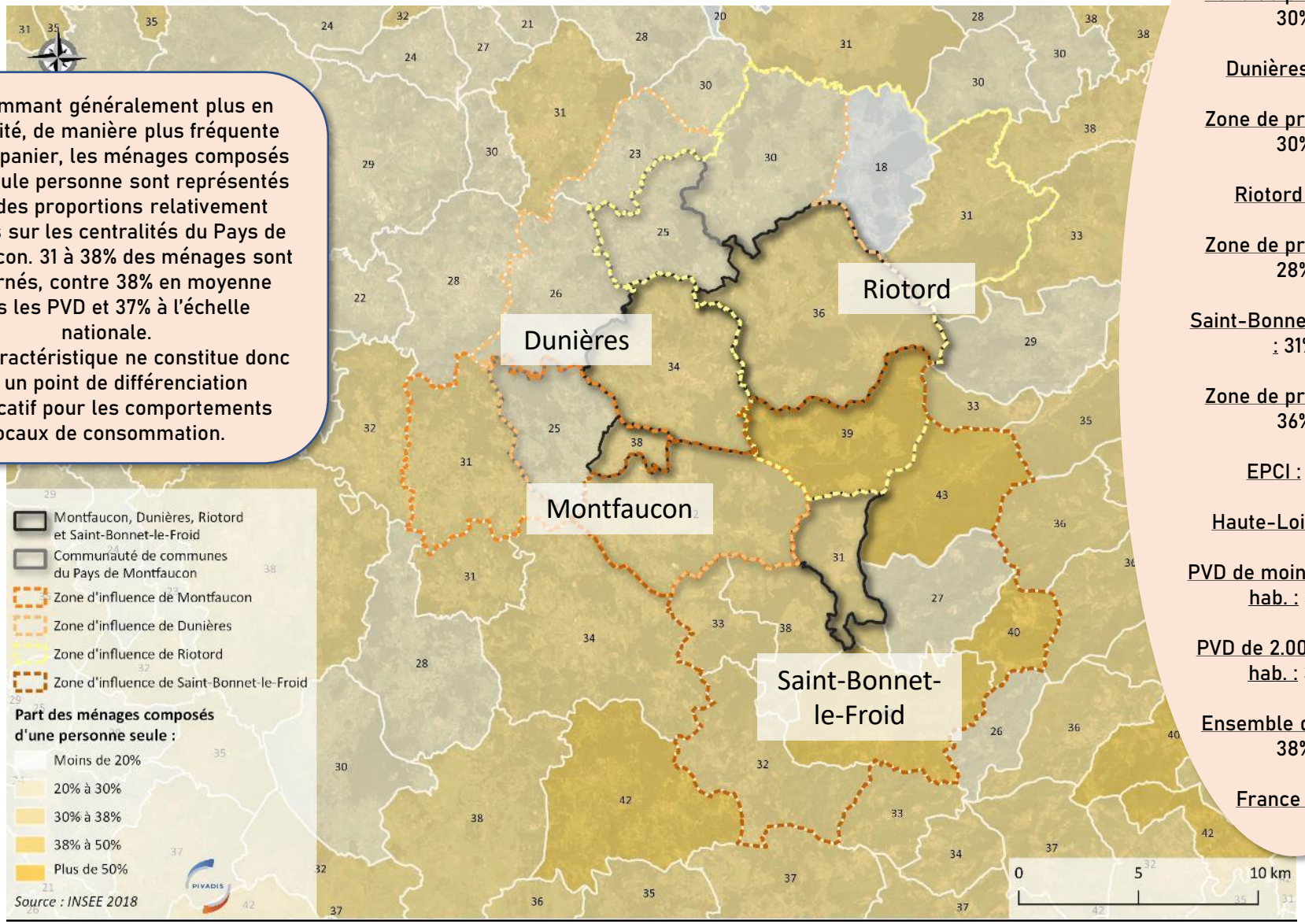
PVD de 2.000 à 4.000 hab. : +7%

Ensemble des PVD : +11%

France : +10%

1.3.3. PERSONNES SEULES

Consommant généralement plus en proximité, de manière plus fréquente en petit panier, les ménages composés d'une seule personne sont représentés dans des proportions relativement proches sur les centralités du Pays de Montfaucon. 31 à 38% des ménages sont concernés, contre 38% en moyenne dans les PVD et 37% à l'échelle nationale.
Cette caractéristique ne constitue donc pas un point de différenciation significatif pour les comportements locaux de consommation.



Montfaucon-en-Velay : 38%

Zone de proximité : 30%

Dunières : 34%

Zone de proximité : 30%

Riotord : 36%

Zone de proximité : 28%

Saint-Bonnet-le-Froid : 31%

Zone de proximité : 36%

EPCI : 33%

Haute-Loire : 36%

PVD de moins de 2.000 hab. : 39%

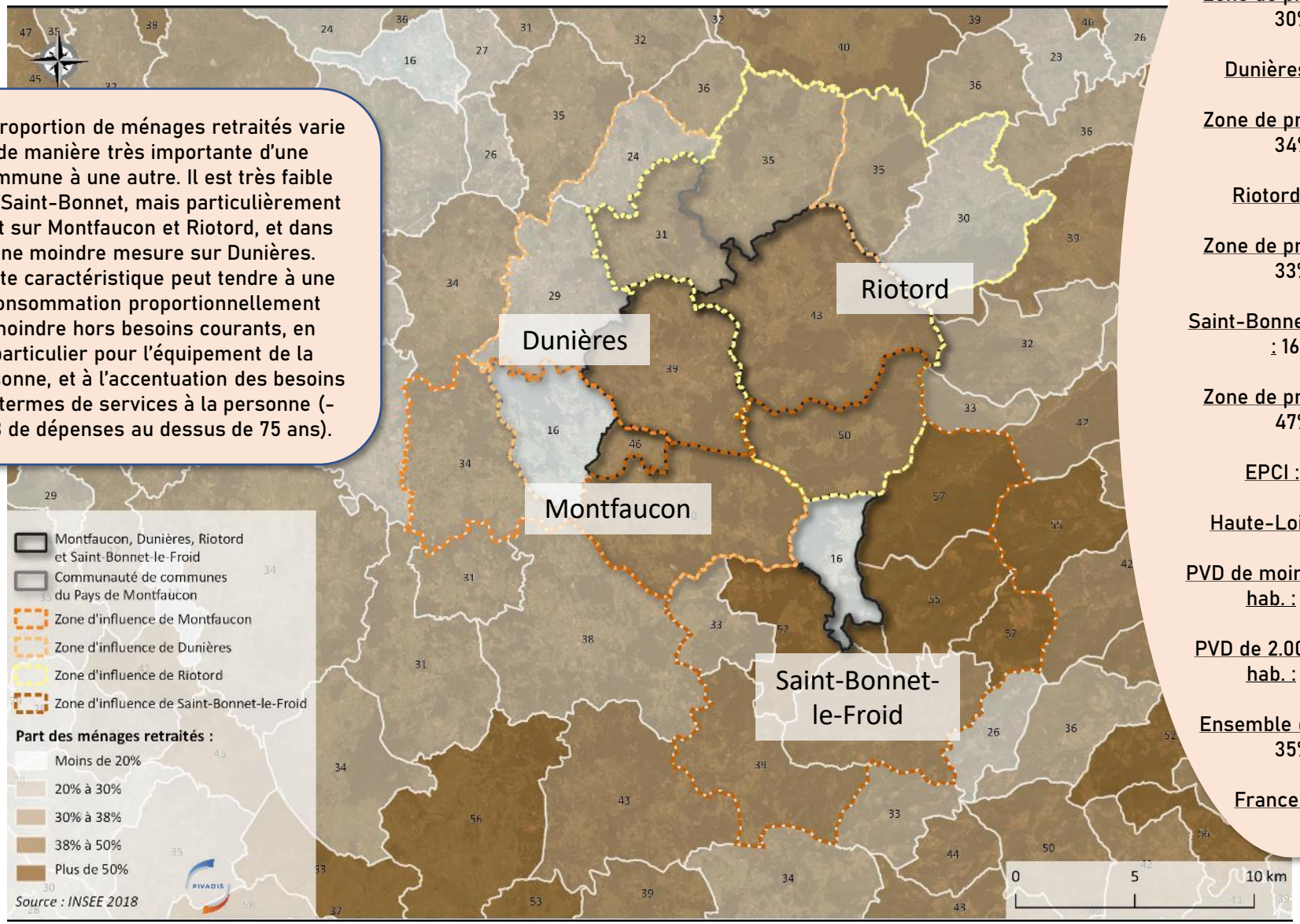
PVD de 2.000 à 4.000 hab. : 38%

Ensemble des PVD : 38%

France : 37%

1.3.4. RETRAITES

La proportion de ménages retraités varie de manière très importante d'une commune à une autre. Il est très faible sur Saint-Bonnet, mais particulièrement fort sur Montfaucon et Riotord, et dans une moindre mesure sur Dunières. Cette caractéristique peut tendre à une consommation proportionnellement moindre hors besoins courants, en particulier pour l'équipement de la personne, et à l'accentuation des besoins en termes de services à la personne (-2/3 de dépenses au dessus de 75 ans).



Montfaucon-en-Velay : 46%

Zone de proximité : 30%

Dunières : 39%

Zone de proximité : 34%

Riotord : 43%

Zone de proximité : 33%

Saint-Bonnet-le-Froid : 16%

Zone de proximité : 47%

EPCI : 37%

Haute-Loire : 36%

PVD de moins de 2.000 hab. : 40%

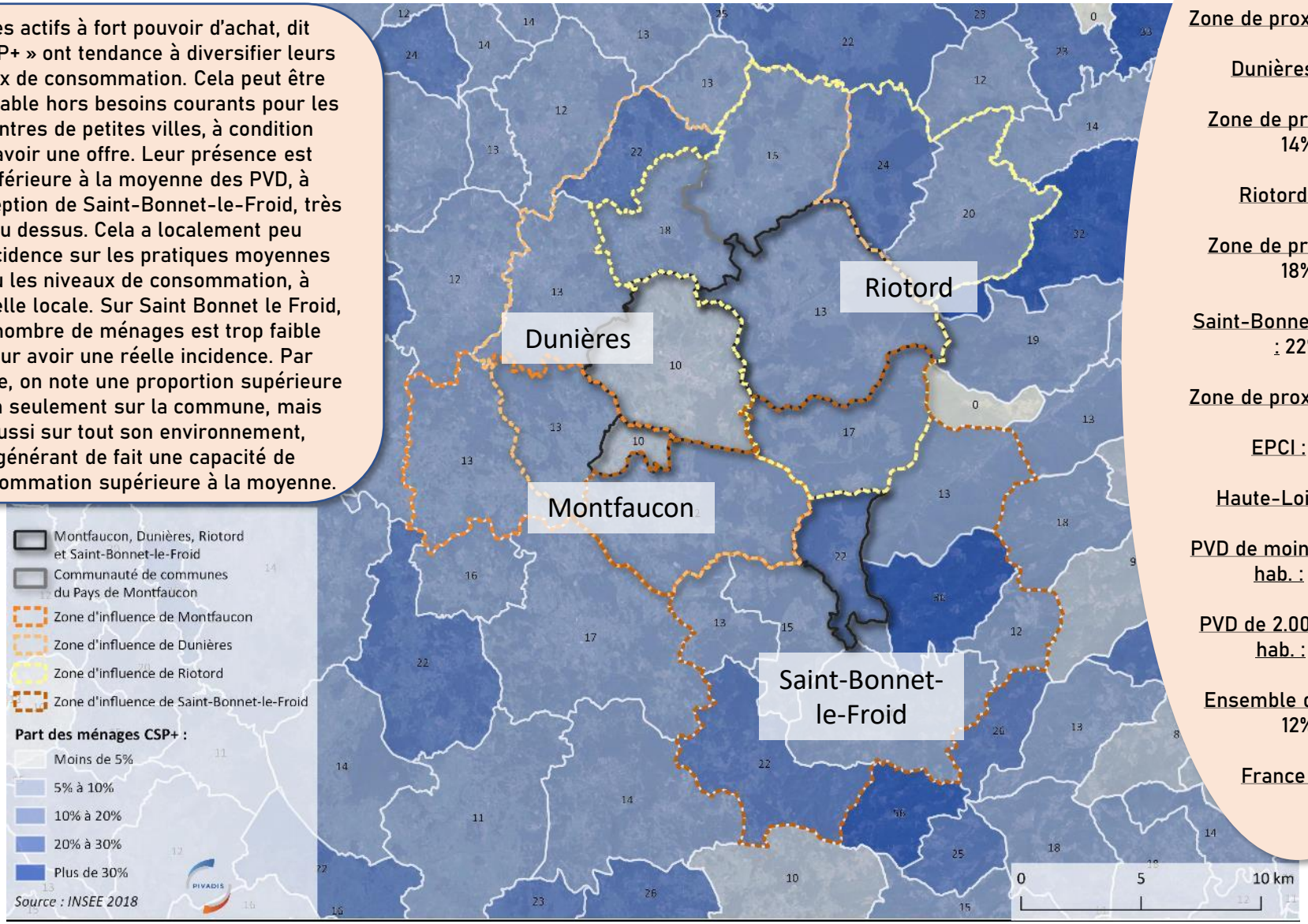
PVD de 2.000 à 4.000 hab. : 38%

Ensemble des PVD : 35%

France : 29%

1.3.5. ACTIFS CSP+

Les actifs à fort pouvoir d'achat, dit « CSP+ » ont tendance à diversifier leurs lieux de consommation. Cela peut être favorable hors besoins courants pour les centres de petites villes, à condition d'avoir une offre. Leur présence est inférieure à la moyenne des PVD, à l'exception de Saint-Bonnet-le-Froid, très au dessus. Cela a localement peu d'incidence sur les pratiques moyennes ou les niveaux de consommation, à l'échelle locale. Sur Saint Bonnet le Froid, le nombre de ménages est trop faible pour avoir une réelle incidence. Par contre, on note une proportion supérieure non seulement sur la commune, mais aussi sur tout son environnement, générant de fait une capacité de consommation supérieure à la moyenne.



Montfaucon-en-Velay : 10%

Zone de proximité : 13%

Dunières : 10%

Zone de proximité : 14%

Riotord : 13%

Zone de proximité : 18%

Saint-Bonnet-le-Froid : 22%

Zone de proximité : 16%

EPCI : 12%

Haute-Loire : 14%

PVD de moins de 2.000 hab. : 12%

PVD de 2.000 à 4.000 hab. : 11%

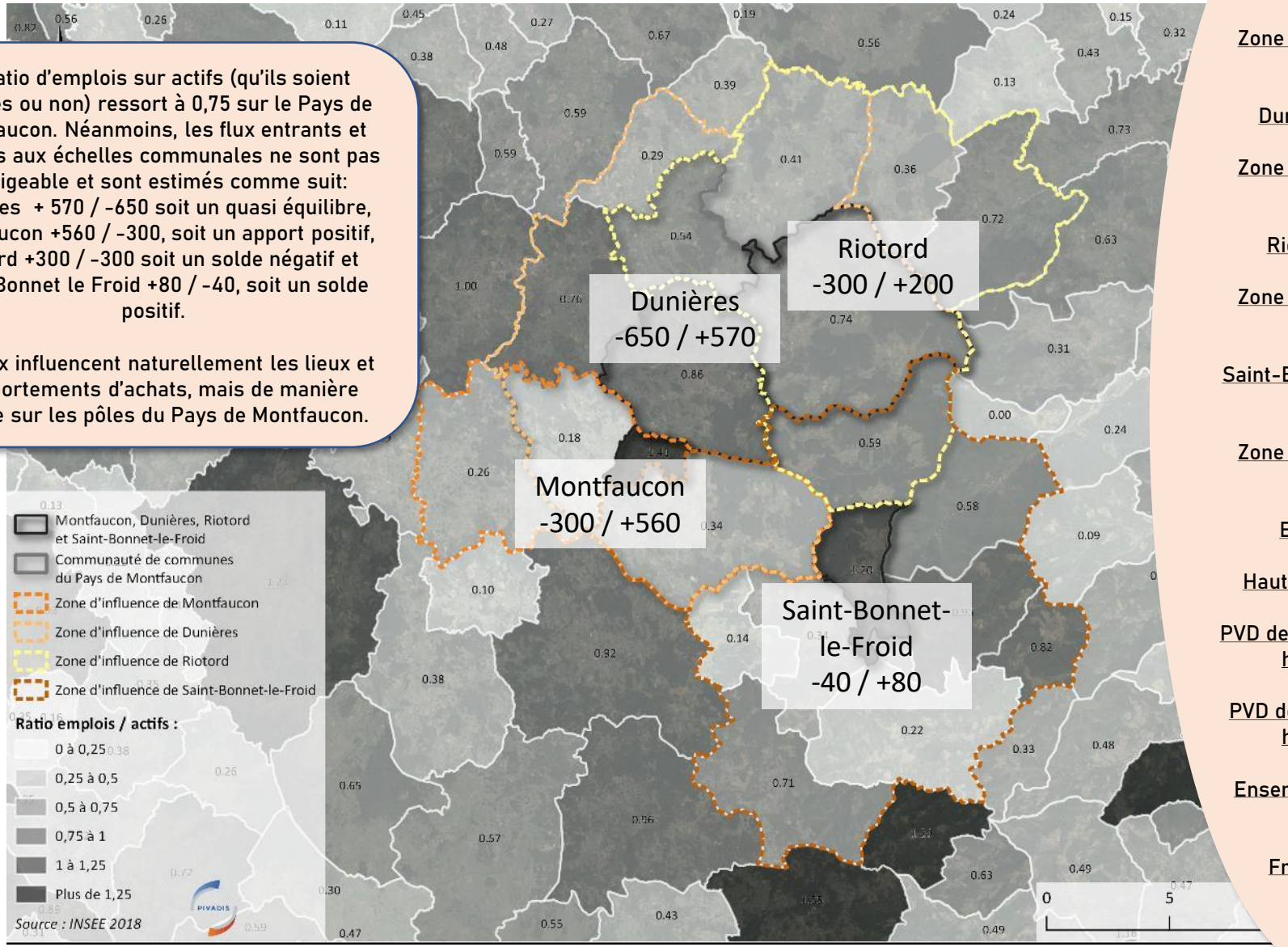
Ensemble des PVD : 12%

France : 17%

1.3.6. EMPLOIS AU LIEU DE TRAVAIL: UNE FORTE INCIDENCE SUR LES COMPORTEMENTS

Le ratio d'emplois sur actifs (qu'ils soient occupés ou non) ressort à 0,75 sur le Pays de Montfaucon. Néanmoins, les flux entrants et sortants aux échelles communales ne sont pas négligeable et sont estimés comme suit: Dunières + 570 / -650 soit un quasi équilibre, Montfaucon +560 / -300, soit un apport positif, Riotord +300 / -300 soit un solde négatif et Saint Bonnet le Froid +80 / -40, soit un solde positif.

Ces flux influencent naturellement les lieux et comportements d'achats, mais de manière limitée sur les pôles du Pays de Montfaucon.



Montfaucon-en-Velay : 1,41

Zone de proximité : 0,25

Dunières : 0,86

Zone de proximité : 0,63

Riotord : 0,74

Zone de proximité : 0,53

Saint-Bonnet-le-Froid : 1,20

Zone de proximité : 0,49

EPCI : 0,75

Haute-Loire : 0,80

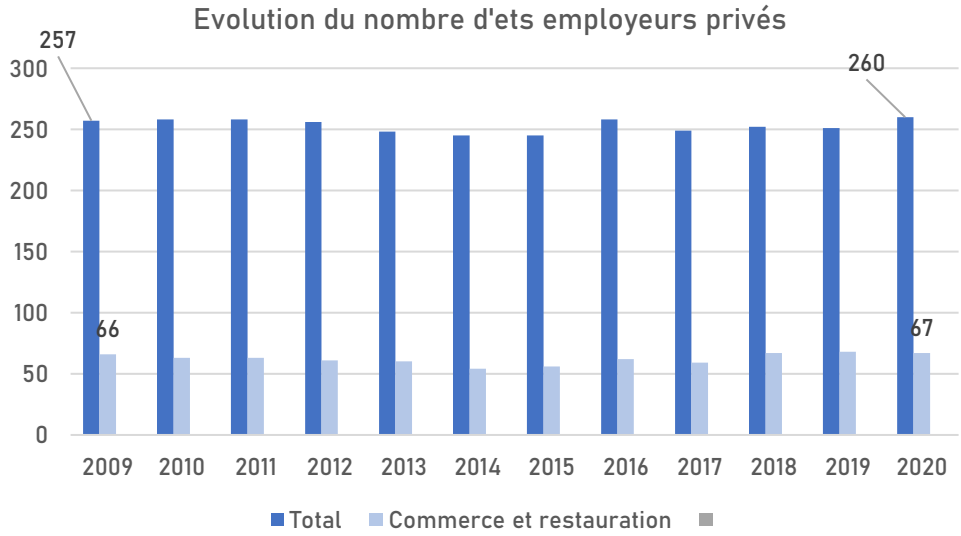
PVD de moins de 2.000 hab. : 0,89

PVD de 2.000 à 4.000 hab. : 0,89

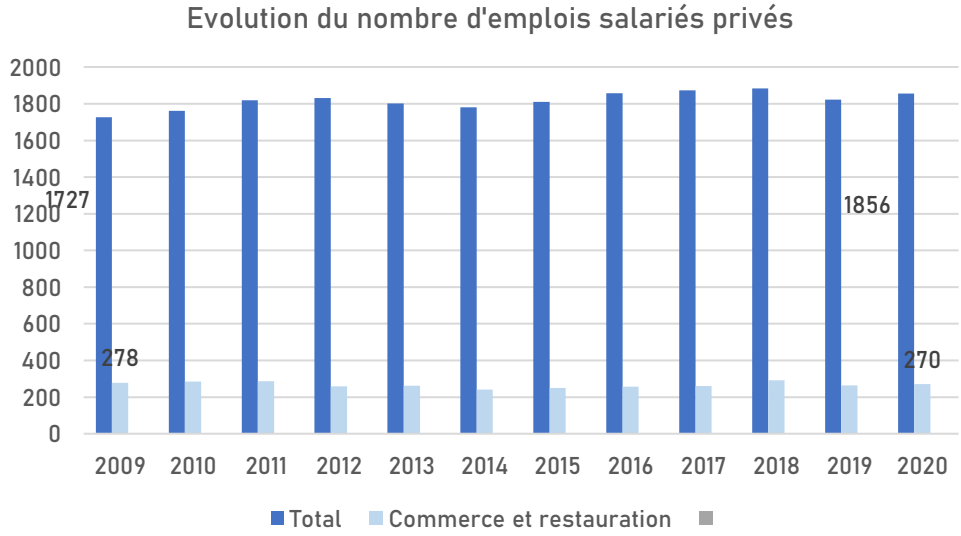
Ensemble des PVD : 0,86

France : 0,75

Sur l'ensemble du territoire du Pays de Montfaucon, on note dans les 10 dernières années une stabilité du nombre d'établissements employeurs privés, tant globalement que pour les commerce et la restauration.



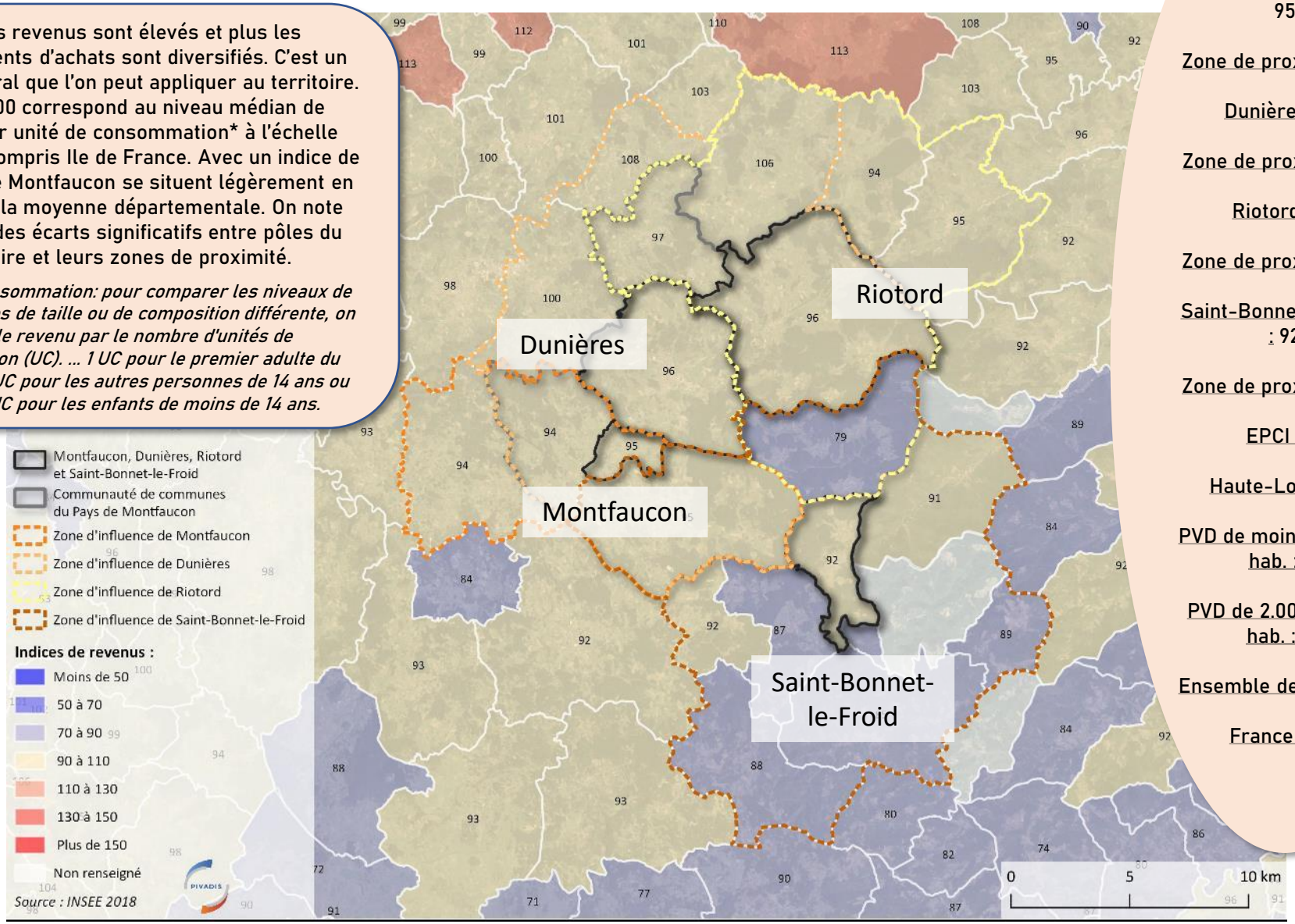
En nombre d'emplois salariés, le territoire est stable pour le commerce et la restauration, mais en progression pour le nombre d'emplois total, progression obtenue au début des années 2010 avec un niveau fluctuant autour de 1.800 depuis.



1.3.7. INDICES DE REVENUS

Plus les revenus sont élevés et plus les comportements d'achats sont diversifiés. C'est un constat général que l'on peut appliquer au territoire. La base 100 correspond au niveau médian de revenus par unité de consommation* à l'échelle nationale, y compris Ile de France. Avec un indice de 91, le Pays de Montfaucon se situent légèrement en dessous de la moyenne départementale. On note cependant des écarts significatifs entre pôles du territoire et leurs zones de proximité.

** Unité de consommation: pour comparer les niveaux de vie de ménages de taille ou de composition différente, on divise le revenu par le nombre d'unités de consommation (UC). … 1 UC pour le premier adulte du ménage, 0,5 UC pour les autres personnes de 14 ans ou plus, 0,3 UC pour les enfants de moins de 14 ans.*



Montfaucon-en-Velay : 95

Zone de proximité : 94

Dunières : 96

Zone de proximité : 99

Riotord : 96

Zone de proximité : 98

Saint-Bonnet-le-Froid : 92

Zone de proximité : 89

EPCI : 91

Haute-Loire : 93

PVD de moins de 2.000 hab. : 91

PVD de 2.000 à 4.000 hab. : 93

Ensemble des PVD : 92

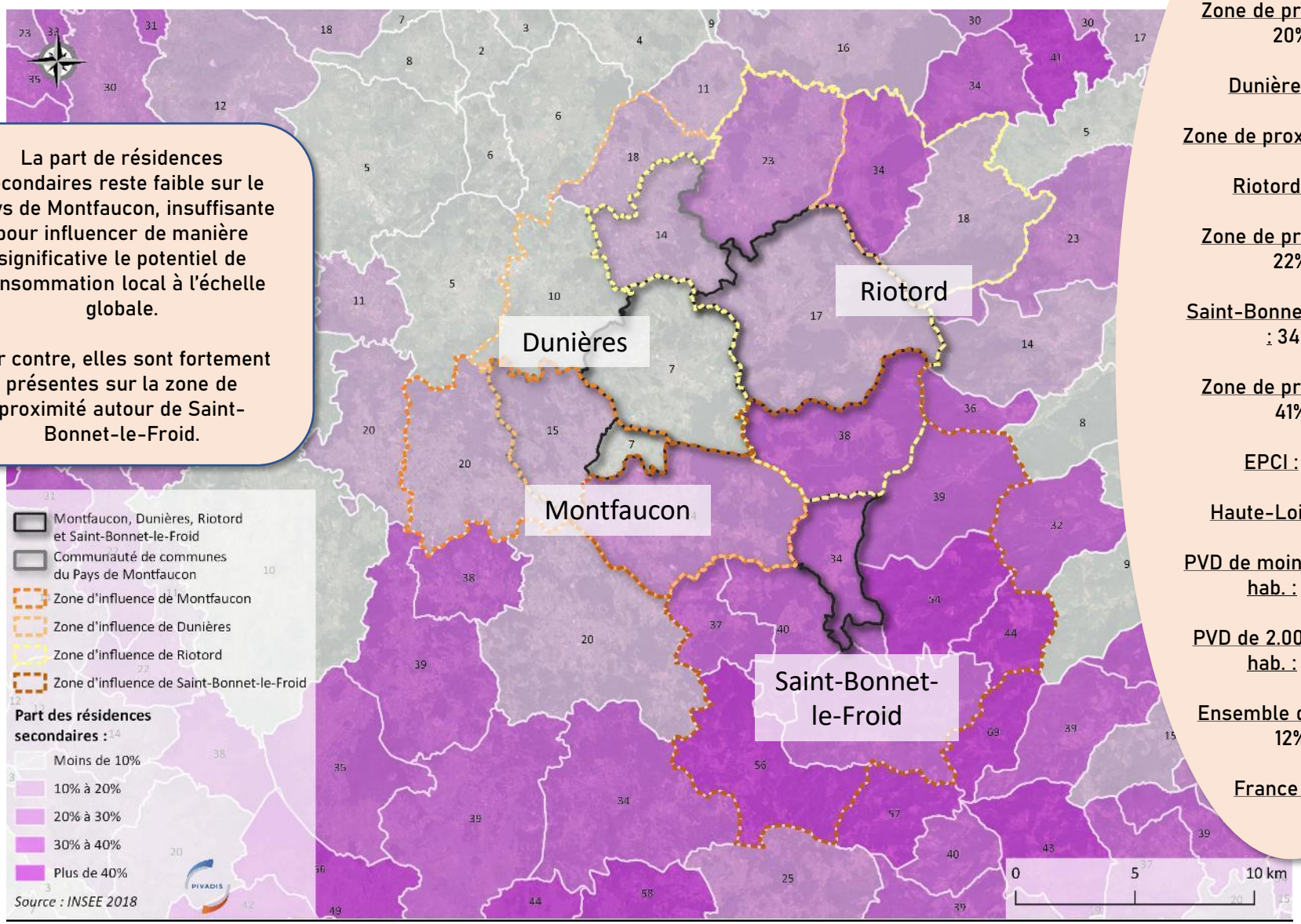
France : 100

1.4. CLIENTELES HORS RESIDENTS PERMANENTS

1.4.1. RESIDENCES SECONDAIRES

La part de résidences secondaires reste faible sur le Pays de Montfaucon, insuffisante pour influencer de manière significative le potentiel de consommation local à l'échelle globale.

Par contre, elles sont fortement présentes sur la zone de proximité autour de Saint-Bonnet-le-Froid.



Montfaucon-en-Velay : 7%

Zone de proximité : 20%

Dunières : 7%

Zone de proximité : 16%

Riotord : 17%

Zone de proximité : 22%

Saint-Bonnet-le-Froid : 34%

Zone de proximité : 41%

EPCI : 14%

Haute-Loire : 16%

PVD de moins de 2.000 hab. : 21%

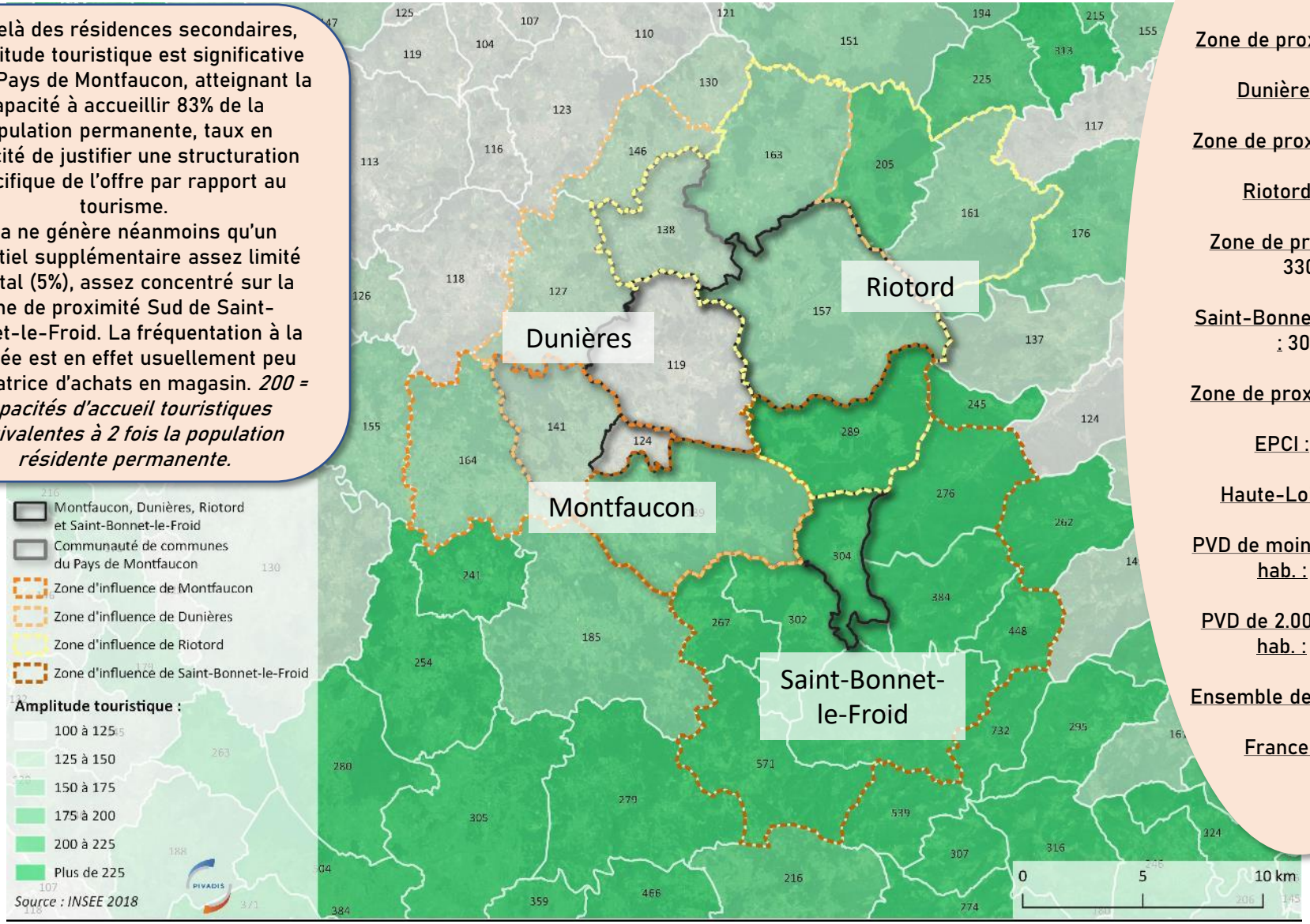
PVD de 2.000 à 4.000 hab. : 12%

Ensemble des PVD : 12%

France : 10%

1.4.2. AMPLITUDE TOURISTIQUE

Au-delà des résidences secondaires, l'amplitude touristique est significative sur le Pays de Montfaucon, atteignant la capacité à accueillir 83% de la population permanente, taux en capacité de justifier une structuration spécifique de l'offre par rapport au tourisme.
Cela ne génère néanmoins qu'un potentiel supplémentaire assez limité au total (5%), assez concentré sur la zone de proximité Sud de Saint-Bonnet-le-Froid. La fréquentation à la journée est en effet usuellement peu génératrice d'achats en magasin. *200 = capacités d'accueil touristiques équivalentes à 2 fois la population résidente permanente.*



Montfaucon-en-Velay : 124

Zone de proximité : 54

Dunières : 119

Zone de proximité : 163

Riotord : 157

Zone de proximité : 330

Saint-Bonnet-le-Froid : 304

Zone de proximité : 332

EPCI : 183

Haute-Loire : 261

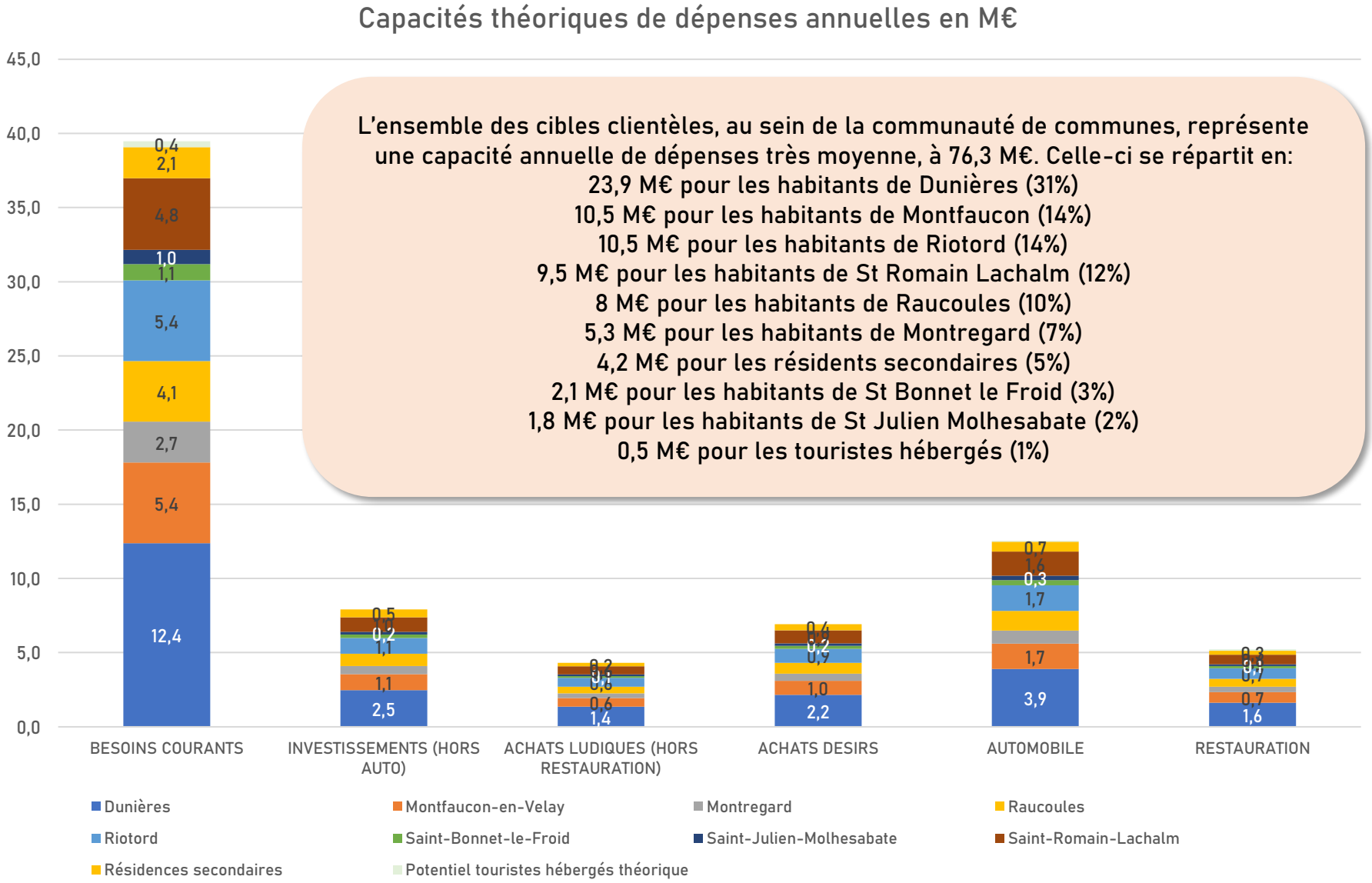
PVD de moins de 2.000 hab. : 210

PVD de 2.000 à 4.000 hab. : 148

Ensemble des PVD : 161

France : 174

1.5. MARCHES THEORIQUES

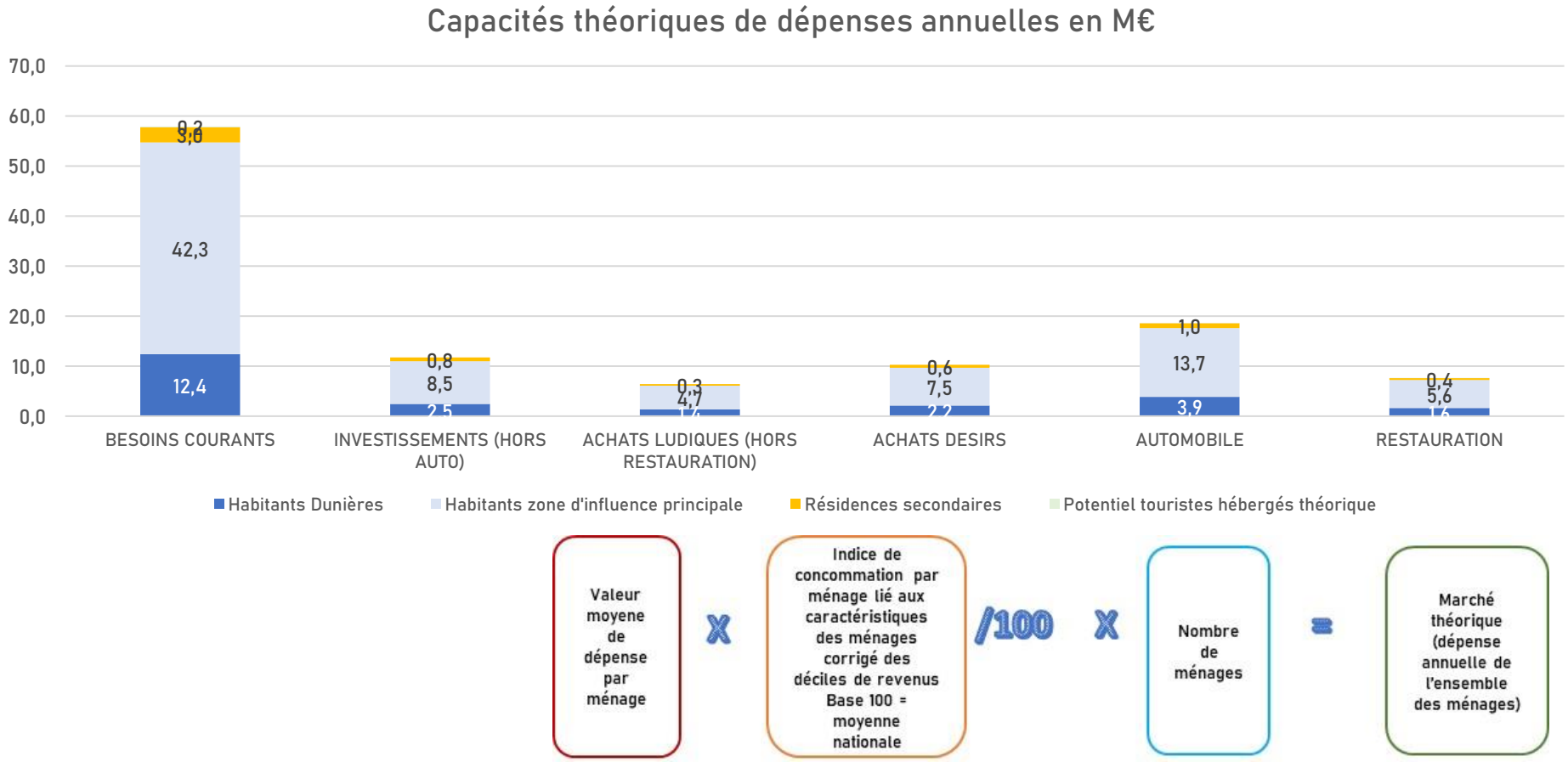


L'ensemble des cibles clientèles, au sein de la communauté de communes, représente une capacité annuelle de dépenses très moyenne, à 76,3 M€. Celle-ci se répartit en:
23,9 M€ pour les habitants de Dunières (31%)
10,5 M€ pour les habitants de Montfaucon (14%)
10,5 M€ pour les habitants de Riotord (14%)
9,5 M€ pour les habitants de St Romain Lachalm (12%)
8 M€ pour les habitants de Raucoules (10%)
5,3 M€ pour les habitants de Montregard (7%)
4,2 M€ pour les résidents secondaires (5%)
2,1 M€ pour les habitants de St Bonnet le Froid (3%)
1,8 M€ pour les habitants de St Julien Molhesabate (2%)
0,5 M€ pour les touristes hébergés (1%)

Dépenses annuelles en M€	Dunières	Montfaucon-en-Velay	Montregard	Raucoules	Riotord	Saint-Bonnet-le-Froid	Saint-Julien-Molhesabate	Saint-Romain-Lachalm	CC Pays de Montfaucon	Résidences secondaires	*Potentiel touristes hébergés théorique*	TOTAL
Nb de ménages / équivalent ménages	1181	523	256	376	517	102	90	435	3480	680	*100*	4260
11 - Pain pâtisserie	0,524	0,229	0,117	0,177	0,231	0,047	0,041	0,211	1,578	0,089	*0,027*	1,694
12 - Viandes, charcuterie	1,392	0,612	0,309	0,462	0,611	0,123	0,108	0,544	4,161	0,236	*0,072*	4,468
13 - Poissonerie, coquillages	0,191	0,084	0,043	0,062	0,084	0,017	0,016	0,073	0,570	0,032	*0,010*	0,612
14 - Fruits et légumes	0,659	0,289	0,146	0,212	0,288	0,057	0,053	0,247	1,951	0,111	*0,034*	2,096
15 - Crèmerie, produits laitiers	0,925	0,404	0,207	0,309	0,407	0,082	0,073	0,367	2,774	0,157	*0,048*	2,979
16 - Epicerie, boissons	2,767	1,213	0,616	0,915	1,213	0,243	0,217	1,083	8,267	0,468	*0,143*	8,878
17 - Produits d'entretien & d'hygiène	0,306	0,133	0,069	0,102	0,135	0,027	0,025	0,121	0,919	0,052	*0,016*	0,987
31 - Habillement homme	0,324	0,143	0,072	0,112	0,143	0,030	0,025	0,135	0,983	0,056		1,039
32 - Habillement femme	0,449	0,197	0,100	0,155	0,198	0,041	0,034	0,187	1,361	0,077		1,438
33 - Habillement enfant et puériculture	0,334	0,147	0,074	0,115	0,147	0,031	0,025	0,139	1,013	0,057		1,070
34 - Chaussures	0,231	0,102	0,051	0,081	0,103	0,022	0,017	0,097	0,702	0,040		0,742
35 - Bijouterie, horlogerie	0,217	0,098	0,049	0,074	0,096	0,021	0,017	0,092	0,663	0,038		0,700
36 - Autres accessoires	0,402	0,179	0,088	0,132	0,175	0,036	0,031	0,159	1,200	0,068		1,268
41 - Electroménager	0,333	0,148	0,073	0,110	0,146	0,030	0,026	0,130	0,995	0,078		1,073
45 - Décoration	0,533	0,232	0,119	0,176	0,233	0,047	0,043	0,210	1,595	0,125		1,719
46 - Meubles	0,644	0,285	0,144	0,217	0,281	0,058	0,049	0,262	1,939	0,152		2,091
47 - Bricolage	0,532	0,231	0,121	0,177	0,232	0,046	0,043	0,211	1,594	0,125		1,718
48 - Divers équipement de la maison	0,058	0,026	0,013	0,018	0,024	0,005	0,004	0,021	0,168	0,013		0,181
51 - Pharmacie	1,874	0,821	0,422	0,602	0,828	0,163	0,160	0,701	5,572	0,316		5,888
52 - Produits de beauté	0,692	0,305	0,153	0,235	0,305	0,063	0,052	0,281	2,086	0,118		2,204
53 - Coiffure & esthétique	0,378	0,167	0,084	0,121	0,166	0,033	0,031	0,144	1,123	0,064		1,186
54 - Optique	0,214	0,094	0,048	0,069	0,095	0,019	0,018	0,080	0,636	0,036		0,672
55 - Pressing	0,052	0,023	0,011	0,016	0,023	0,005	0,004	0,019	0,153	0,009		0,162
61 - Tabac	0,680	0,306	0,143	0,233	0,296	0,062	0,041	0,278	2,038	0,115	*0,035*	2,189
62 - Presse	0,344	0,149	0,078	0,107	0,150	0,029	0,030	0,123	1,011	0,057	*0,017*	1,085
63 - TV, hifi, vidéo, photo	0,533	0,238	0,118	0,177	0,232	0,048	0,041	0,212	1,599	0,091		1,689
64 - Informatique	0,284	0,124	0,062	0,095	0,123	0,025	0,020	0,114	0,847	0,048		0,895
65 - Livres & papeterie	0,240	0,105	0,053	0,079	0,105	0,021	0,018	0,095	0,715	0,041		0,756
66 - Disques	0,111	0,049	0,024	0,038	0,049	0,010	0,008	0,045	0,332	0,019		0,351
67 - Téléphonie	1,084	0,478	0,235	0,362	0,476	0,097	0,078	0,428	3,238	0,184		3,422
68 - Jeux & jouets	0,221	0,096	0,049	0,078	0,097	0,020	0,016	0,094	0,671	0,038		0,709
69 - Articles de sport	0,481	0,211	0,107	0,168	0,212	0,044	0,035	0,203	1,462	0,083		1,545
70 - Fleurs & jardinage	0,299	0,130	0,069	0,097	0,131	0,026	0,027	0,115	0,895	0,051		0,946
71 - Acquisition véhicules	2,588	1,137	0,588	0,897	1,147	0,237	0,202	1,082	7,878	0,446		8,324
71 - Animaux	0,153	0,066	0,034	0,052	0,068	0,014	0,013	0,061	0,462	0,026		0,488
72 - Motocycles	0,078	0,034	0,018	0,030	0,036	0,008	0,005	0,036	0,244	0,014		0,258
73 - Carburants	1,300	0,571	0,291	0,447	0,571	0,117	0,097	0,536	3,930	0,223	*0,068*	4,220
74 - Entretien & contrôle	1,516	0,656	0,346	0,528	0,663	0,136	0,121	0,638	4,604	0,261		4,865
81 - Bar	0,179	0,080	0,039	0,060	0,078	0,016	0,013	0,072	0,537	0,030	*0,009*	0,577
82 - Restauration rapide	0,635	0,282	0,137	0,214	0,277	0,058	0,045	0,257	1,904	0,108	*0,033*	2,044
83 - Restauration	0,808	0,354	0,178	0,264	0,357	0,073	0,064	0,316	2,414	0,137	*0,042*	2,593

1.5.1. DUNIERES

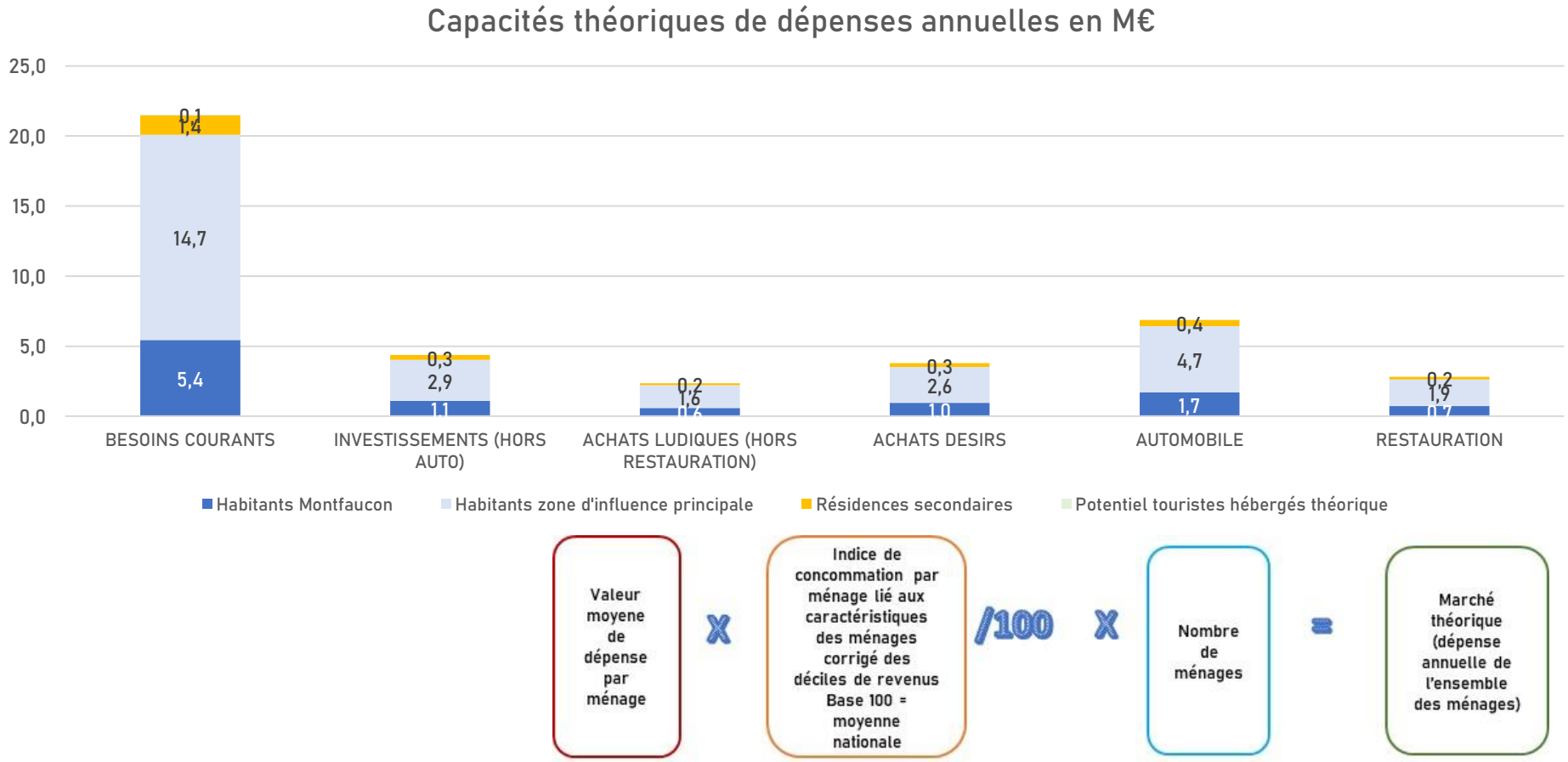
L'ensemble des cibles clientèles, sur la zone d'influence principale, représente une capacité annuelle de dépenses significative, à 112,7 M€. Celle-ci se répartit en:
23,9 M€ pour les habitants de Dunières (21%)
82,5 M€ pour les habitants de la zone de proximité (73%)
6,1 M€ pour les résidents secondaires de la zone de proximité (5%)
0,3 M€ pour les touristes hébergés



Dépenses annuelles en M€	Habitants Dunières	Habitants zone d'influence principale	Total habitants Zone d'influence principale	Résidences secondaires	*Potentiel touristes hébergés théorique*	TOTAL		*A titre indicatif, niveau de CA à atteindre par ets, hors enseignes*	*A titre indicatif, part de marché "boutiques"*	*A titre indicatif, surface "standard" par ets*
Nb de ménages / équivalent ménages	1181	3919	5100	974	*48*	6122				
11 - Pain pâtisserie	0,524	1,812	2,336	0,129	*0,013*	2,478		*0,350*	*90%*	*180*
12 - Viandes, charcuterie	1,392	4,753	6,146	0,340	*0,035*	6,521		*0,300*	*30%*	*80*
13 - Poissonerie, coquillages	0,191	0,651	0,842	0,047	*0,005*	0,894		*0,300*	*20%*	*80*
14 - Fruits et légumes	0,659	2,217	2,877	0,159	*0,016*	3,052		*0,250*	*15%*	*100*
15 - Crèmerie, produits laitiers	0,925	3,181	4,106	0,227	*0,023*	4,356		*0,300*	*10%*	*60*
16 - Epicerie, boissons	2,767	9,463	12,230	0,677	*0,069*	12,976		*spécifiques*		
17 - Produits d'entretien & d'hygiène	0,306	1,052	1,359	0,075	*0,008*	1,442		*0,450*	*ns*	*100*
31 - Habillement homme	0,324	1,146	1,470	0,081		1,552		*0,300*	*40%*	*80*
32 - Habillement femme	0,449	1,586	2,035	0,113		2,147		*0,300*	*40%*	*80*
33 - Habillement enfant et puériculture	0,334	1,180	1,514	0,084		1,598		*0,300*	*40%*	*80*
34 - Chaussures	0,231	0,817	1,048	0,058		1,106		*0,300*	*40%*	*80*
35 - Bijouterie, horlogerie	0,217	0,776	0,992	0,055		1,047		*0,600*	*80%*	*80*
36 - Autres accessoires	0,402	1,386	1,788	0,099		1,887		*0,250*	*75%*	*40*
41 - Electroménager	0,333	1,142	1,475	0,113		1,588		*0,900*	*70%*	*300*
45 - Décoration	0,533	1,832	2,366	0,181		2,546		*0,500*	*80%*	*150*
46 - Meubles	0,644	2,254	2,898	0,221		3,119		*1,000*	*80%*	*400*
47 - Bricolage	0,532	1,837	2,369	0,181		2,550		*2,500*	*90%*	*800*
48 - Divers équipement de la maison	0,058	0,190	0,248	0,019		0,267		*0,300*	*90%*	*60*
51 - Pharmacie	1,874	6,367	8,242	0,456		8,698		*1,600*	*100%*	*120*
52 - Produits de beauté	0,692	2,415	3,107	0,172		3,279		*0,600*	*30%*	*300*
53 - Coiffure & esthétique	0,378	1,289	1,667	0,092		1,760		*0,150*	*90%*	*60*
54 - Optique	0,214	0,727	0,941	0,052		0,994		*0,350*	*100%*	*100*
55 - Pressing	0,052	0,176	0,227	0,013		0,240		*0,300*	*100%*	*80*
61 - Tabac	0,680	2,319	2,999	0,166	*0,017*	3,182		*1,700*	*100%*	*80*
62 - Presse	0,344	1,141	1,485	0,082	*0,008*	1,576		*1,000*	*50%*	*60*
63 - TV, hifi, vidéo, photo	0,533	1,837	2,370	0,131		2,501		*0,600*	*50%*	*120*
64 - Informatique	0,284	0,984	1,267	0,070		1,338		*0,250*	*30%*	*60*
65 - Livres & papeterie	0,240	0,832	1,072	0,059		1,131		*0,600*	*68%*	*80*
66 - Disques	0,111	0,387	0,498	0,028		0,526		*0,350*	*20%*	*80*
67 - Téléphonie	1,084	3,717	4,801	0,266		5,067		*0,300*	-	*90*
68 - Jeux & jouets	0,221	0,782	1,003	0,056		1,058		*0,250*	*40%*	*150*
69 - Articles de sport	0,481	1,705	2,186	0,121		2,307		*0,600*	*95%*	*150*
70 - Fleurs & jardinage	0,299	1,022	1,321	0,073		1,395		*0,250*	*60%*	*100*
71 - Acquisition véhicules	2,588	9,178	11,767	0,652		12,418		*1,500*	*90%*	*1000*
71 - Animaux	0,153	0,525	0,678	0,038		0,716		*0,200*	*50%*	*60*
72 - Motocycles	0,078	0,289	0,367	0,020		0,387		*1,200*	*100%*	*200*
73 - Carburants	1,300	4,536	5,836	0,323	*0,033*	6,192		*1,200*	*100%*	-
74 - Entretien & contrôle	1,516	5,325	6,841	0,379		7,220		*0,600*	*100%*	*500*
81 - Bar	0,179	0,619	0,798	0,044	*0,005*	0,847		*0,120*	*100%*	*80*
82 - Restauration rapide	0,635	2,192	2,826	0,157	*0,016*	2,999		*0,120*	*100%*	*80*
83 - Restauration	0,808	2,790	3,598	0,199	*0,020*	3,817		*0,300*	*100%*	*150*

1.5.2. MONTFAUCON-EN-VELAY

L'ensemble des cibles clientèles, sur la zone d'influence principale, représente une capacité annuelle de dépenses limitée, à 41,8 M€. Celle-ci se répartit en:
10,5 M€ pour les habitants de Montfaucon-en-Velay (25%)
28,4 M€ pour les habitants de la zone de proximité (68%)
2,8 M€ pour les résidents secondaires de la zone de proximité (7%)
0,1 M€ pour les touristes hébergés

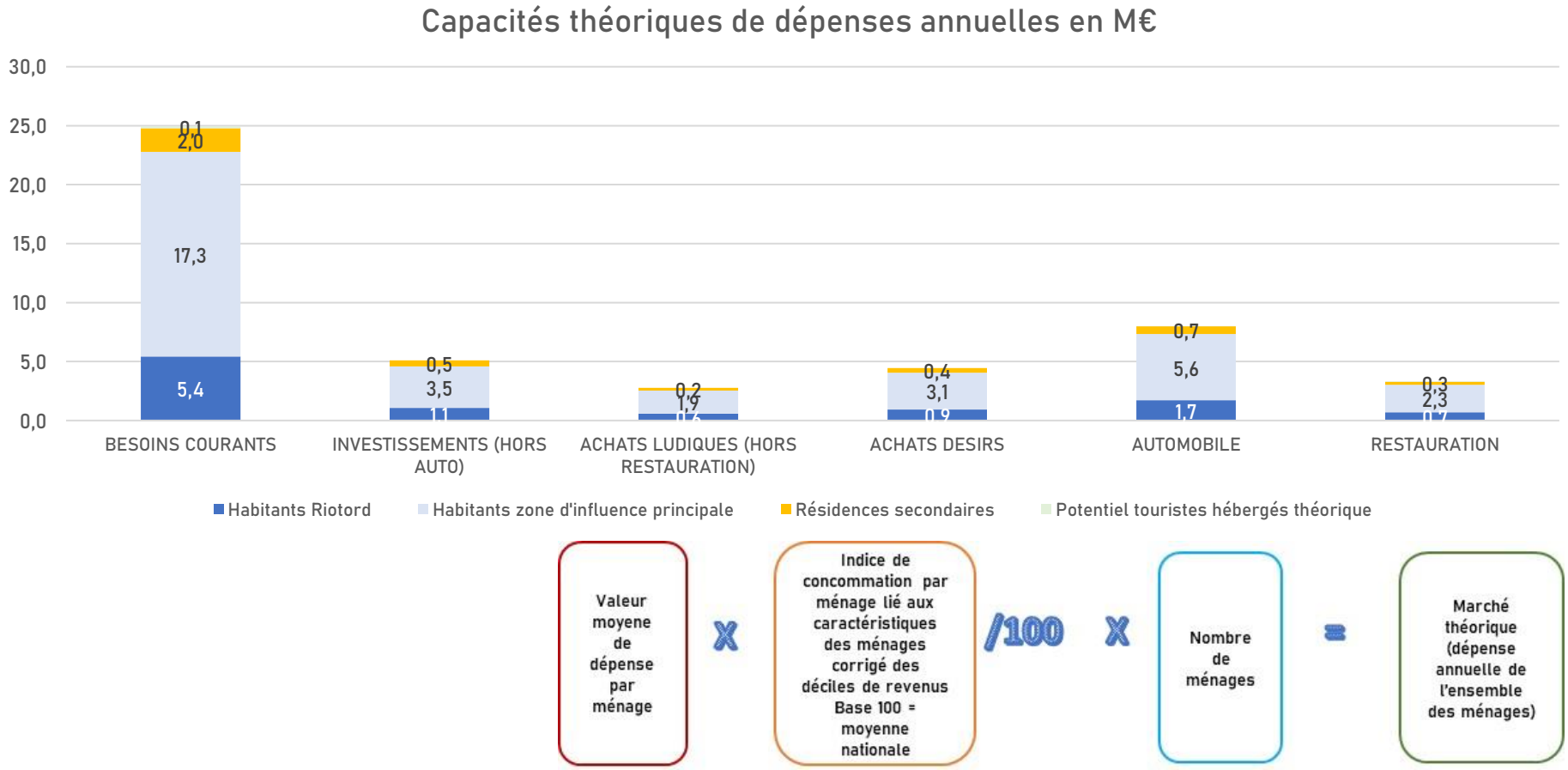


Dépenses annuelles en M€	Habitants Montfaucon	Habitants zone d'influence principale	Total habitants Zone d'influence principale	Résidences secondaires	*Potentiel touristes hébergés théorique*	TOTAL	*A titre indicatif, niveau de CA à atteindre par ets, hors enseignes*	*A titre indicatif, part de marché "boutiques"*	*A titre indicatif, surface "standard" par ets*
Nb de ménages / équivalent ménages	523	1367	1890	451	*15*	2356			
11 - Pain pâtisserie	0,229	0,626	0,855	0,059	*0,004*	0,919	*0,350*	*90%*	*180*
12 - Viandes, charcuterie	0,612	1,651	2,263	0,157	*0,011*	2,430	*0,300*	*30%*	*80*
13 - Poissonerie, coquillages	0,084	0,227	0,311	0,021	*0,001*	0,334	*0,300*	*20%*	*80*
14 - Fruits et légumes	0,289	0,773	1,062	0,073	*0,005*	1,141	*0,250*	*15%*	*100*
15 - Crèmerie, produits laitiers	0,404	1,102	1,506	0,104	*0,007*	1,618	*0,300*	*10%*	*60*
16 - Epicerie, boissons	1,213	3,281	4,494	0,311	*0,021*	4,827	*spécifiques*		
17 - Produits d'entretien & d'hygiène	0,133	0,366	0,499	0,035	*0,002*	0,536	*0,450*	*ns*	*100*
31 - Habillement homme	0,143	0,389	0,531	0,037		0,568	*0,300*	*40%*	*80*
32 - Habillement femme	0,197	0,538	0,735	0,051		0,786	*0,300*	*40%*	*80*
33 - Habillement enfant et puériculture	0,147	0,400	0,547	0,038		0,585	*0,300*	*40%*	*80*
34 - Chaussures	0,102	0,277	0,379	0,026		0,405	*0,300*	*40%*	*80*
35 - Bijouterie, horlogerie	0,098	0,262	0,359	0,025		0,384	*0,600*	*80%*	*80*
36 - Autres accessoires	0,179	0,474	0,652	0,045		0,698	*0,250*	*75%*	*40*
41 - Electroménager	0,148	0,393	0,541	0,052		0,592	*0,900*	*70%*	*300*
45 - Décoration	0,232	0,632	0,865	0,083		0,947	*0,500*	*80%*	*150*
46 - Meubles	0,285	0,770	1,056	0,101		1,156	*1,000*	*80%*	*400*
47 - Bricolage	0,231	0,637	0,868	0,083		0,951	*2,500*	*90%*	*800*
48 - Divers équipement de la maison	0,026	0,067	0,093	0,009		0,102	*0,300*	*90%*	*60*
51 - Pharmacie	0,821	2,210	3,031	0,210		3,241	*1,600*	*100%*	*120*
52 - Produits de beauté	0,305	0,825	1,130	0,078		1,208	*0,600*	*30%*	*300*
53 - Coiffure & esthétique	0,167	0,442	0,609	0,042		0,651	*0,150*	*90%*	*60*
54 - Optique	0,094	0,252	0,346	0,024		0,370	*0,350*	*100%*	*100*
55 - Pressing	0,023	0,060	0,083	0,006		0,089	*0,300*	*100%*	*80*
61 - Tabac	0,306	0,801	1,107	0,077	*0,005*	1,188	*1,700*	*100%*	*80*
62 - Presse	0,149	0,401	0,551	0,038	*0,003*	0,591	*1,000*	*50%*	*60*
63 - TV, hifi, vidéo, photo	0,238	0,633	0,871	0,060		0,931	*0,600*	*50%*	*120*
64 - Informatique	0,124	0,333	0,458	0,032		0,489	*0,250*	*30%*	*60*
65 - Livres & papeterie	0,105	0,281	0,386	0,027		0,413	*0,600*	*68%*	*80*
66 - Disques	0,049	0,131	0,180	0,012		0,192	*0,350*	*20%*	*80*
67 - Téléphonie	0,478	1,275	1,753	0,121		1,875	*0,300*	-	*90*
68 - Jeux & jouets	0,096	0,267	0,363	0,025		0,388	*0,250*	*40%*	*150*
69 - Articles de sport	0,211	0,580	0,791	0,055		0,846	*0,600*	*95%*	*150*
70 - Fleurs & jardinage	0,130	0,357	0,488	0,034		0,521	*0,250*	*60%*	*100*
71 - Acquisition véhicules	1,137	3,148	4,285	0,297		4,581	*1,500*	*90%*	*1000*
71 - Animaux	0,066	0,184	0,250	0,017		0,268	*0,200*	*50%*	*60*
72 - Motocycles	0,034	0,098	0,132	0,009		0,141	*1,200*	*100%*	*200*
73 - Carburants	0,571	1,566	2,137	0,148	*0,010*	2,295	*1,200*	*100%*	-
74 - Entretien & contrôle	0,656	1,843	2,499	0,173		2,671	*0,600*	*100%*	*500*
81 - Bar	0,080	0,212	0,291	0,020	*0,001*	0,313	*0,120*	*100%*	*80*
82 - Restauration rapide	0,282	0,750	1,032	0,071	*0,005*	1,109	*0,120*	*100%*	*80*
83 - Restauration	0,354	0,955	1,309	0,091	*0,006*	1,406	*0,300*	*100%*	*150*

1.6. MARCHES THEORIQUES

1.5.3. RIOTORD

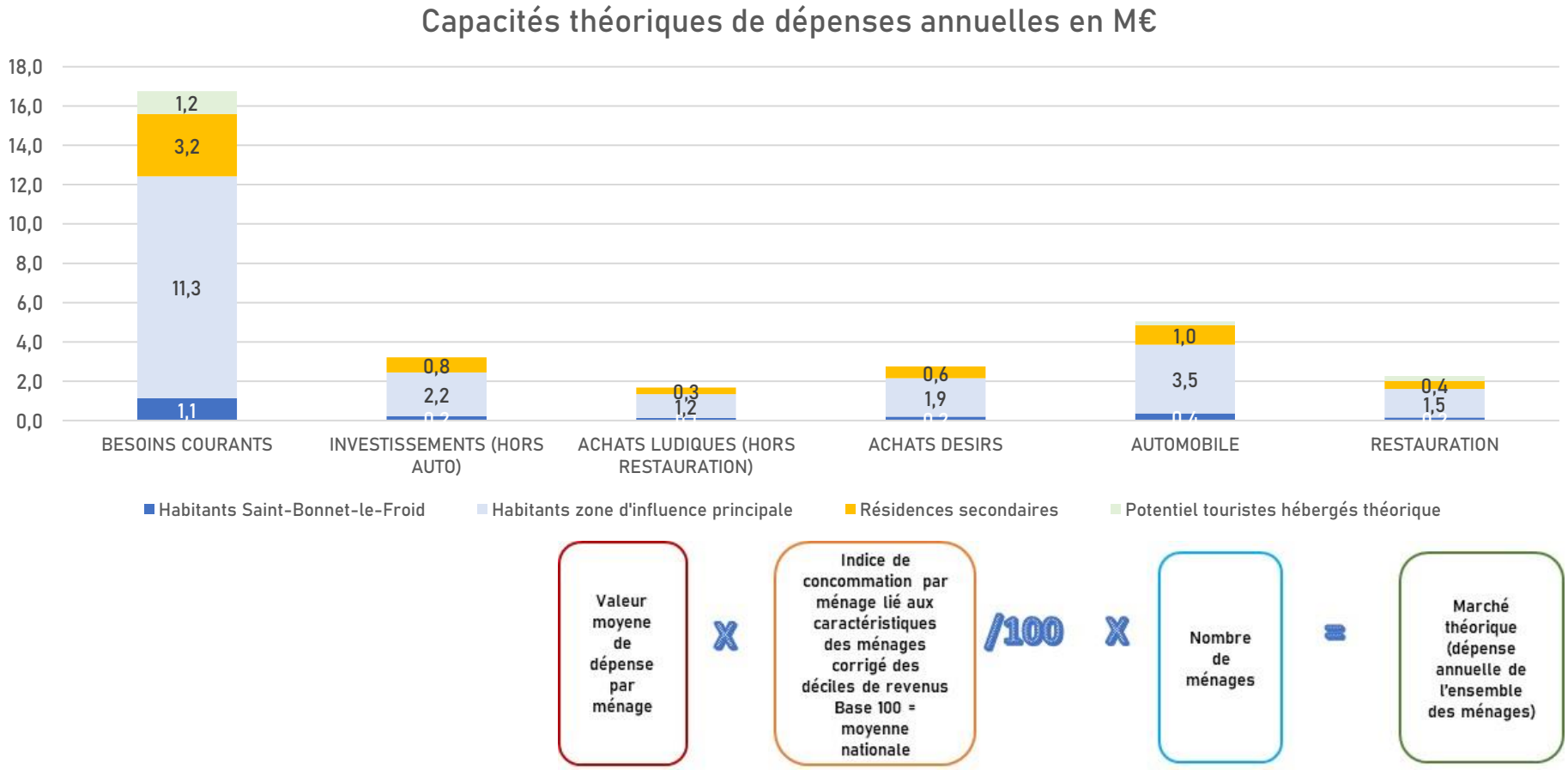
L'ensemble des cibles clientèles, sur la zone d'influence principale, représente une capacité annuelle de dépenses limitée, à 48,6 M€. Celle-ci se répartit en:
10,5 M€ pour les habitants de Riotord (22%)
33,8 M€ pour les habitants de la zone de proximité (70%)
4,1 M€ pour les résidents secondaires de la zone de proximité (8%)
0,2 M€ pour les touristes hébergés



Dépenses annuelles en M€	Habitants Riotord	Habitants zone d'influence principale	Total habitants Zone d'influence principale	Résidences secondaires	*Potentiel touristes hébergés théorique*	TOTAL	*A titre indicatif, niveau de CA à atteindre par ets, hors enseignes*	*A titre indicatif, part de marché "boutiques"*	*A titre indicatif, surface "standard" par ets*
Nb de ménages / équivalent ménages	517	1586	2103	644	*37*	2784			
11 - Pain pâtisserie	0,231	0,738	0,968	0,086	*0,010*	1,064	*0,350*	*90%*	*180*
12 - Viandes, charcuterie	0,611	1,939	2,550	0,226	*0,027*	2,804	*0,300*	*30%*	*80*
13 - Poissonerie, coquillages	0,084	0,269	0,353	0,031	*0,004*	0,388	*0,300*	*20%*	*80*
14 - Fruits et légumes	0,288	0,910	1,198	0,106	*0,013*	1,317	*0,250*	*15%*	*100*
15 - Crèmerie, produits laitiers	0,407	1,300	1,706	0,152	*0,018*	1,876	*0,300*	*10%*	*60*
16 - Epicerie, boissons	1,213	3,875	5,088	0,452	*0,054*	5,594	*spécifiques*		
17 - Produits d'entretien & d'hygiène	0,135	0,430	0,565	0,050	*0,006*	0,621	*0,450*	*ns*	*100*
31 - Habillement homme	0,143	0,471	0,614	0,055		0,669	*0,300*	*40%*	*80*
32 - Habillement femme	0,198	0,652	0,850	0,076		0,926	*0,300*	*40%*	*80*
33 - Habillement enfant et puériculture	0,147	0,485	0,633	0,056		0,689	*0,300*	*40%*	*80*
34 - Chaussures	0,103	0,333	0,436	0,039		0,475	*0,300*	*40%*	*80*
35 - Bijouterie, horlogerie	0,096	0,324	0,420	0,037		0,458	*0,600*	*80%*	*80*
36 - Autres accessoires	0,175	0,575	0,749	0,067		0,816	*0,250*	*75%*	*40*
41 - Electroménager	0,146	0,468	0,614	0,075		0,689	*0,900*	*70%*	*300*
45 - Décoration	0,233	0,756	0,990	0,121		1,111	*0,500*	*80%*	*150*
46 - Meubles	0,281	0,932	1,214	0,149		1,362	*1,000*	*80%*	*400*
47 - Bricolage	0,232	0,759	0,991	0,121		1,112	*2,500*	*90%*	*800*
48 - Divers équipement de la maison	0,024	0,078	0,102	0,012		0,114	*0,300*	*90%*	*60*
51 - Pharmacie	0,828	2,636	3,464	0,308		3,771	*1,600*	*100%*	*120*
52 - Produits de beauté	0,305	0,990	1,296	0,115		1,411	*0,600*	*30%*	*300*
53 - Coiffure & esthétique	0,166	0,537	0,703	0,062		0,765	*0,150*	*90%*	*60*
54 - Optique	0,095	0,301	0,396	0,035		0,431	*0,350*	*100%*	*100*
55 - Pressing	0,023	0,074	0,097	0,009		0,105	*0,300*	*100%*	*80*
61 - Tabac	0,296	0,916	1,212	0,108	*0,013*	1,332	*1,700*	*100%*	*80*
62 - Presse	0,150	0,473	0,623	0,055	*0,007*	0,685	*1,000*	*50%*	*60*
63 - TV, hifi, vidéo, photo	0,232	0,754	0,986	0,088		1,074	*0,600*	*50%*	*120*
64 - Informatique	0,123	0,406	0,529	0,047		0,576	*0,250*	*30%*	*60*
65 - Livres & papeterie	0,105	0,345	0,450	0,040		0,490	*0,600*	*68%*	*80*
66 - Disques	0,049	0,159	0,208	0,018		0,226	*0,350*	*20%*	*80*
67 - Téléphonie	0,476	1,511	1,987	0,176		2,163	*0,300*	-	*90*
68 - Jeux & jouets	0,097	0,319	0,416	0,037		0,453	*0,250*	*40%*	*150*
69 - Articles de sport	0,212	0,698	0,910	0,081		0,991	*0,600*	*95%*	*150*
70 - Fleurs & jardinage	0,131	0,424	0,556	0,049		0,605	*0,250*	*60%*	*100*
71 - Acquisition véhicules	1,147	3,779	4,926	0,437		5,363	*1,500*	*90%*	*1000*
71 - Animaux	0,068	0,214	0,282	0,025		0,307	*0,200*	*50%*	*60*
72 - Motocycles	0,036	0,117	0,153	0,014		0,166	*1,200*	*100%*	*200*
73 - Carburants	0,571	1,847	2,418	0,215	*0,026*	2,658	*1,200*	*100%*	-
74 - Entretien & contrôle	0,663	2,176	2,840	0,252		3,092	*0,600*	*100%*	*500*
81 - Bar	0,078	0,253	0,331	0,029	*0,003*	0,364	*0,120*	*100%*	*80*
82 - Restauration rapide	0,277	0,895	1,173	0,104	*0,012*	1,289	*0,120*	*100%*	*80*
83 - Restauration	0,357	1,169	1,526	0,136	*0,016*	1,678	*0,300*	*100%*	*150*

1.5.4. SAINT BONNET LE FROID

L'ensemble des cibles clientèles, sur la zone d'influence principale, représente une capacité annuelle de dépenses limitée, à 31,7 M€. Celle-ci se répartit en:
2,2 M€ pour les habitants de Saint-Bonnet-le-Froid (7%)
21,6 M€ pour les habitants de la zone de proximité (68%)
6,3 M€ pour les résidents secondaires de la zone de proximité (20%)
1,6 M€ pour les touristes hébergés (5%)

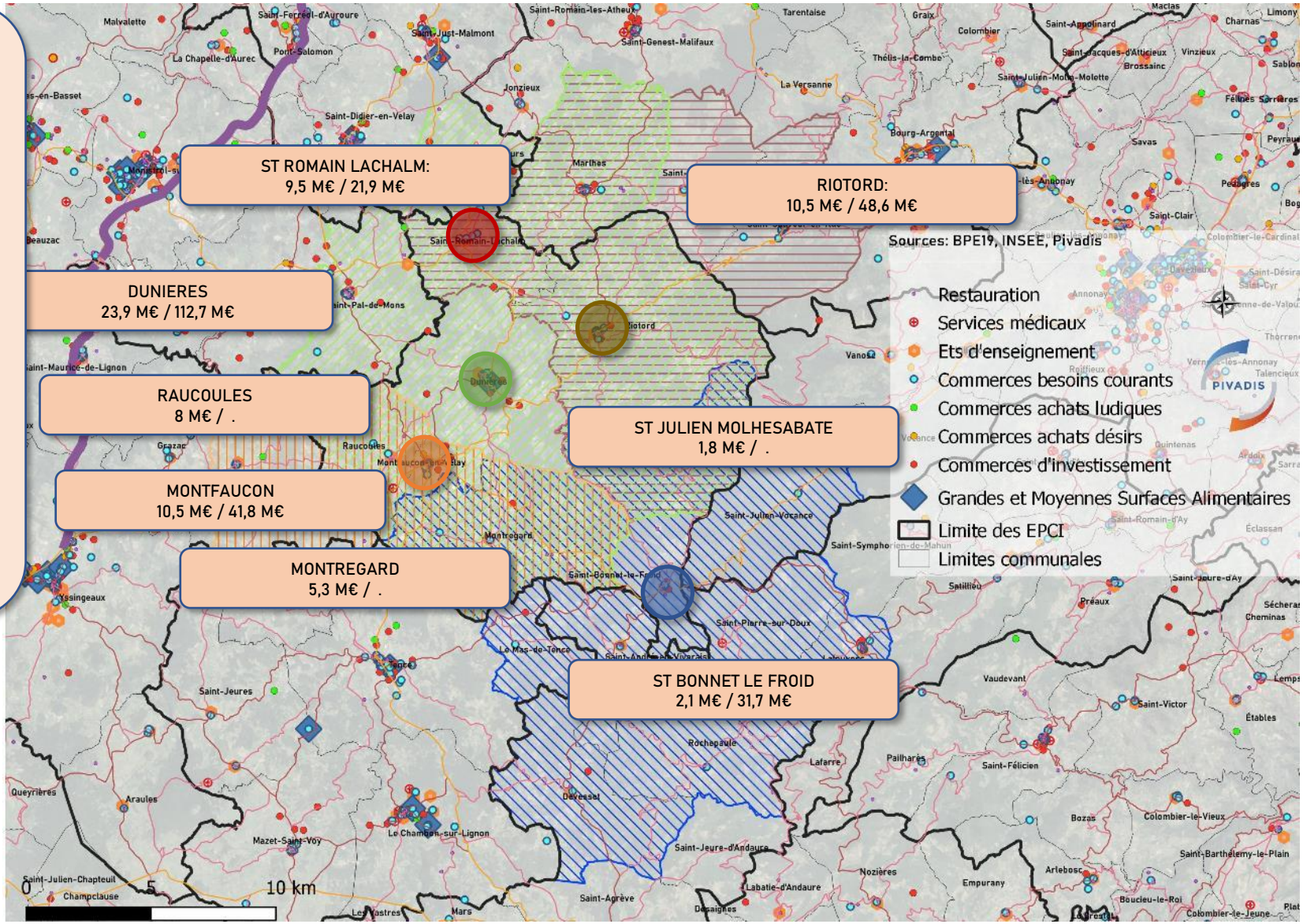


Dépenses annuelles en M€	Habitants Saint-Bonnet-le-Froid	Habitants zone d'influence principale	Total habitants Zone d'influence principale	Résidences secondaires	*Potentiel touristes hébergés théorique*	TOTAL	*A titre indicatif, niveau de CA à atteindre par ets, hors enseignes*	*A titre indicatif, part de marché "boutiques"*	*A titre indicatif, surface "standard" par ets*
Nb de ménages / équivalent ménages	106	1087	1193	1050	*303*	2546			
11 - Pain pâtisserie	0,049	0,477	0,526	0,134	*0,080*	0,740	*0,350*	*90%*	*180*
12 - Viandes, charcuterie	0,128	1,263	1,390	0,355	*0,212*	1,957	*0,300*	*30%*	*80*
13 - Poissonerie, coquillages	0,017	0,178	0,195	0,050	*0,030*	0,274	*0,300*	*20%*	*80*
14 - Fruits et légumes	0,059	0,606	0,665	0,170	*0,101*	0,936	*0,250*	*15%*	*100*
15 - Crèmerie, produits laitiers	0,085	0,843	0,928	0,237	*0,141*	1,306	*0,300*	*10%*	*60*
16 - Epicerie, boissons	0,253	2,517	2,770	0,707	*0,422*	3,899	*spécifiques*		
17 - Produits d'entretien & d'hygiène	0,028	0,281	0,309	0,079	*0,047*	0,435	*0,450*	*ns*	*100*
31 - Habillement homme	0,031	0,291	0,322	0,082		0,404	*0,300*	*40%*	*80*
32 - Habillement femme	0,043	0,403	0,445	0,114		0,559	*0,300*	*40%*	*80*
33 - Habillement enfant et puériculture	0,032	0,300	0,331	0,085		0,416	*0,300*	*40%*	*80*
34 - Chaussures	0,022	0,206	0,228	0,058		0,286	*0,300*	*40%*	*80*
35 - Bijouterie, horlogerie	0,022	0,198	0,220	0,056		0,276	*0,600*	*80%*	*80*
36 - Autres accessoires	0,037	0,362	0,399	0,102		0,501	*0,250*	*75%*	*40*
41 - Electroménager	0,031	0,302	0,333	0,117		0,451	*0,900*	*70%*	*300*
45 - Décoration	0,049	0,488	0,537	0,189		0,726	*0,500*	*80%*	*150*
46 - Meubles	0,060	0,578	0,638	0,225		0,863	*1,000*	*80%*	*400*
47 - Bricolage	0,048	0,485	0,533	0,188		0,721	*2,500*	*90%*	*800*
48 - Divers équipement de la maison	0,005	0,051	0,056	0,020		0,076	*0,300*	*90%*	*60*
51 - Pharmacie	0,170	1,756	1,926	0,492		2,417	*1,600*	*100%*	*120*
52 - Produits de beauté	0,065	0,622	0,687	0,175		0,863	*0,600*	*30%*	*300*
53 - Coiffure & esthétique	0,034	0,351	0,385	0,098		0,483	*0,150*	*90%*	*60*
54 - Optique	0,019	0,200	0,220	0,056		0,276	*0,350*	*100%*	*100*
55 - Pressing	0,005	0,048	0,053	0,013		0,066	*0,300*	*100%*	*80*
61 - Tabac	0,065	0,585	0,650	0,166	*0,099*	0,915	*1,700*	*100%*	*80*
62 - Presse	0,030	0,326	0,356	0,091	*0,054*	0,501	*1,000*	*50%*	*60*
63 - TV, hifi, vidéo, photo	0,049	0,482	0,531	0,136		0,667	*0,600*	*50%*	*120*
64 - Informatique	0,026	0,251	0,277	0,071		0,348	*0,250*	*30%*	*60*
65 - Livres & papeterie	0,022	0,216	0,238	0,061		0,298	*0,600*	*68%*	*80*
66 - Disques	0,010	0,098	0,108	0,028		0,136	*0,350*	*20%*	*80*
67 - Téléphonie	0,100	0,971	1,071	0,273		1,345	*0,300*	-	*90*
68 - Jeux & jouets	0,021	0,193	0,214	0,055		0,269	*0,250*	*40%*	*150*
69 - Articles de sport	0,046	0,426	0,472	0,120		0,592	*0,600*	*95%*	*150*
70 - Fleurs & jardinage	0,027	0,283	0,310	0,079		0,389	*0,250*	*60%*	*100*
71 - Acquisition véhicules	0,247	2,333	2,579	0,658		3,237	*1,500*	*90%*	*1000*
71 - Animaux	0,015	0,141	0,156	0,040		0,195	*0,200*	*50%*	*60*
72 - Motocycles	0,008	0,068	0,076	0,019		0,096	*1,200*	*100%*	*200*
73 - Carburants	0,122	1,164	1,286	0,328	*0,196*	1,810	*1,200*	*100%*	-
74 - Entretien & contrôle	0,142	1,367	1,508	0,385		1,893	*0,600*	*100%*	*500*
81 - Bar	0,017	0,158	0,175	0,045	*0,027*	0,246	*0,120*	*100%*	*80*
82 - Restauration rapide	0,060	0,560	0,620	0,158	*0,095*	0,873	*0,120*	*100%*	*80*
83 - Restauration	0,076	0,734	0,810	0,207	*0,123*	1,141	*0,300*	*100%*	*150*

1.6. SYNTHESE CAPACITES DES DEPENSES

Si le potentiel commercial « attirable » est le plus fort sur Dunières (112,7 M€ de capacités annuelles de dépenses, dont 23,9 M€ liés aux habitants de la commune / 21%), Saint-Bonnet-le-Froid présente une situation très particulière avec un potentiel essentiellement lié à l'attractivité externe (2,1 M€ pour les habitants de la commune pour 31,7 M€ au total, soit 93%, sans compter les apports des touristes à la journée).

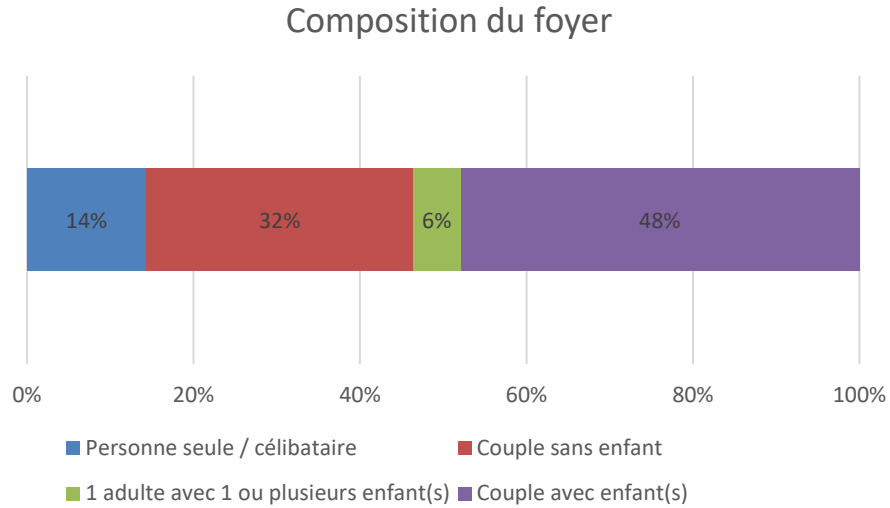
Montfaucon et Riotord présentent des capacités dépenses équivalentes à l'échelle communale, avec un potentiel environnant légèrement supérieur pour Riotord.

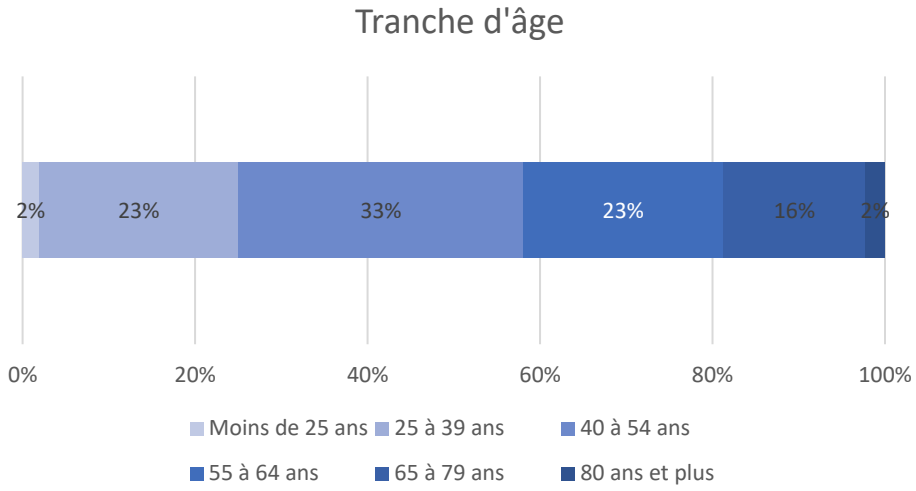


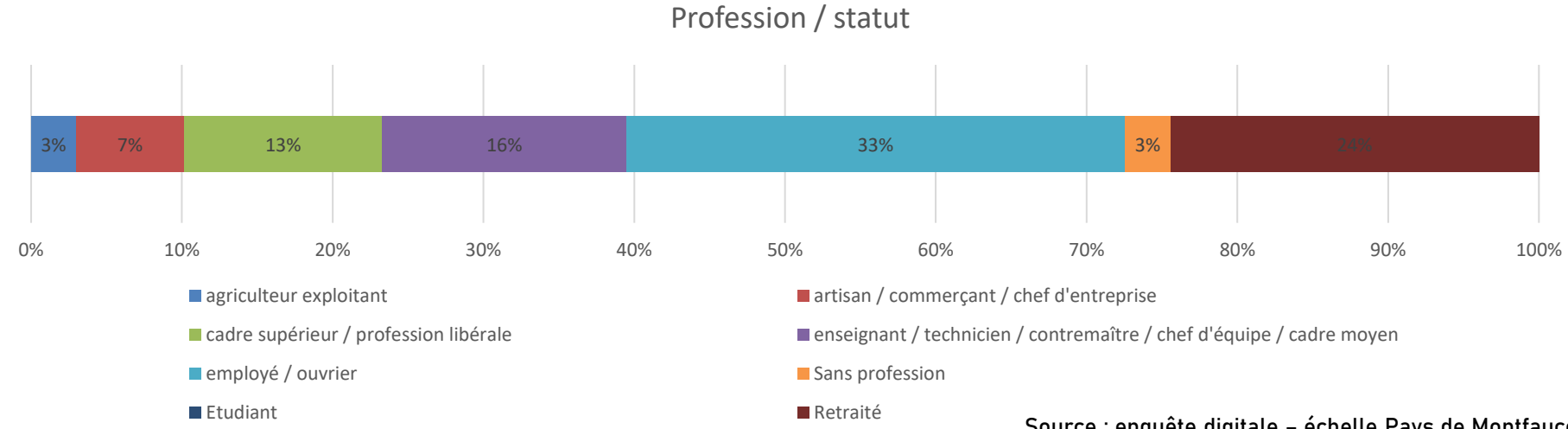
2 – PRATIQUES LOCALES

2.1. PROFIL DES REPONDANTS A L'ENQUETE DIGITALE

S'agissant d'une enquête exclusivement digitale, les ménages retraités, ainsi que les personnes seules, sont sous-représentées: 25% au lieu de 37% dans le premier cas, 14% au lieu de 33% dans le second. Néanmoins, c'est la diversité du profil de répondants qui est ici recherché, plus que la représentativité en profils de ménages.



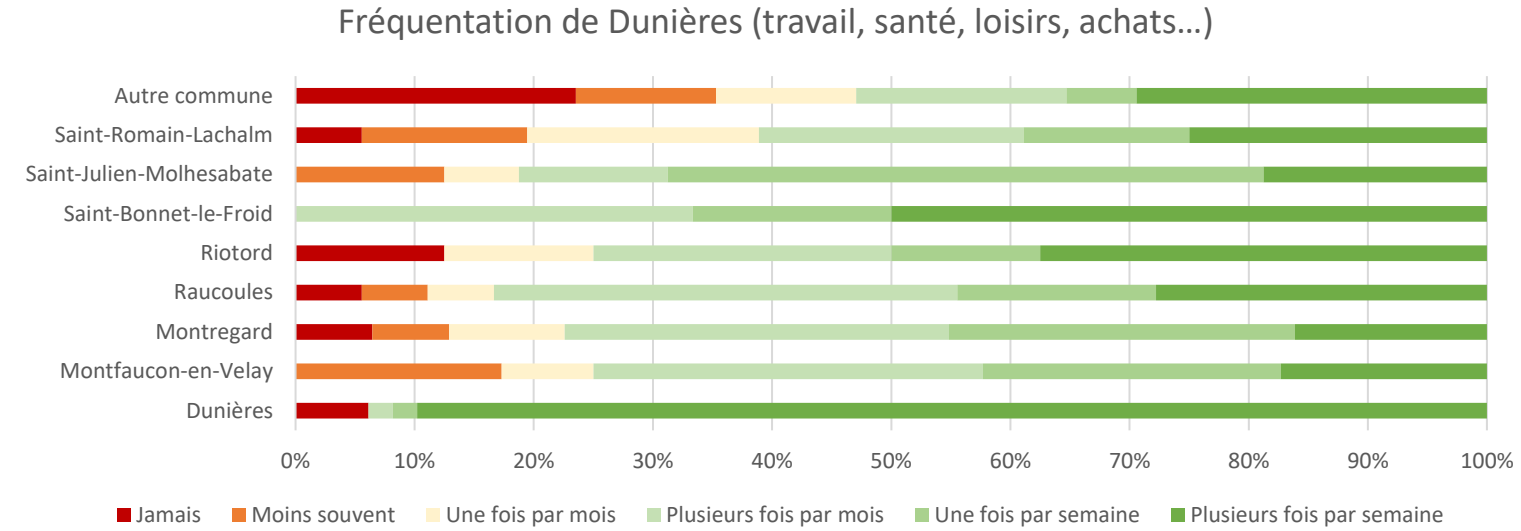


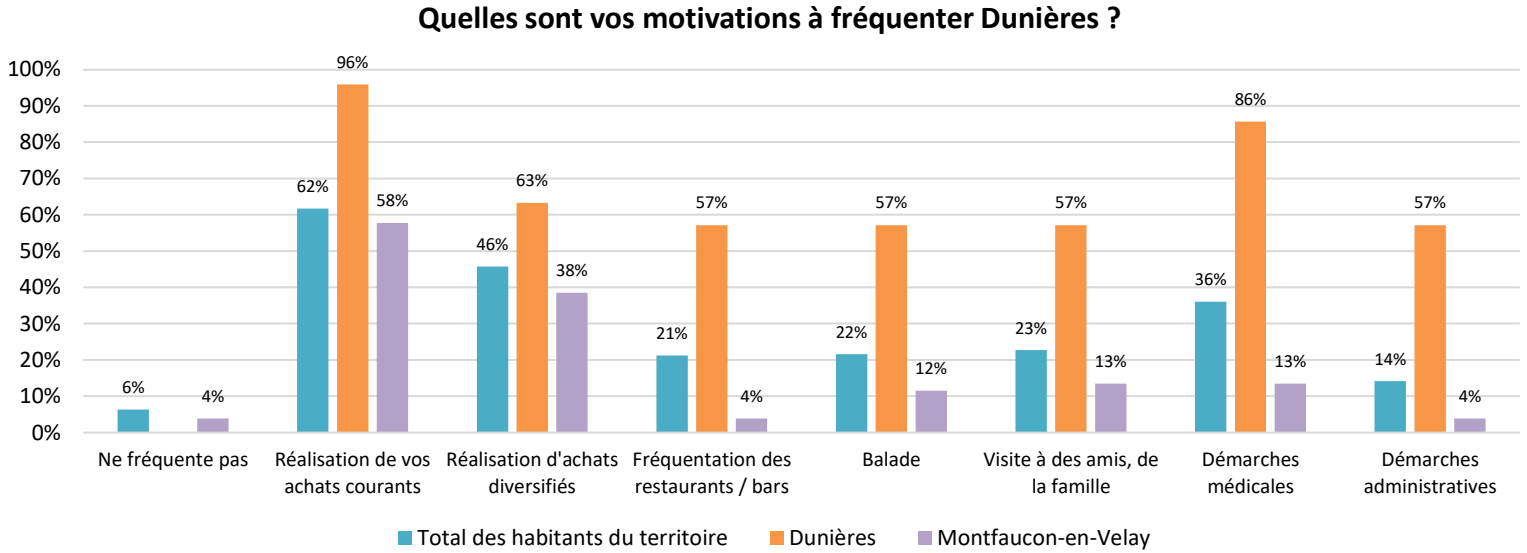


Source : enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

2.2. FREQUENTATIONS ET APPRECIATIONS

2.2.1. DUNIERES

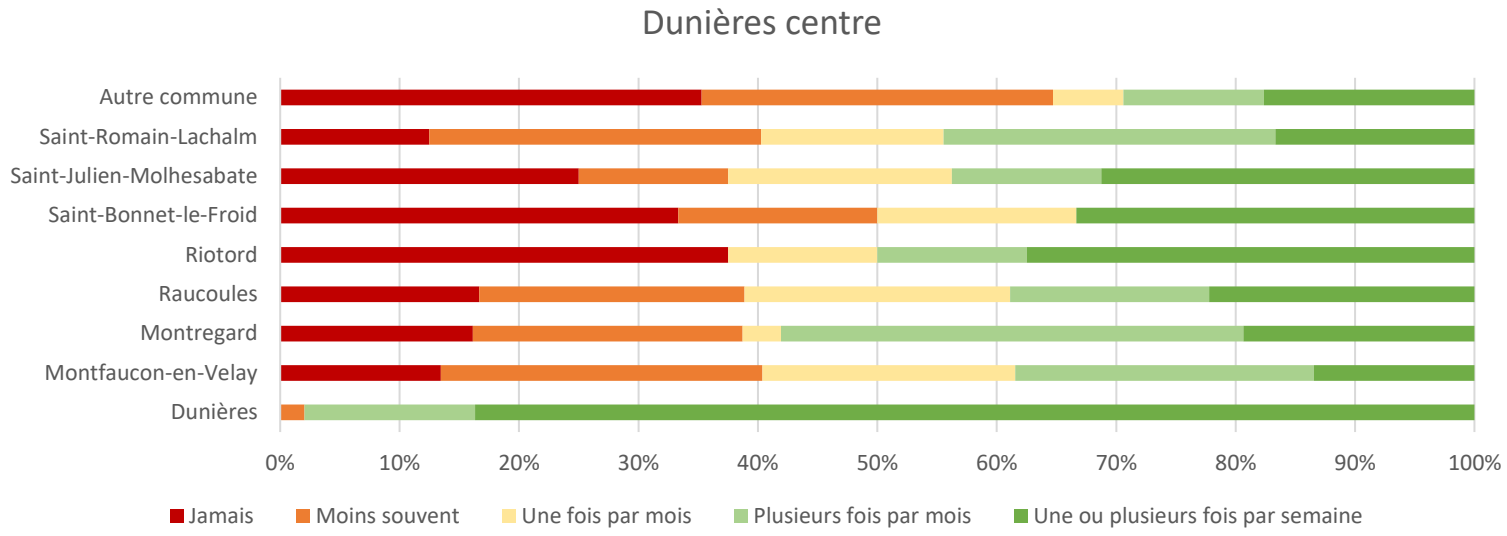


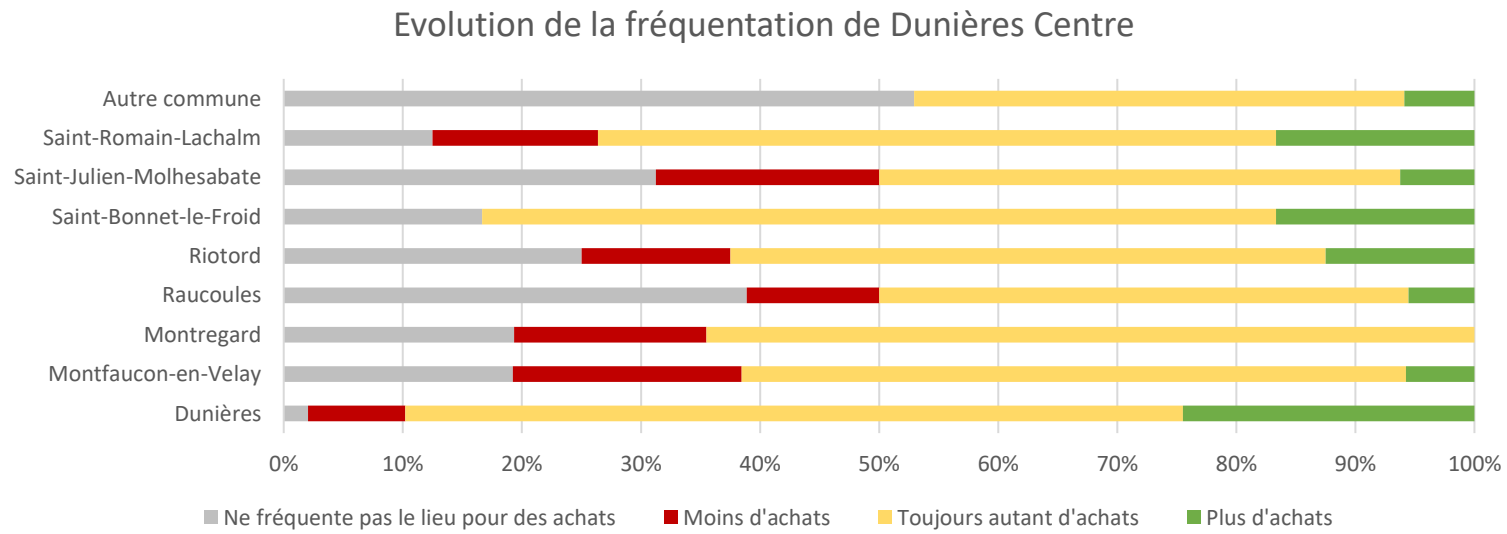


La fréquentation de Dunières touche l'ensemble des communes du territoire et des communes limitrophes au Nord du territoire.

Comme toute centralité affirmée, les motivations à la fréquentation sont multiples. On peut néanmoins remarquer le poids particulièrement important des démarches médicales dans les motivations à la fréquentation.

Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon



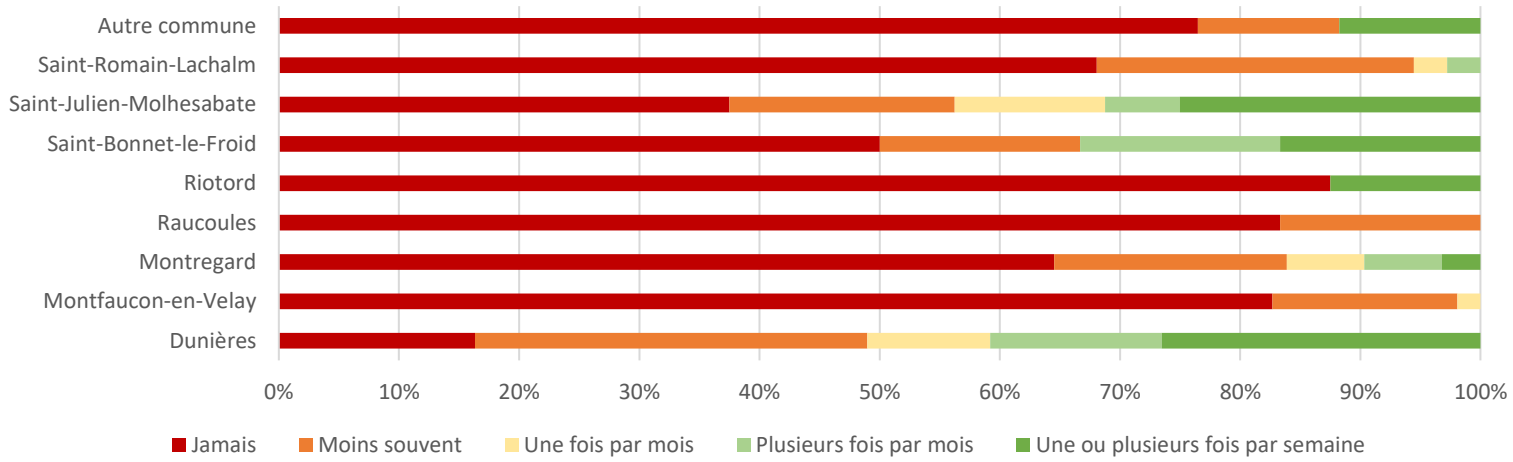


Les rythmes d'achats viennent relativiser la fréquentation, qui reste néanmoins importante en dehors de Dunières.

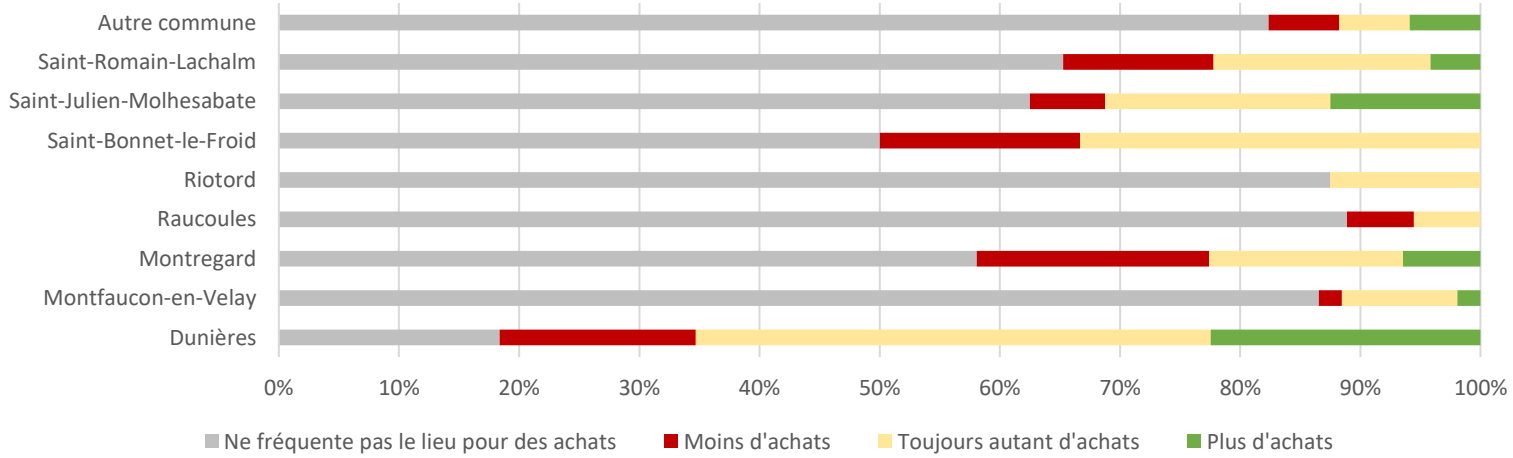
Les évolutions annoncées sont très contrastées en fonction de la commune d'habitat. Clairement positives pour les habitants de Dunières, les tendances sont moins claire en dehors de Dunières.

Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

Marché hebdomadaire de Dunières



Evolution de la fréquentation du marché hebdomadaire de Dunières

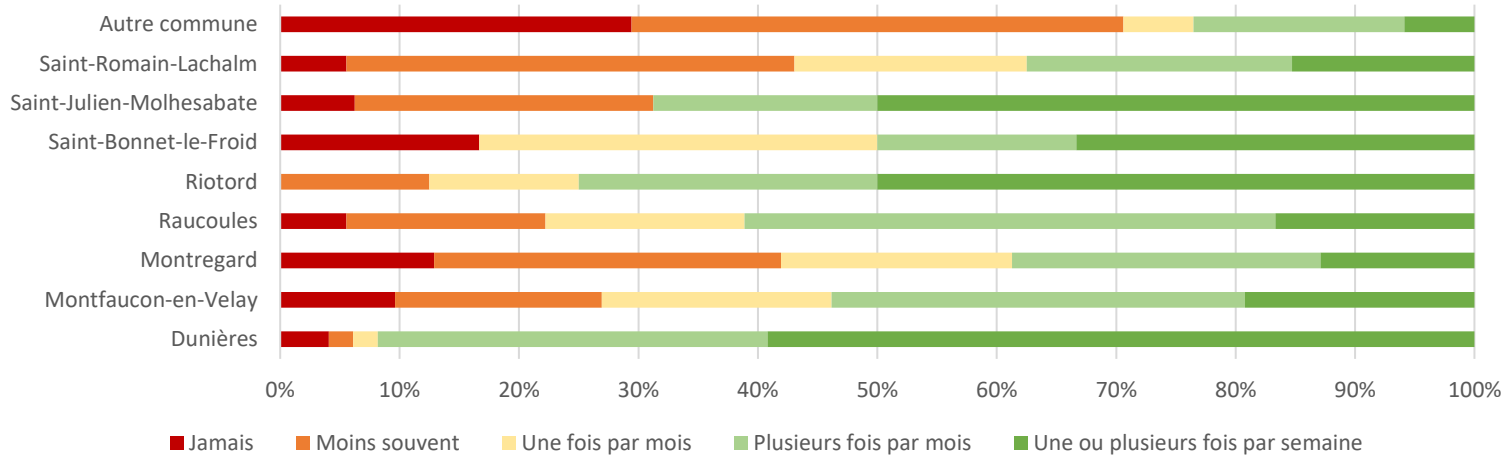


La fréquentation du marché est clairement en dessous de la fréquentation du centre de Dunières, avec une tendance plutôt globalement à la baisse.

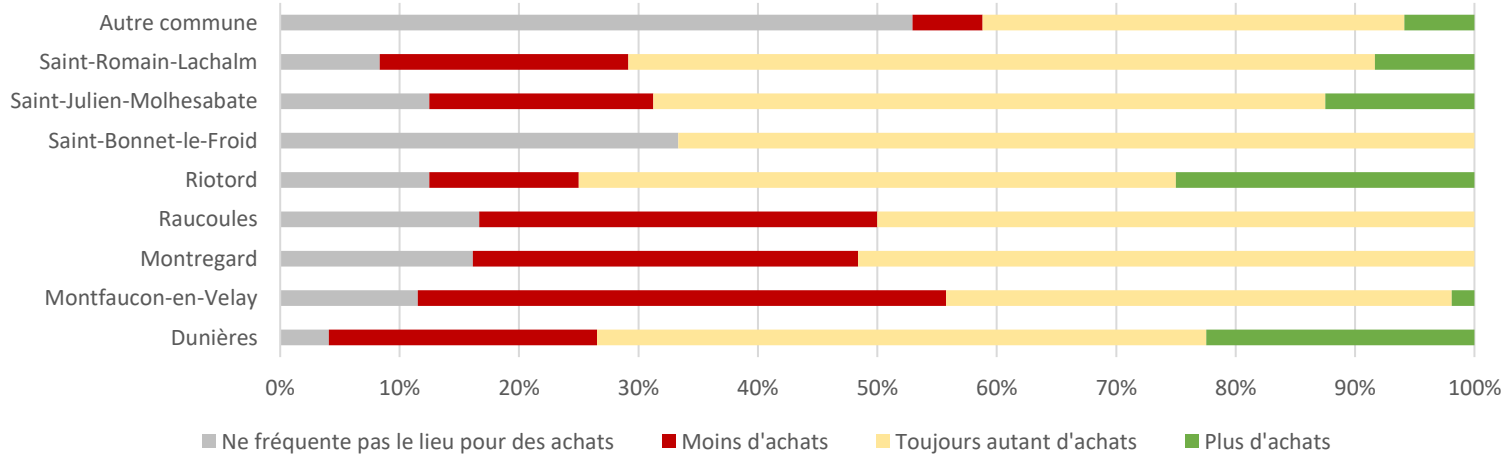
De petite taille à côté de la mairie, il bénéficie d'un emplacement à l'environnement qualitatif, mais « caché » par rapport aux flux passants et pas en connexion avec l'offre commerciale sédentaire.

Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

Supermarché de Dunières



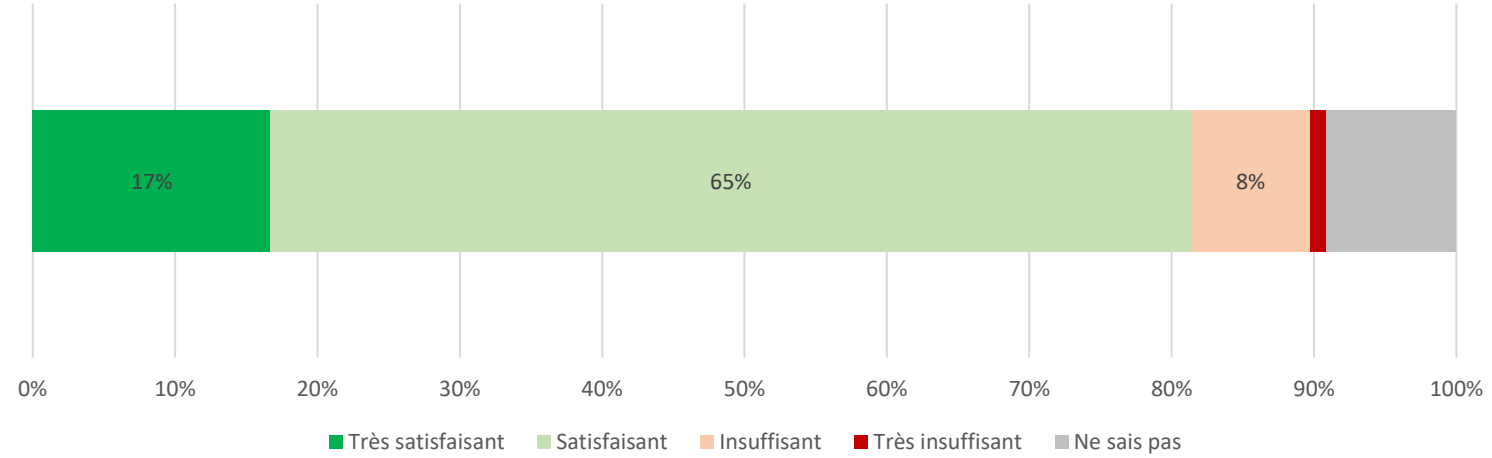
Evolution de la fréquentation du supermarché de Dunières



Carrefour Market, situé dans l'espace urbain central et très contraint physiquement, est un moteur essentiel de la fréquentation commerciale de Dunières. Pour autant, sa fréquentation est annoncée par les répondants comme à la baisse. Il est vrai qu'il n'est plus le lieu incontournable en matière d'approvisionnement en carburants, depuis l'ouverture de la station service sur Riotord.

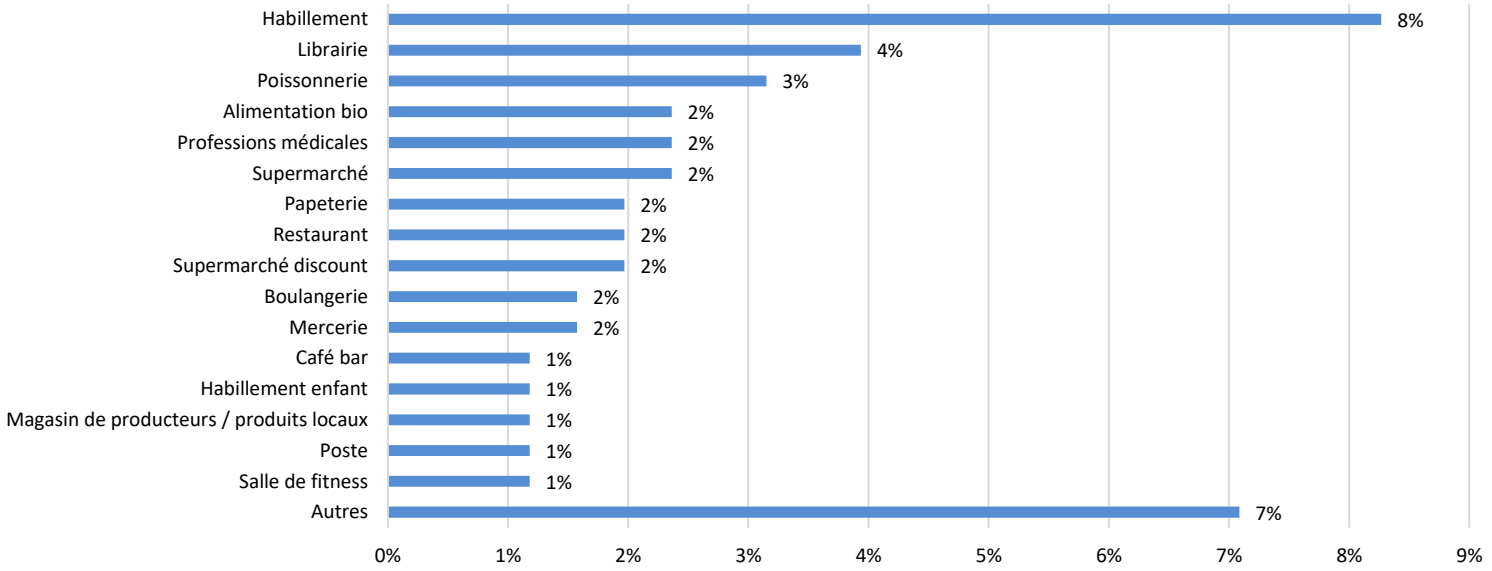
Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

Appréciation de la diversité de l'offre de commerces et de services de Dunières



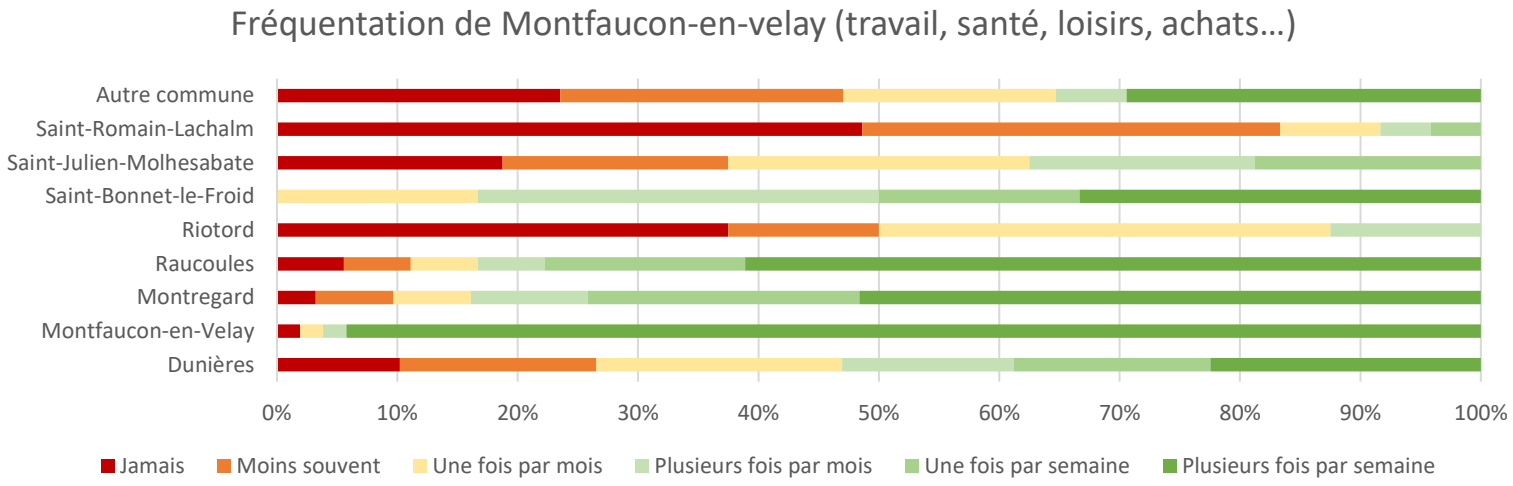
L'appréciation de la diversité de l'offre sur Dunières est excellente, parmi les meilleurs résultats obtenus sur des PVD, malgré l'organisation commerciale (sur les flux) réduisant la lisibilité de cette offre. La première demande, mais avec un taux limité, concerne l'habillement, devant une librairie.

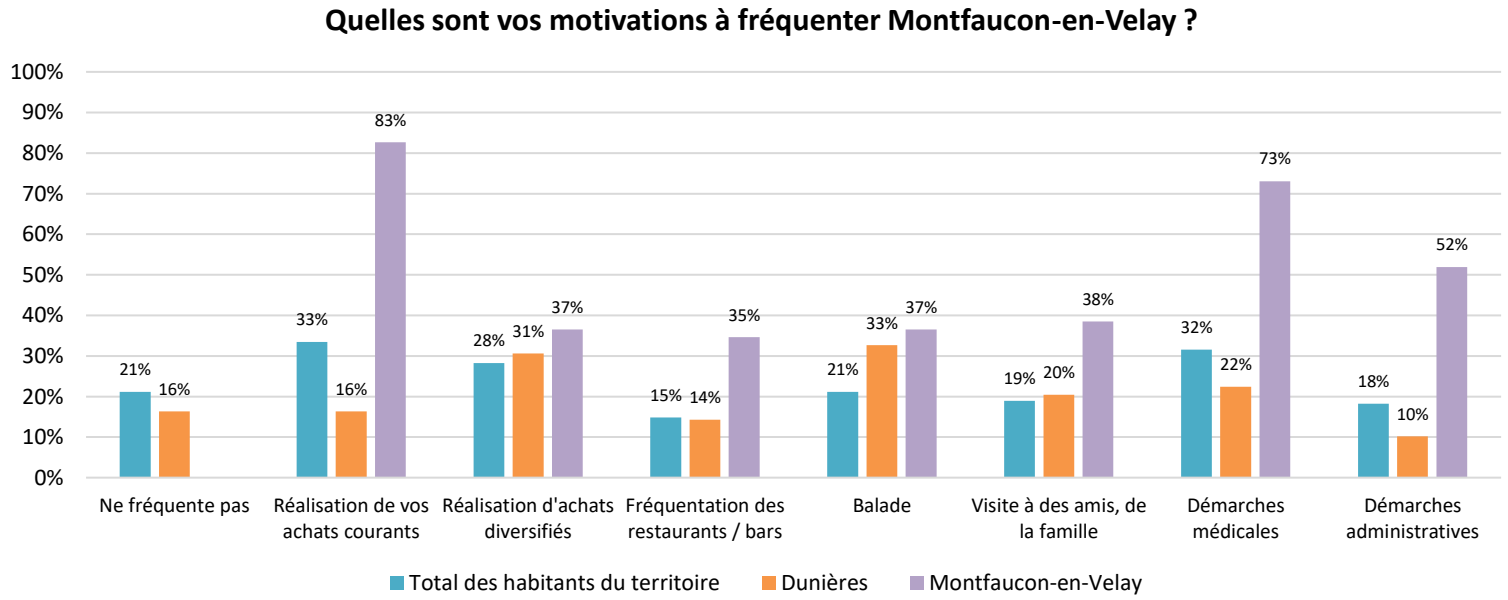
De votre point de vue, quels sont les commerces ou services manquant à Dunières ?



Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

2.2.2. MONTFAUCON EN VELAY

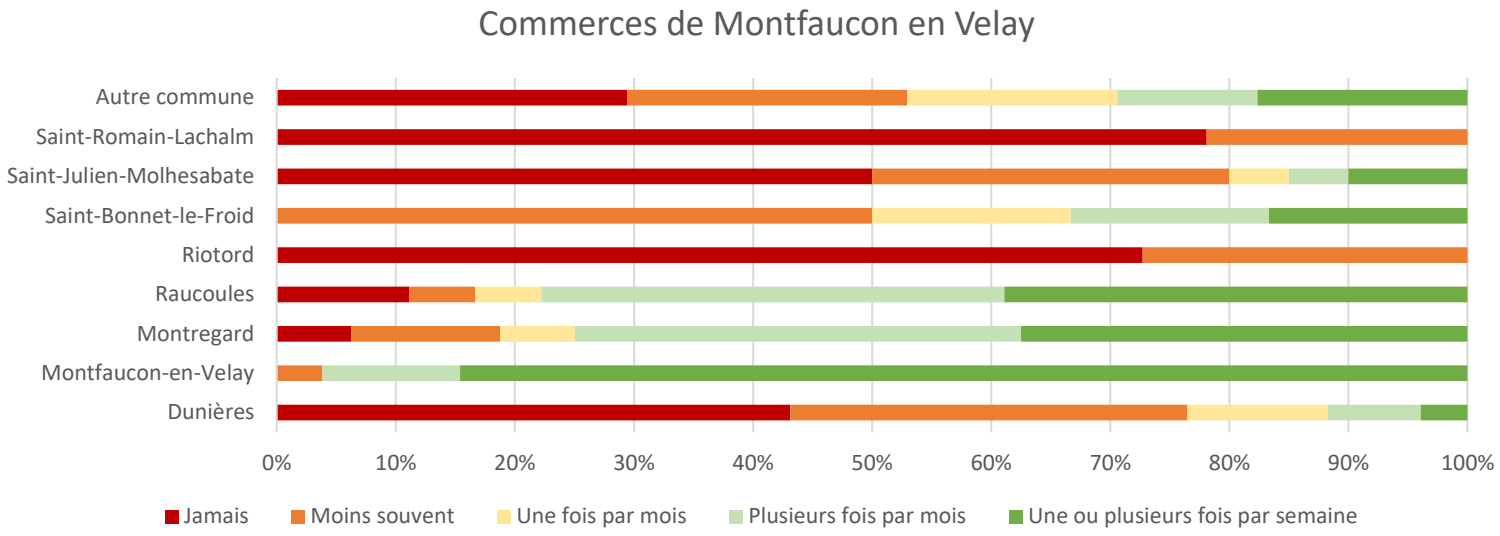


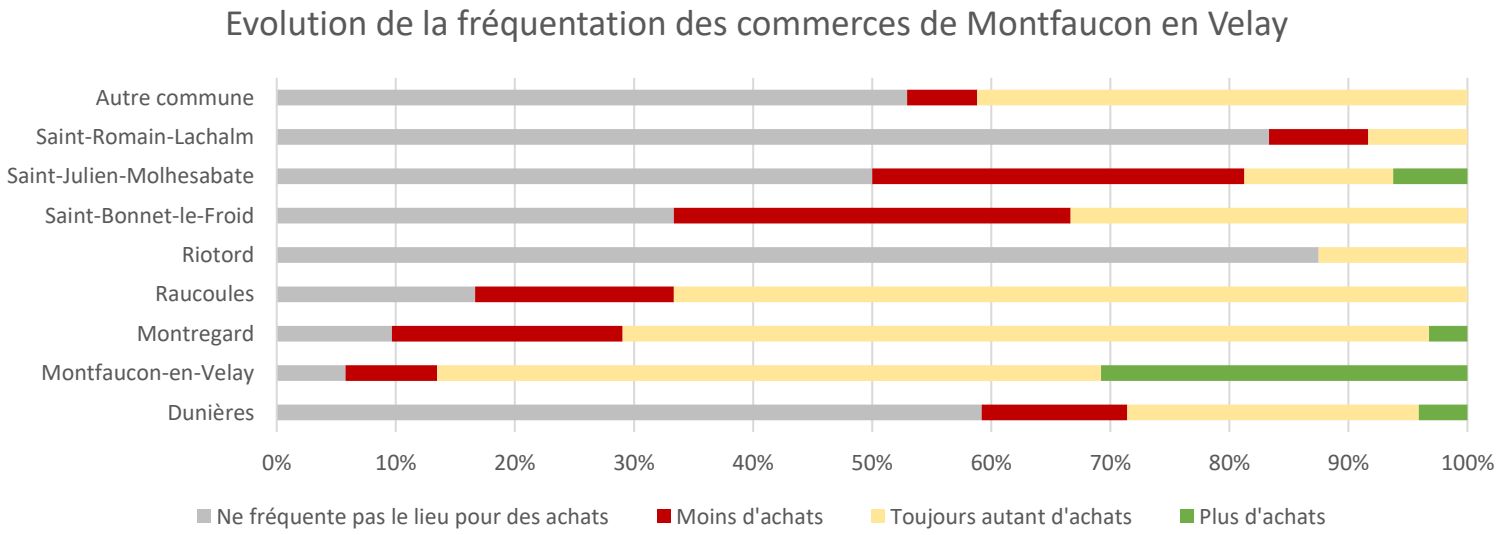


La fréquentation de Montfaucon-en-Velay est assez large sur le territoire, avec des rythmes assez élevés. Le rôle du marché n'est pas à sous-estimer dans cette attractivité.

Les motivations à la fréquentation sont multiples, comme pour toutes centralités avec néanmoins, presque comme Dunières, un poids important des démarches médicales.

Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon



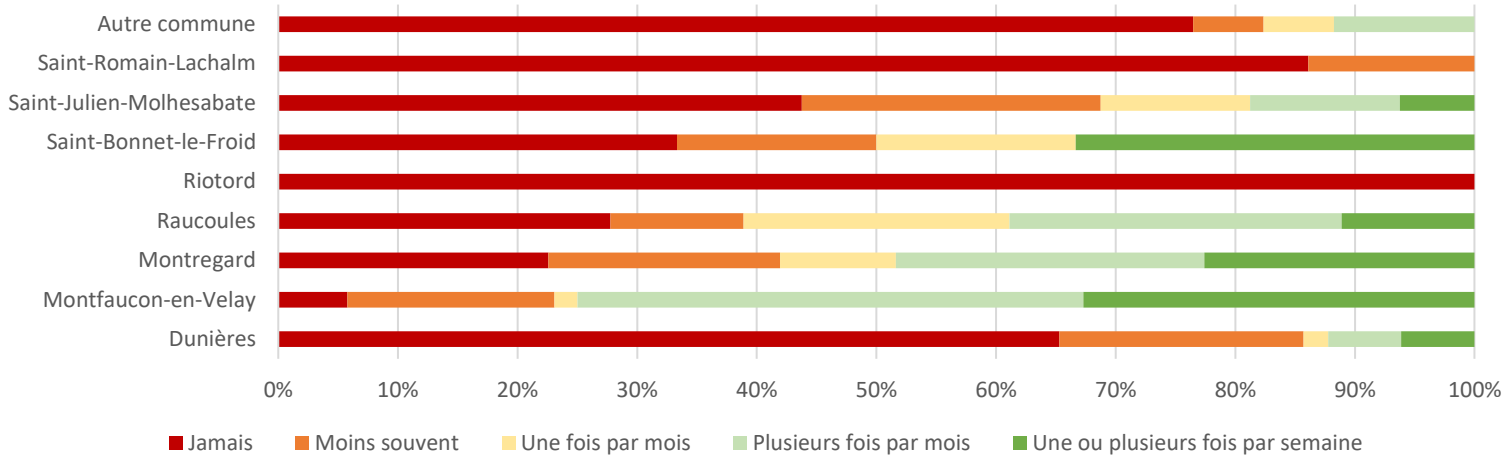


Les rythmes d'achats viennent relativiser la fréquentation, et restreint le périmètre de forte fréquentation à Raucoules et Montregard, en dehors de Montfaucon.

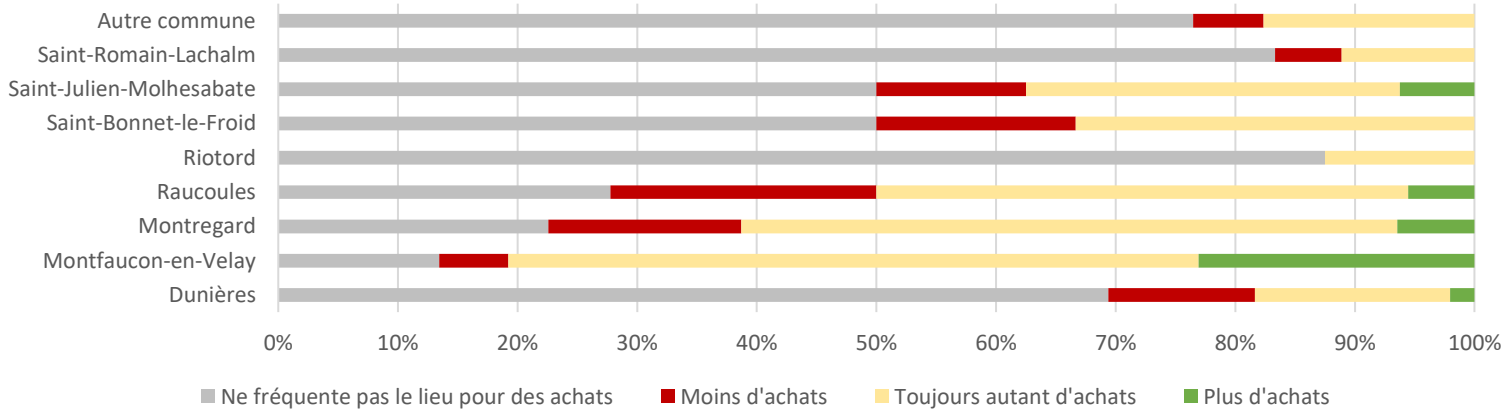
Les évolutions annoncées sont globalement négatives, ce qui n'est pas surprenant au regard du vieillissement du tissu commercial et de « dispersion ».

Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

Marché hebdomadaire de Montfaucon en Velay



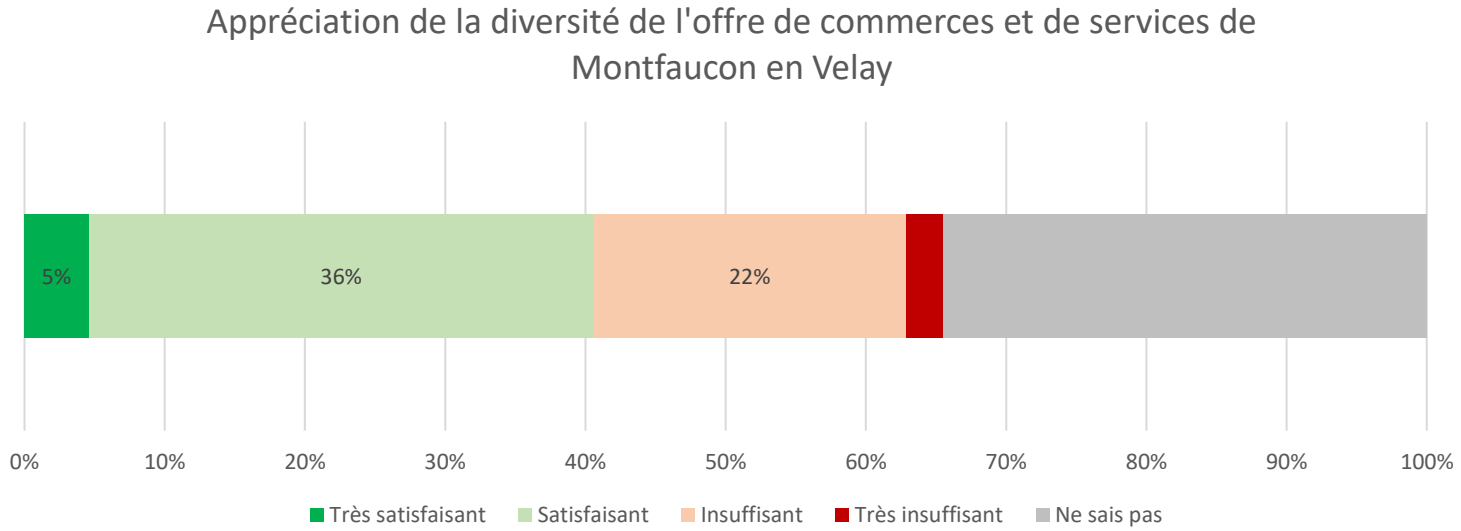
Evolution de la fréquentation du marché hebdomadaire de Montfaucon en Velay



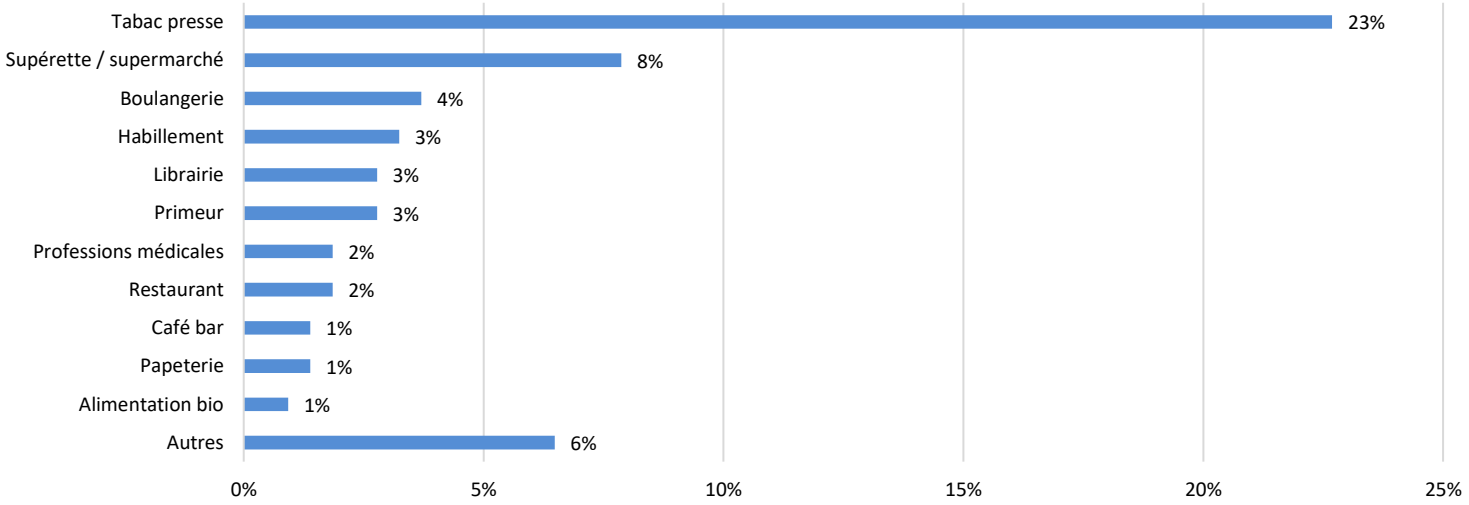
La fréquentation du marché de Montfaucon en Velay est significative, plus forte que pour le marché de Dunières au sein du territoire, même si sa zone d'influence reste presque aussi limitée que celle des commerces sédentaires du centre-ville.

L'évolution de fréquentation, annoncée, est contrastée mais positive à l'échelle des habitants de la commune.

Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon



De votre point de vue, quels sont les commerces ou services manquant à Montfaucon-en-Velay ?

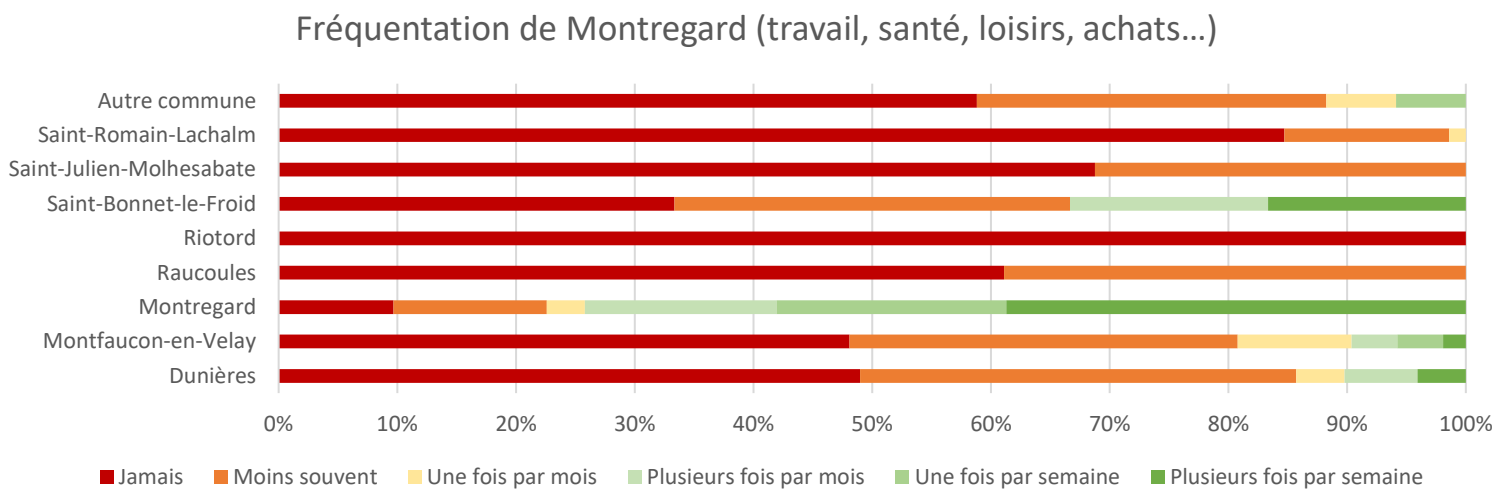


L'appréciation de la diversité de l'offre sur Montfaucon reste bonne, en tout cas supérieure à la moyenne et à la moyenne des PVD, compte tenu de la part de fréquentation sur le périmètre d'enquête.

L'attente en tabac presse, dont l'ets a fermé et est en voie de réouverture, est fort. On note également une attente en supérette / supermarché, mais proportionnellement faible (8% seulement en spontané). A note, malgré la présence de 2 boulangeries, une petite demande émerge. Il est vrai qu'antérieurement, la commune dispose de 3 points de ravitaillement.

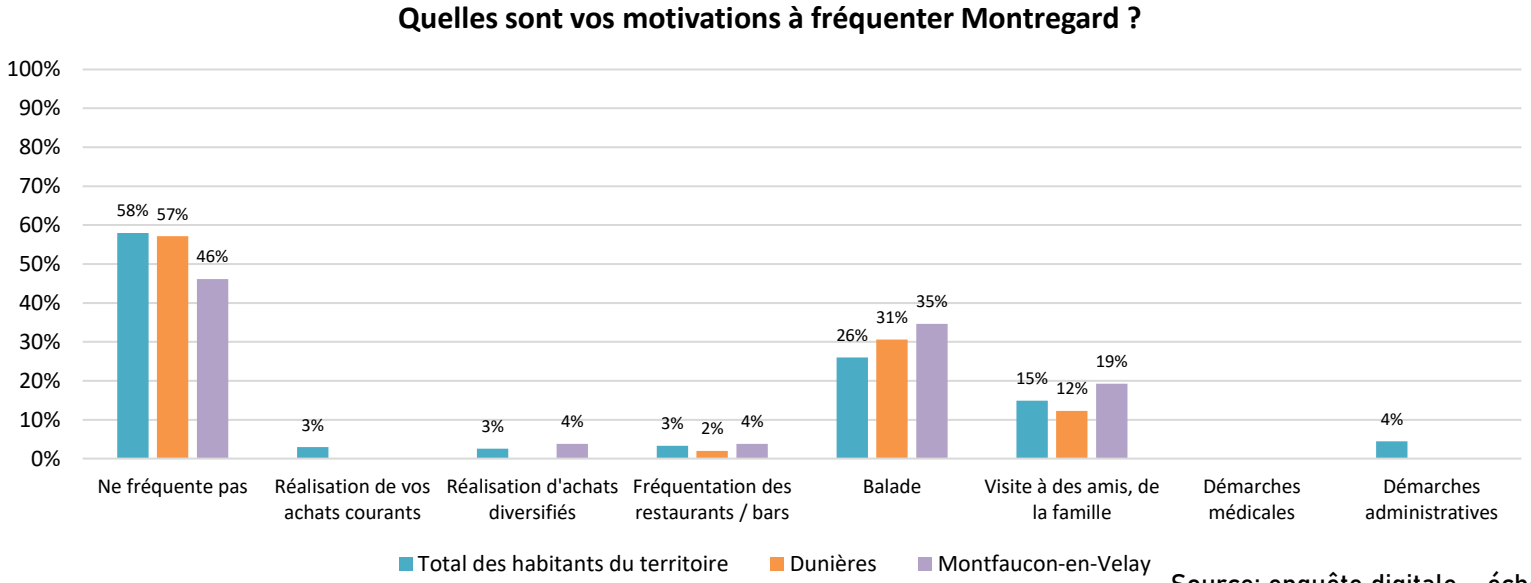
Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

2.2.3. MONTREGARD



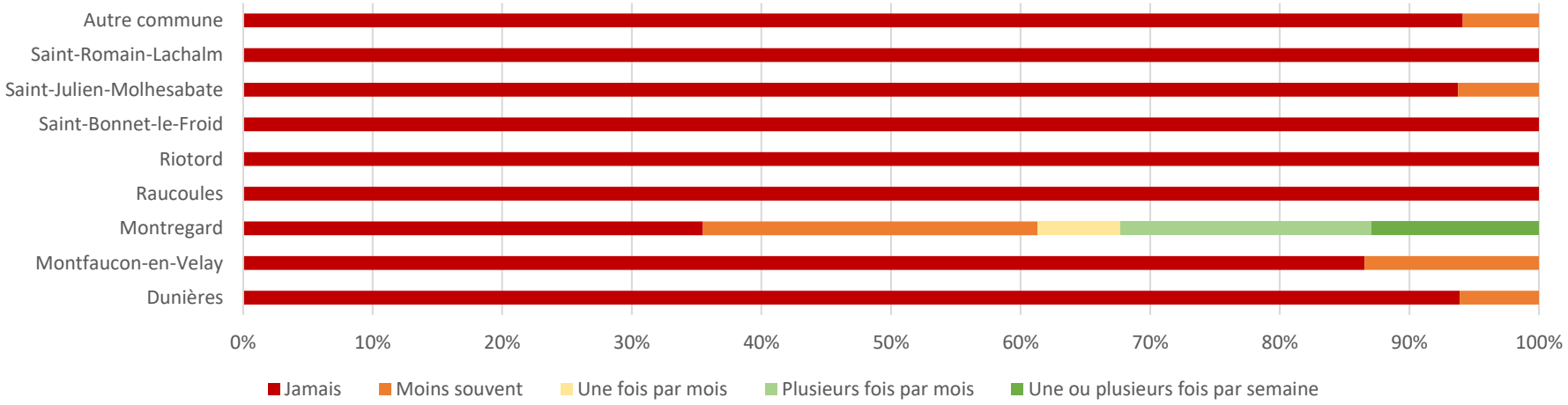
La fréquentation de Montregard reste limitée, essentiellement à la commune (le nombre de répondants sur St Bonnet est trop faible pour être parfaitement représentatif).

Cela est cohérent avec la position géographique de la commune.

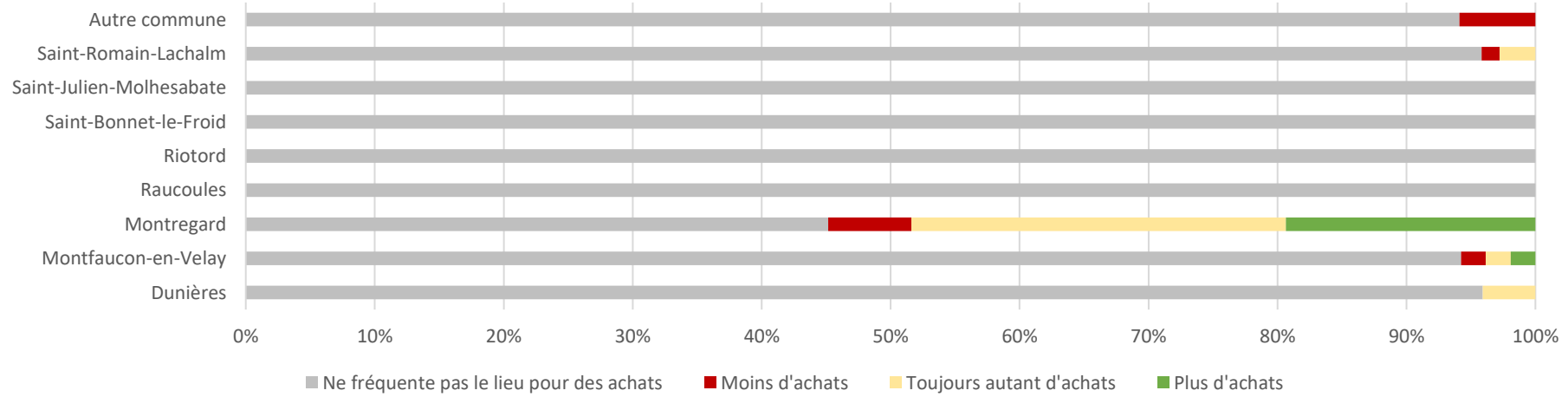


Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

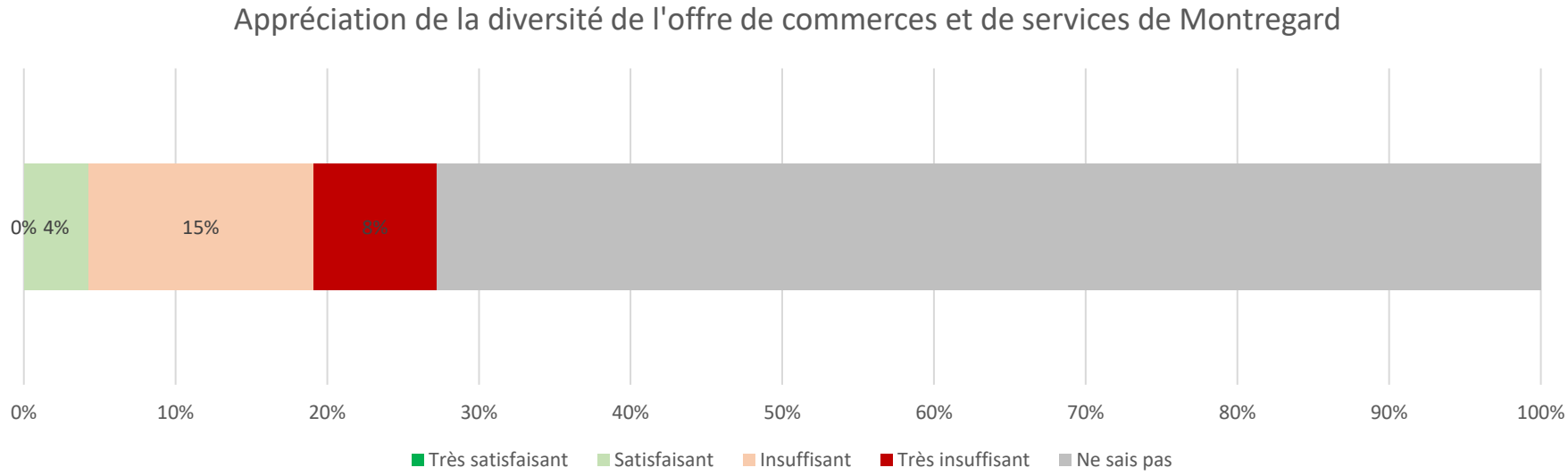
Commerces de Montregard



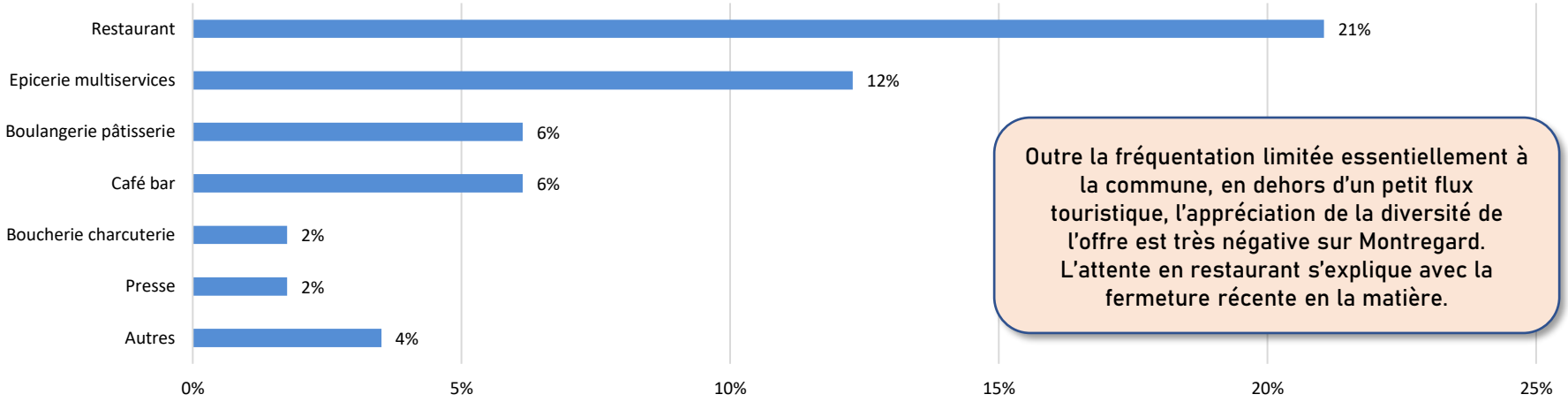
Evolution de la fréquentation des commerces de Montregard



Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon



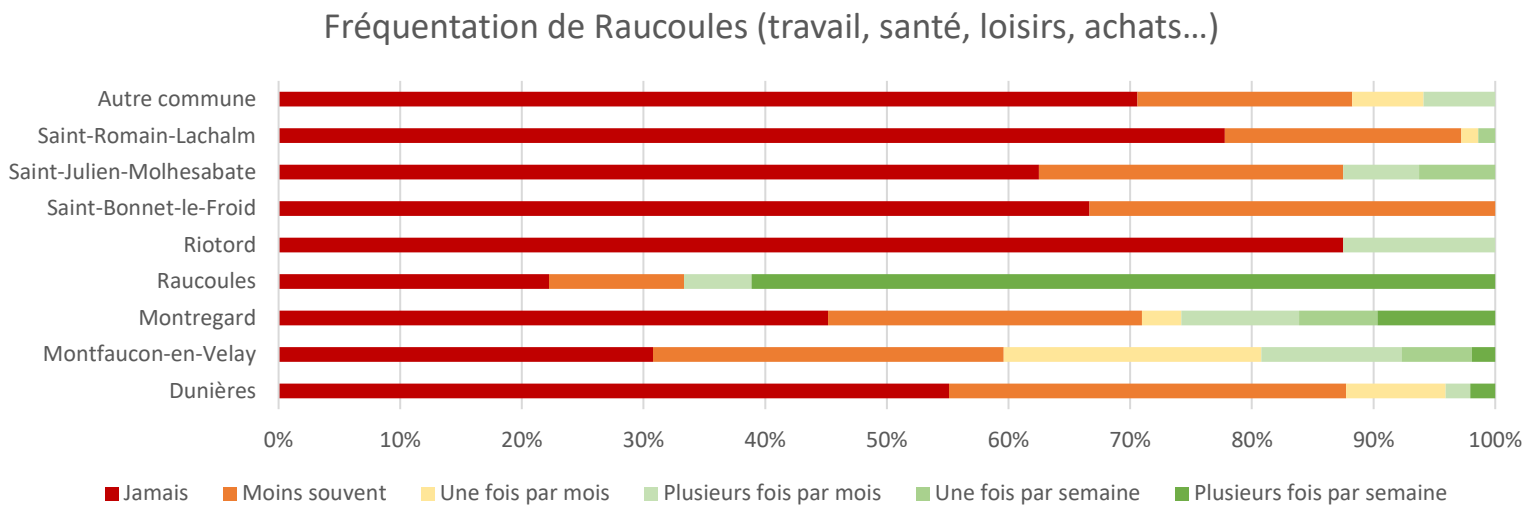
De votre point de vue, quels sont les commerces ou services manquant à Montregard ?



Outre la fréquentation limitée essentiellement à la commune, en dehors d'un petit flux touristique, l'appréciation de la diversité de l'offre est très négative sur Montregard. L'attente en restaurant s'explique avec la fermeture récente en la matière.

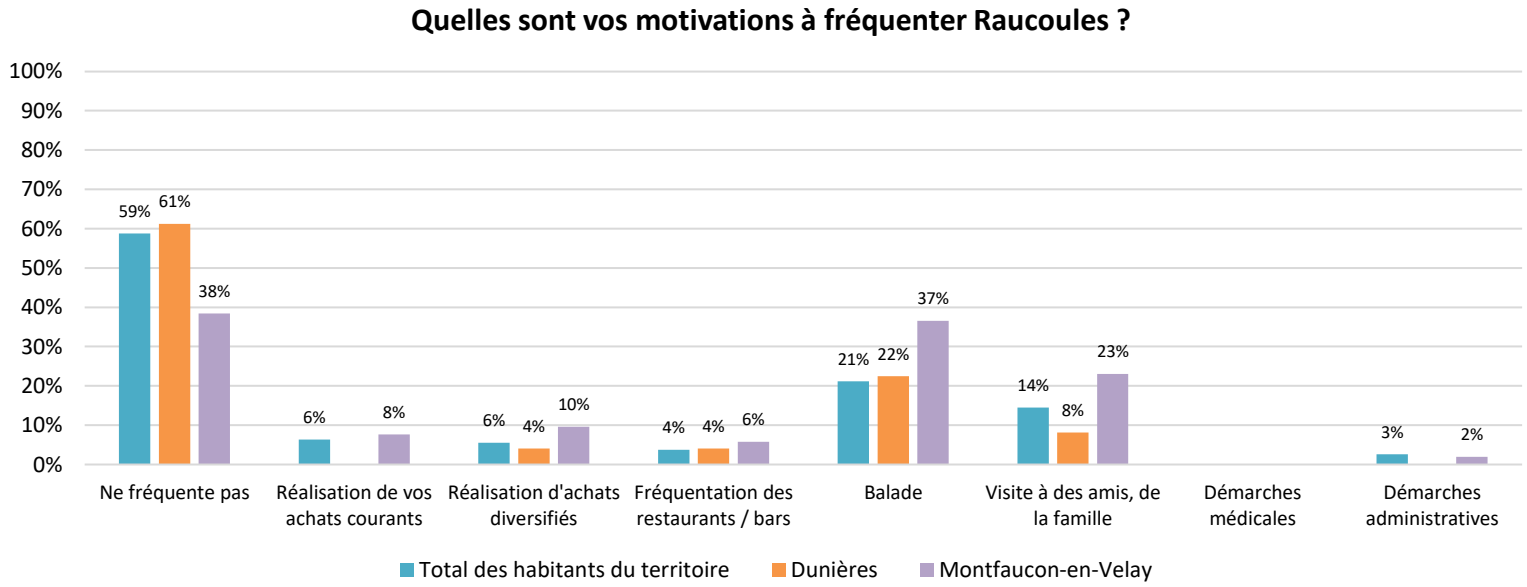
Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

2.2.4. RAUCOULES



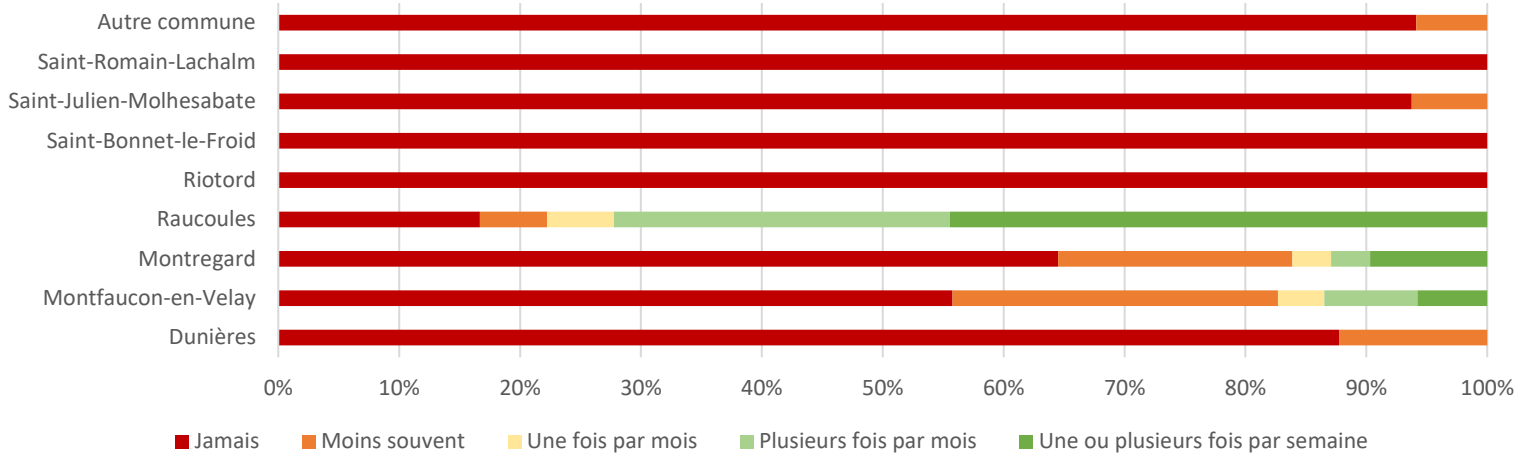
Raucoules reste sur une logique de fréquentation de pure proximité, avec des incidences à la marge du lieu de travail.

On note que la notion de balade ressort en premier dans les motivations de fréquentation.



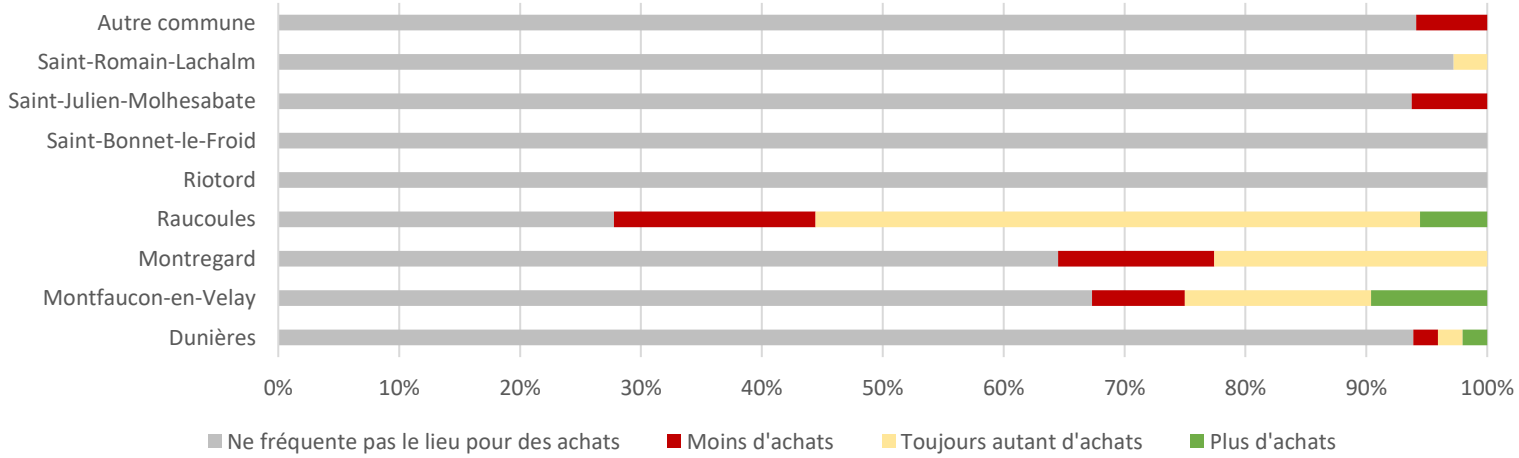
Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

Commerces de Raucoules

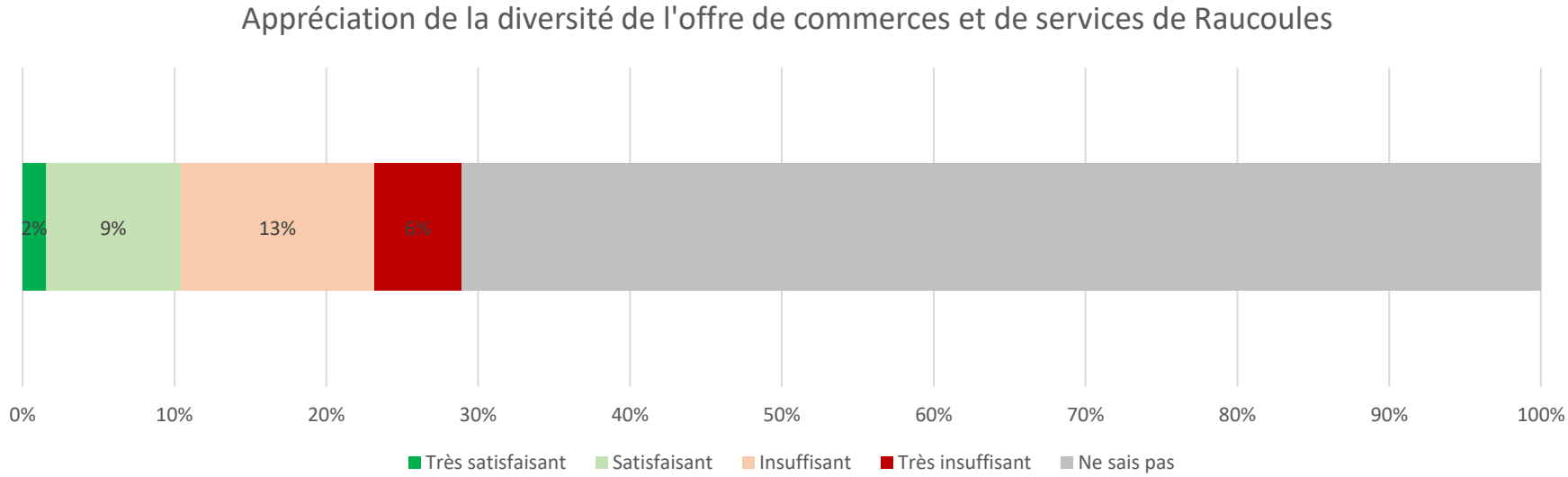


Pour les achats, les fondamentaux présents de manière groupée au centre de la commune permettent une bonne fréquentation à l'échelle communale, même si la tendance annoncée, serait plutôt à la baisse en termes de rythme de fréquentation.

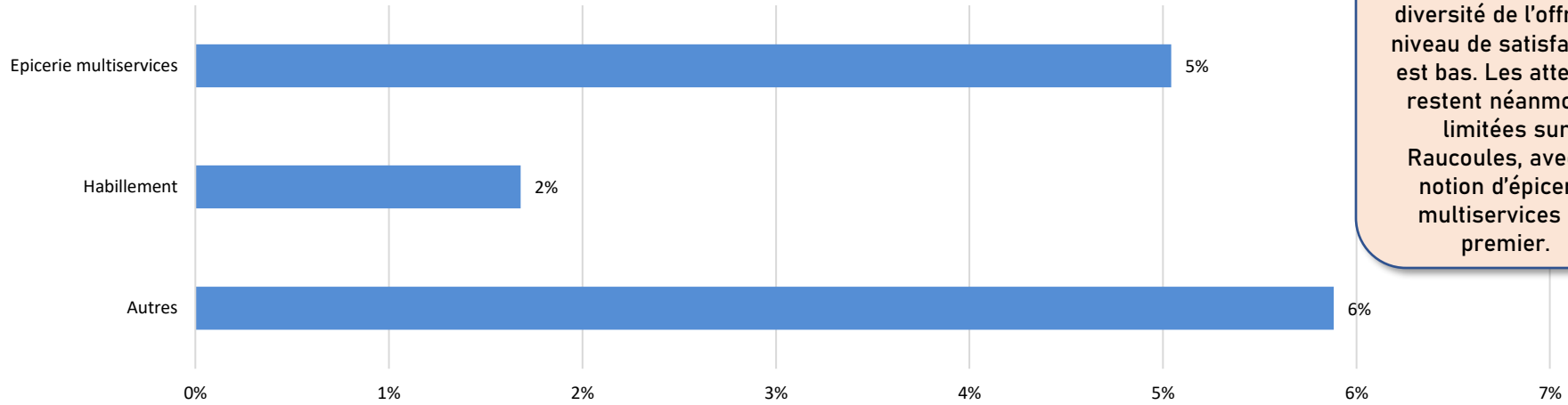
Evolution de la fréquentation des commerces de Raucoules



Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon



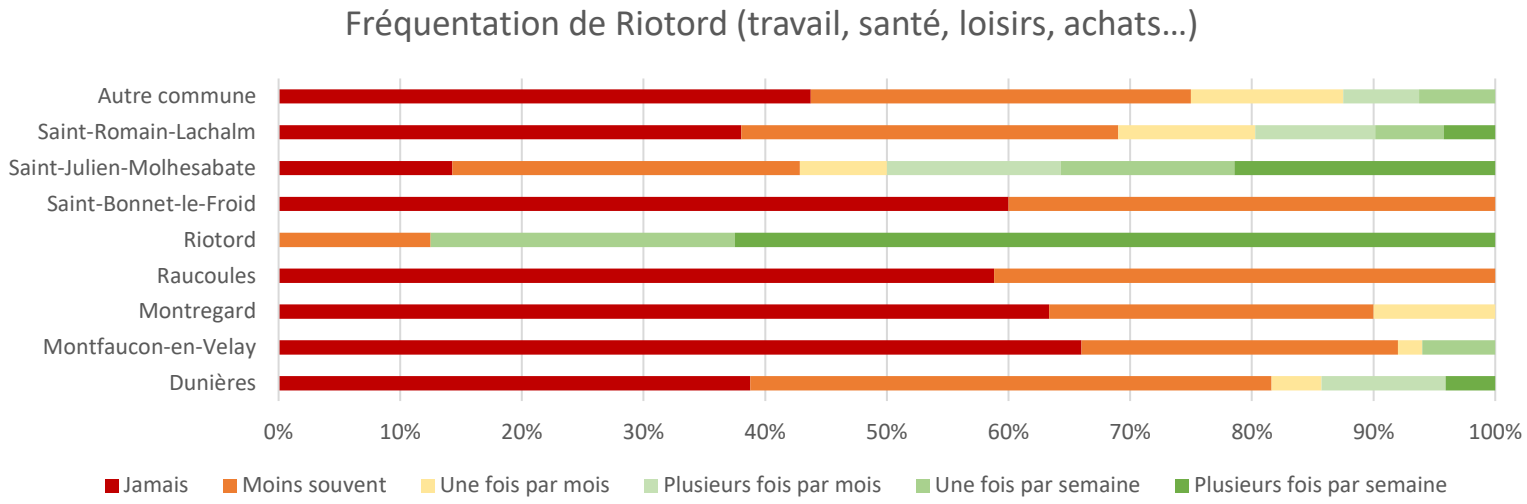
De votre point de vue, quels sont les commerces ou services manquant à Raucoules ?



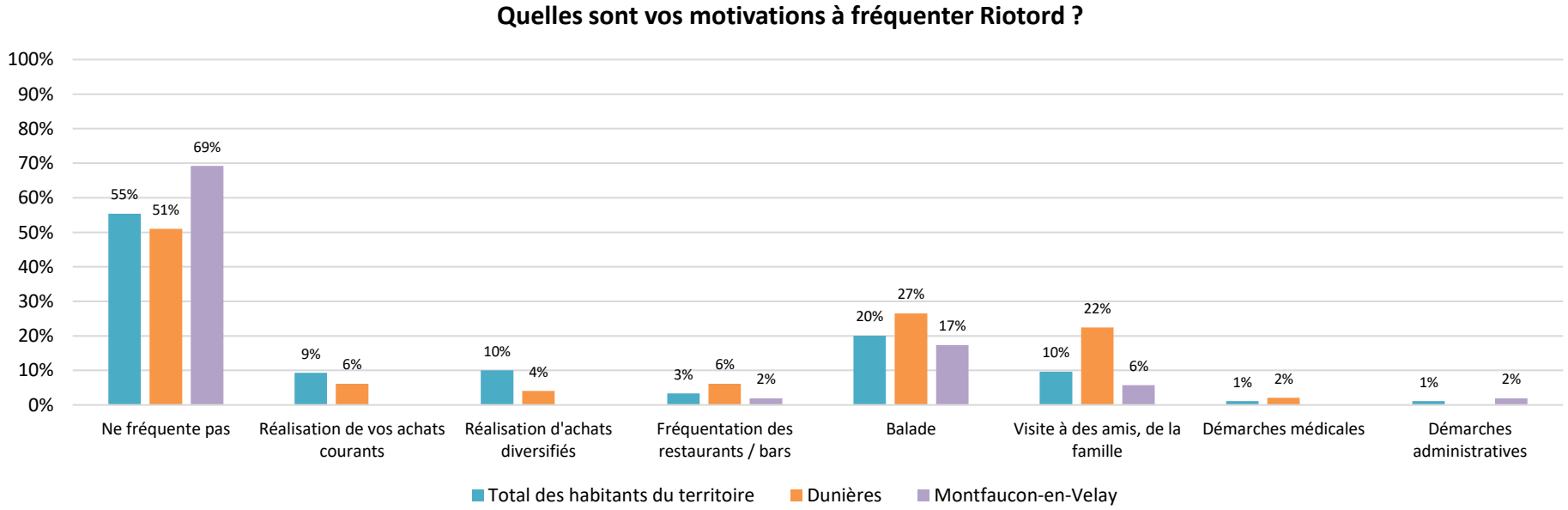
Avec moins de 30% des expressions positives sur la diversité de l'offre, le niveau de satisfaction est bas. Les attentes restent néanmoins limitées sur Raucoules, avec la notion d'épicerie multiservices en premier.

Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

2.2.5. RIOTORD

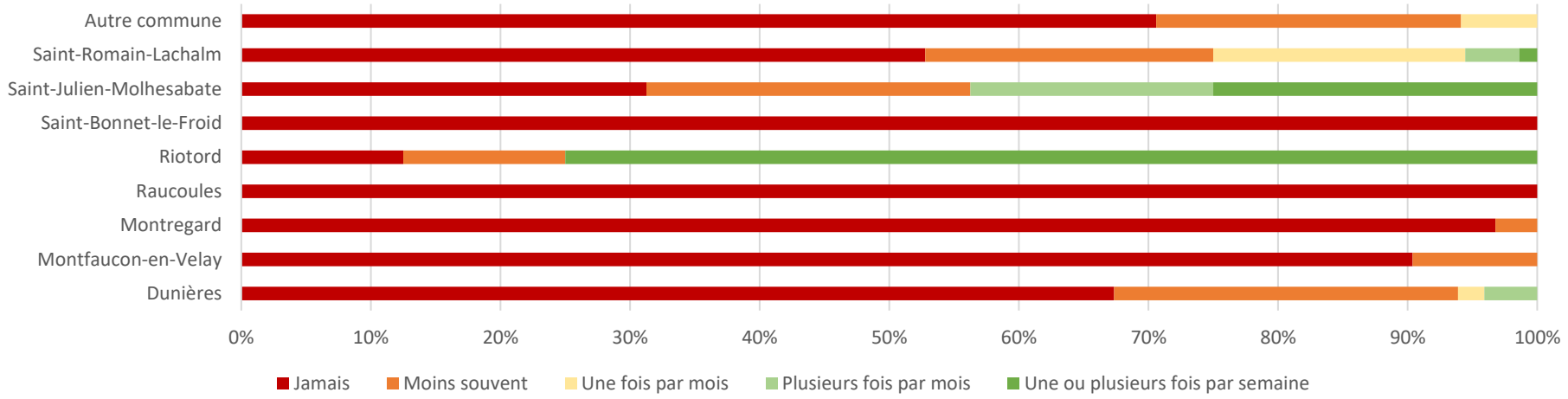


Riotord est fortement fréquenté à l'échelle de la commune, avec un fort sentiment d'appartenance. Une partie de Saint Julien Moleshabate est également très liée à Riotord.

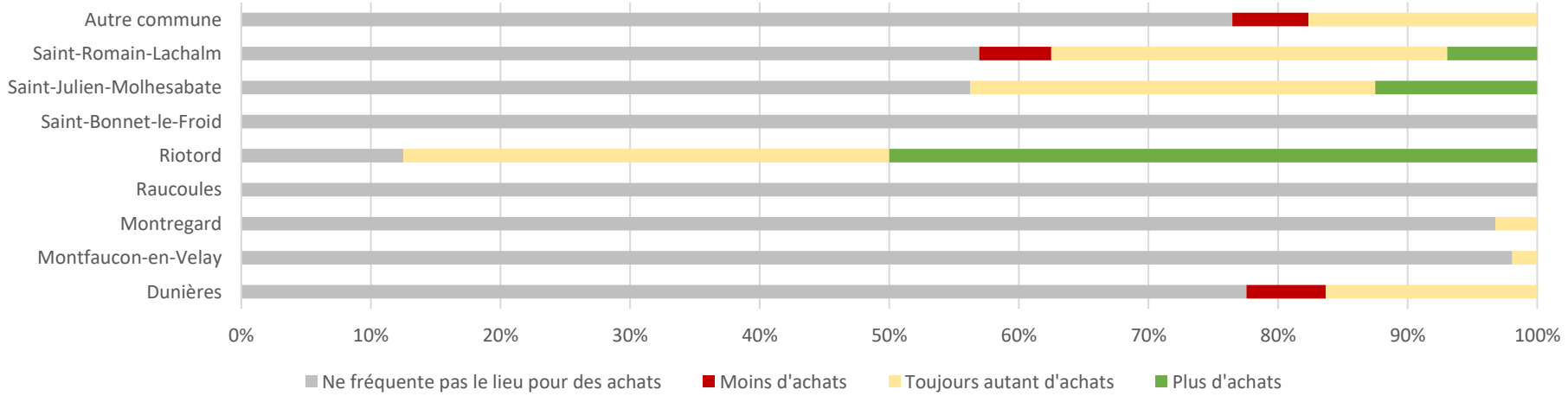


Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

Commerces de Riotord

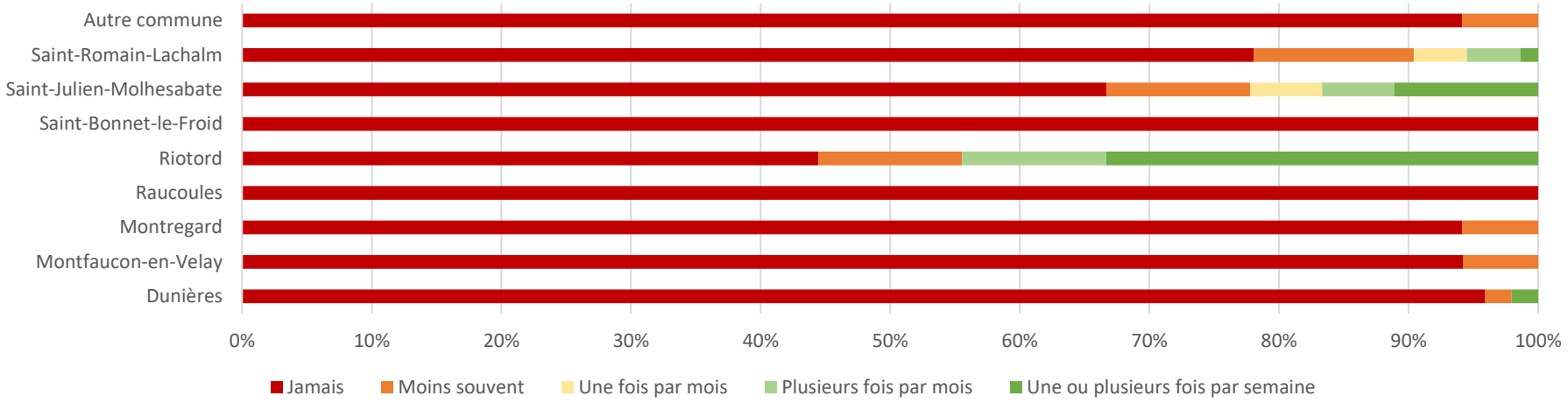


Evolution de la fréquentation des commerces de Riotord

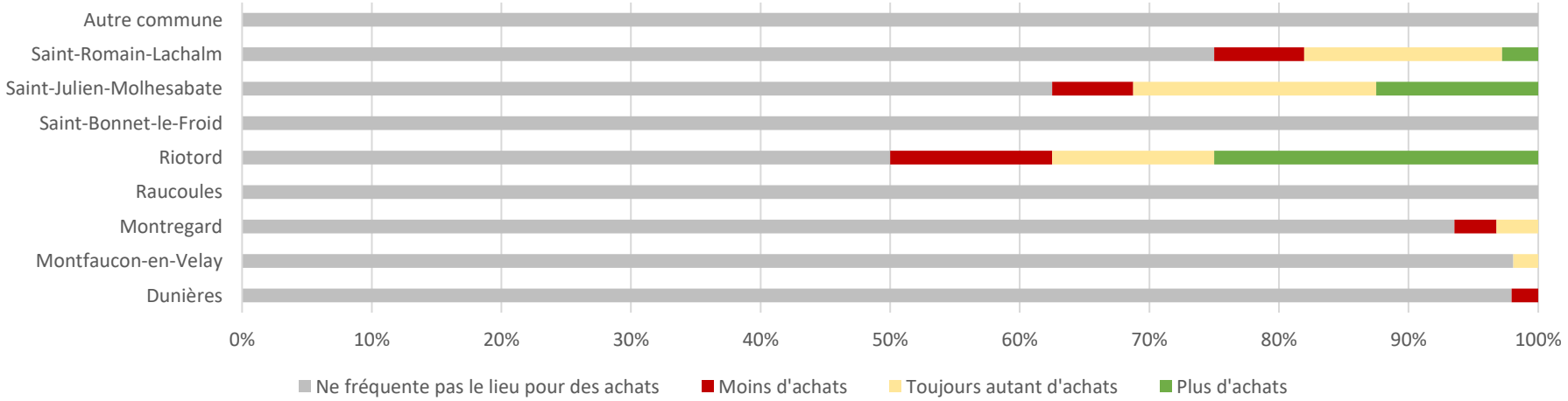


Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

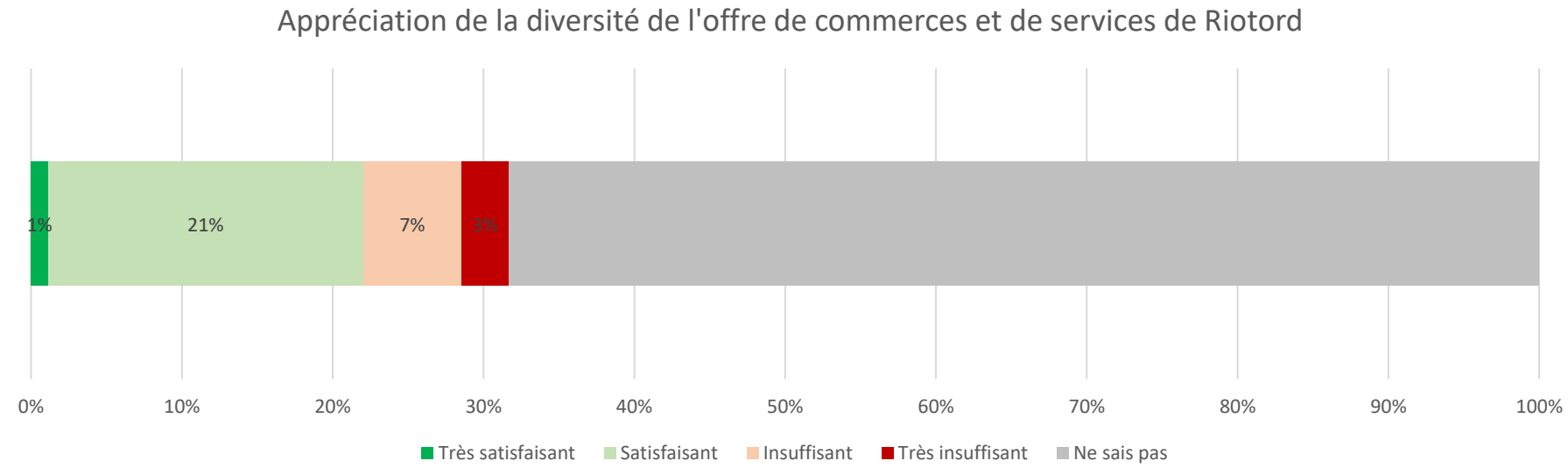
Marché hebdomadaire de Riotord



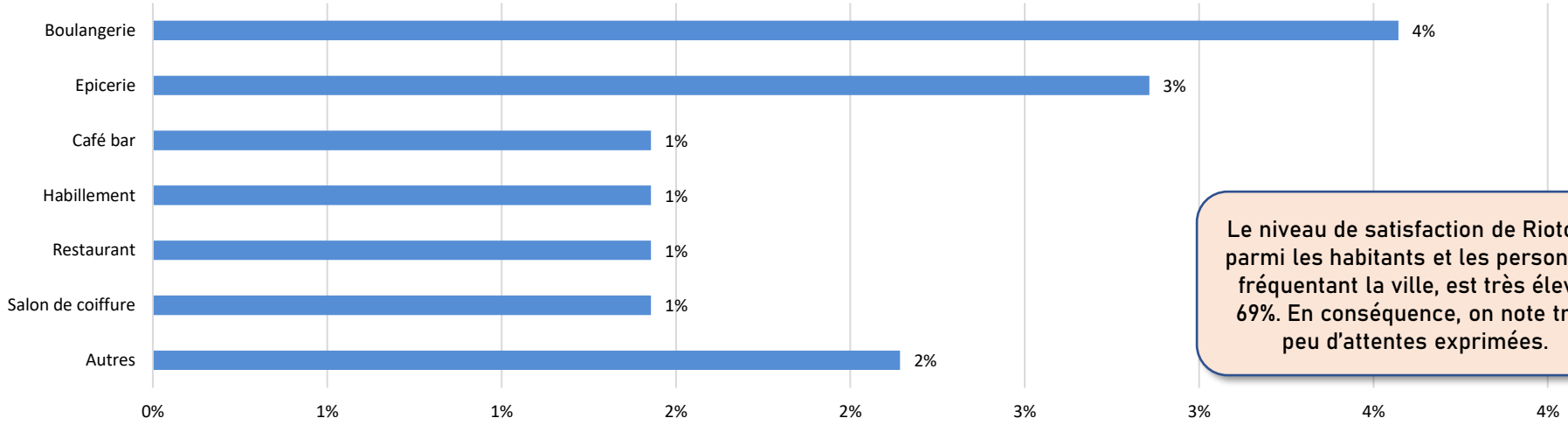
Evolution de la fréquentation du marché hebdomadaire de Riotord



Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon



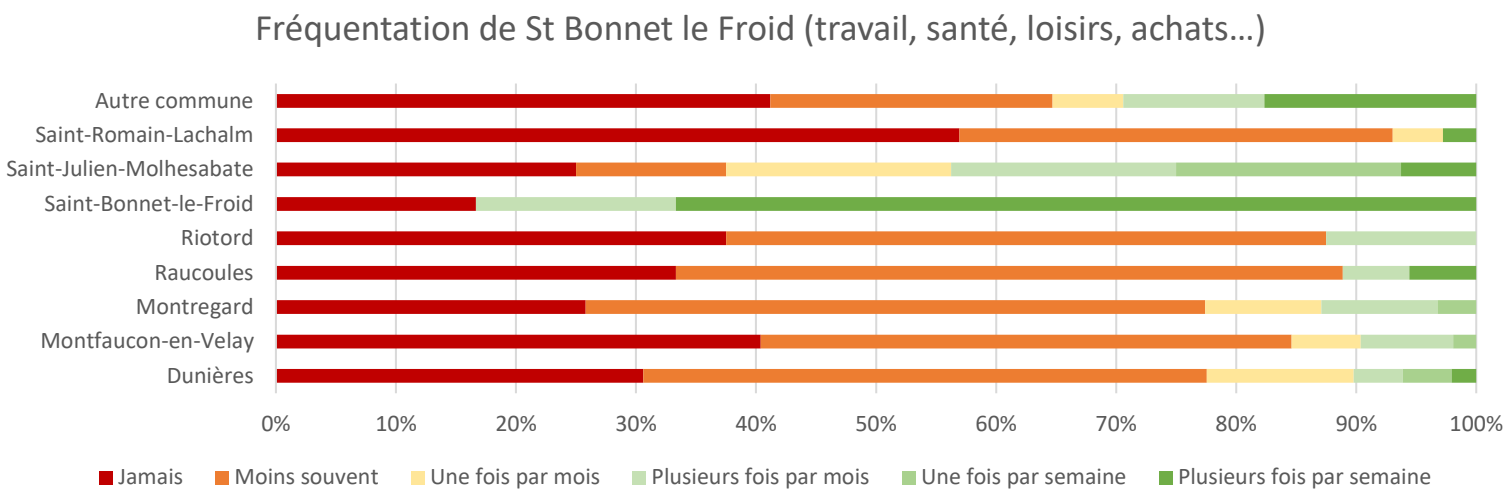
De votre point de vue, quels sont les commerces ou services manquant à Riotord ?



Le niveau de satisfaction de Riotord, parmi les habitants et les personnes fréquentant la ville, est très élevé: 69%. En conséquence, on note très peu d'attentes exprimées.

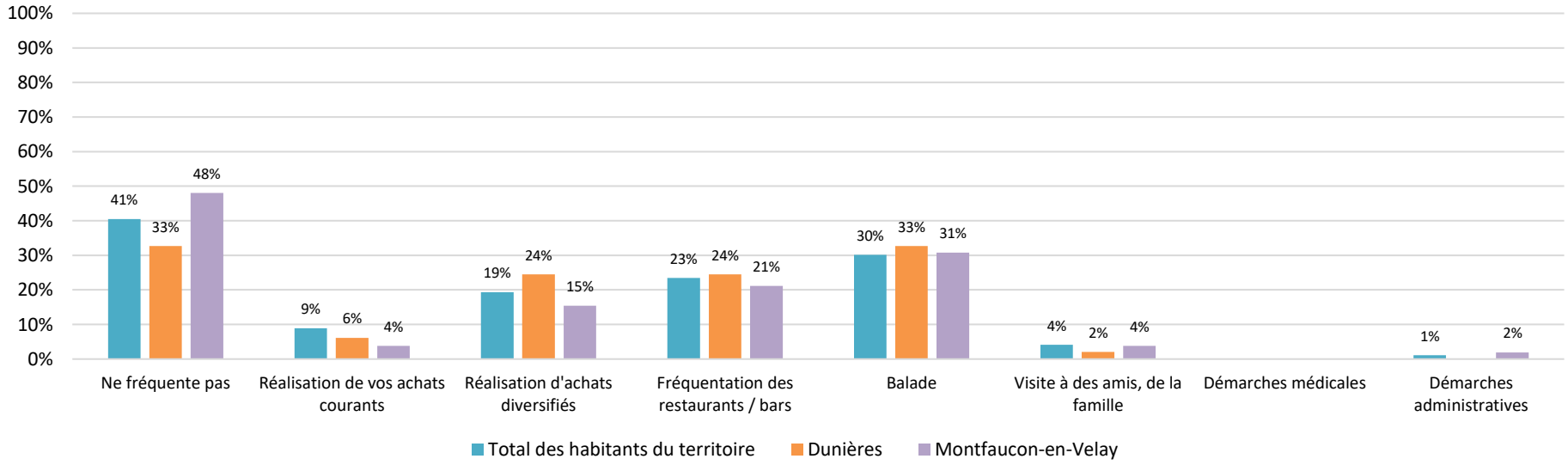
Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

2.2.6. SAINT BONNET LE FROID



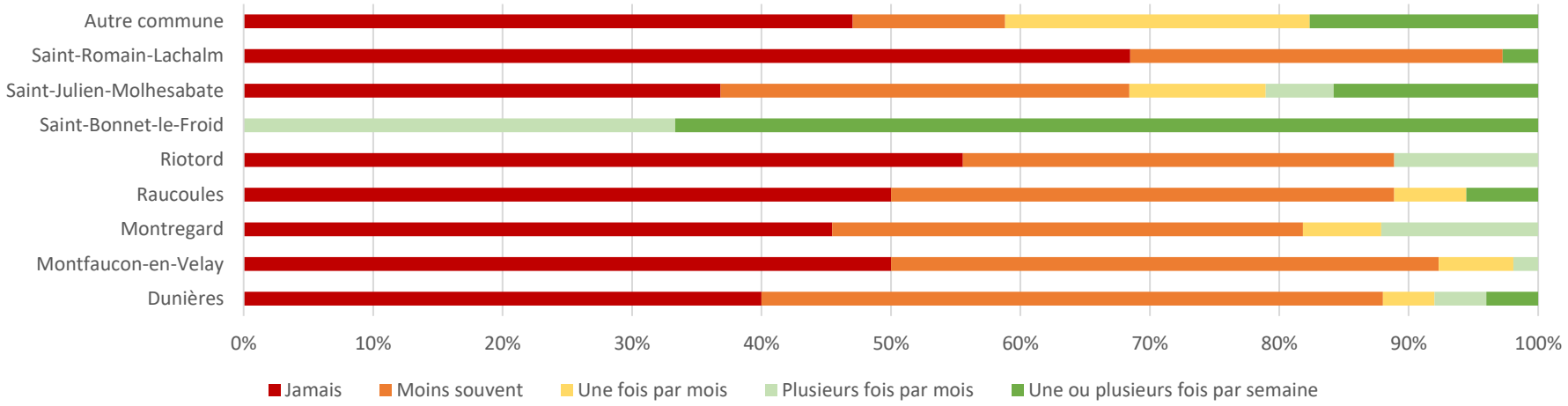
Saint-Bonnet-le-Froid constitue un cas très particulier au sein du territoire, avec très peu d'habitants sur site, mais beaucoup de potentiel autour, lié à la fréquentation « touristique »: résidents secondaires notamment, qui ne ressortent pas de l'enquête.

Quelles sont vos motivations à fréquenter Saint-Bonnet-le-Froid ?

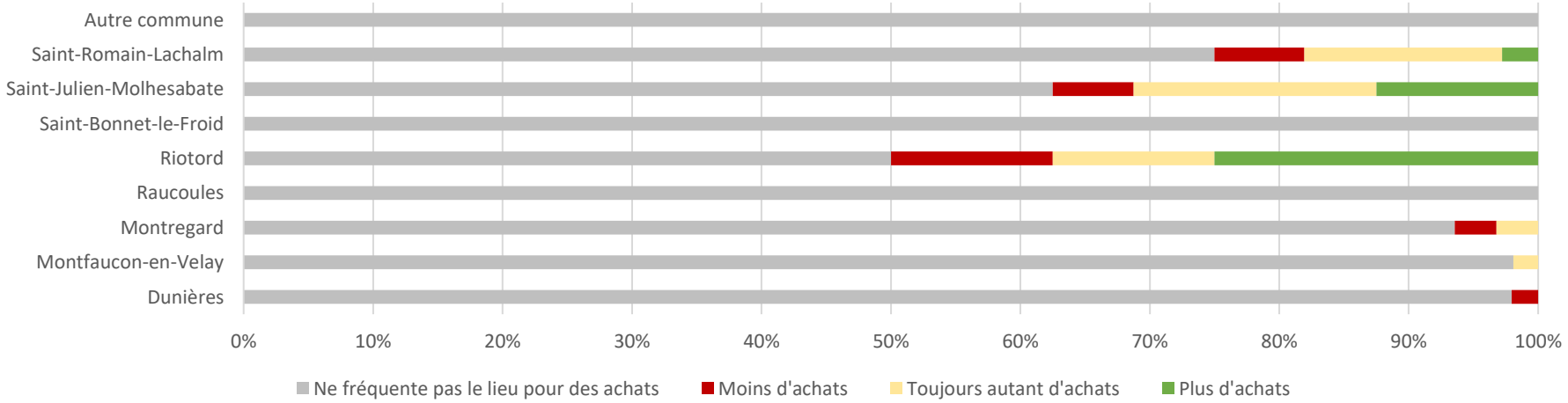


Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

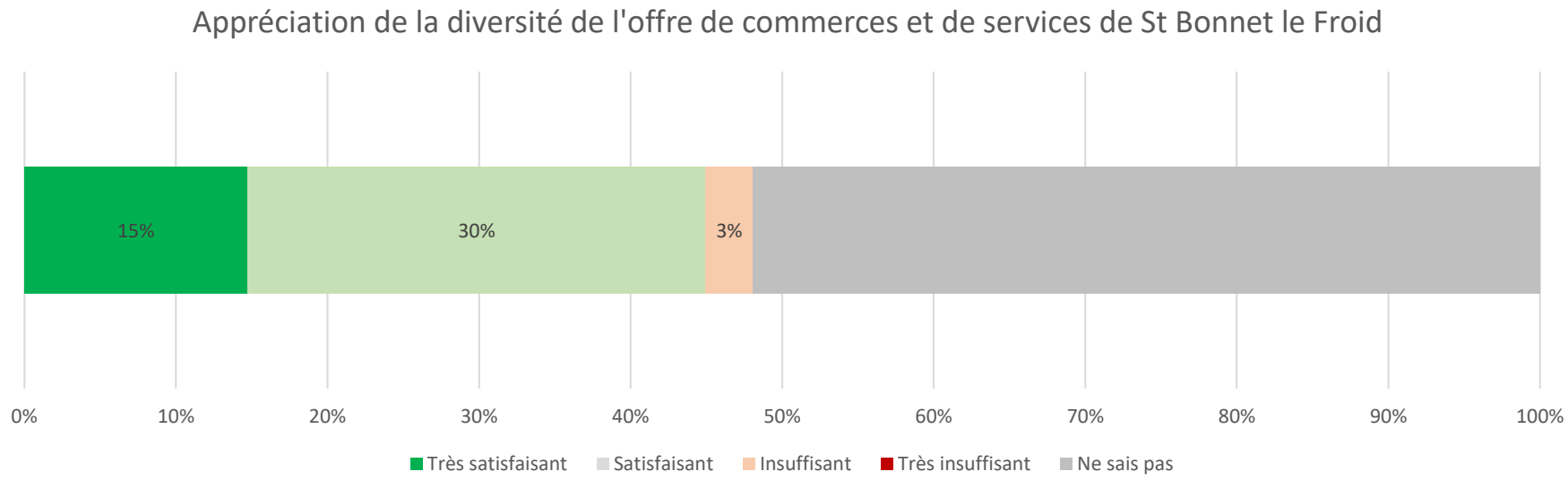
Commerces et restaurants de St Bonnet le Froid



Evolution de la fréquentation des commerces et restaurants de St Bonnet le Froid



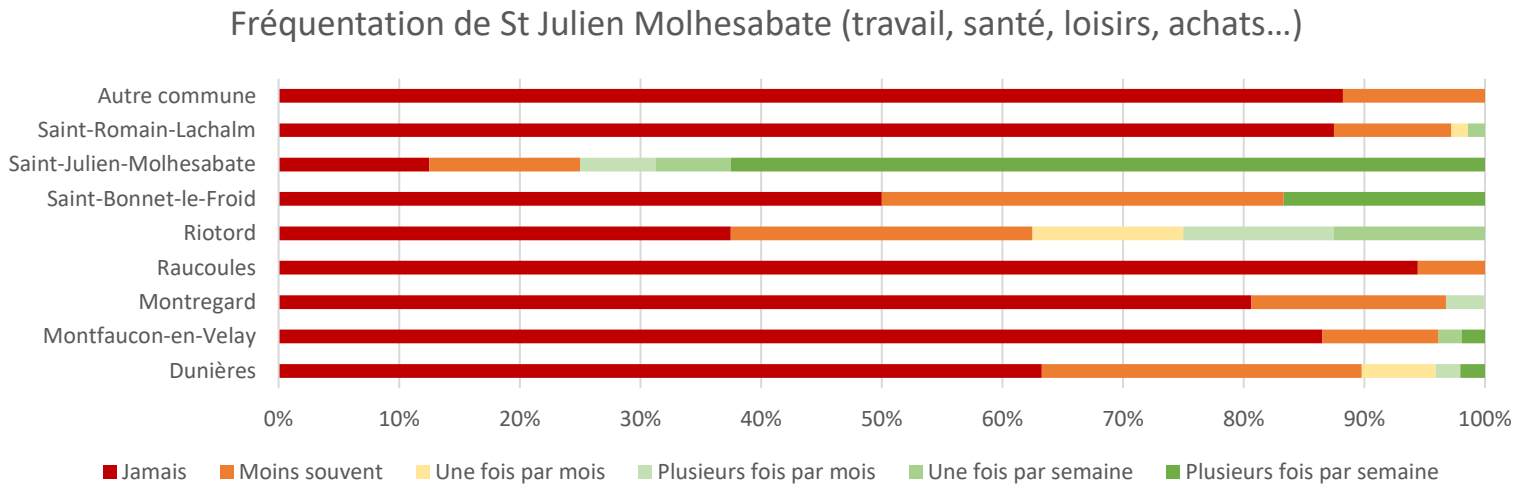
Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon



Le niveau de satisfaction de l'offre proposée sur Saint Bonnet le Froid frise la perfection parmi les personnes qui fréquentent la commune et habitent dans l'environnement.

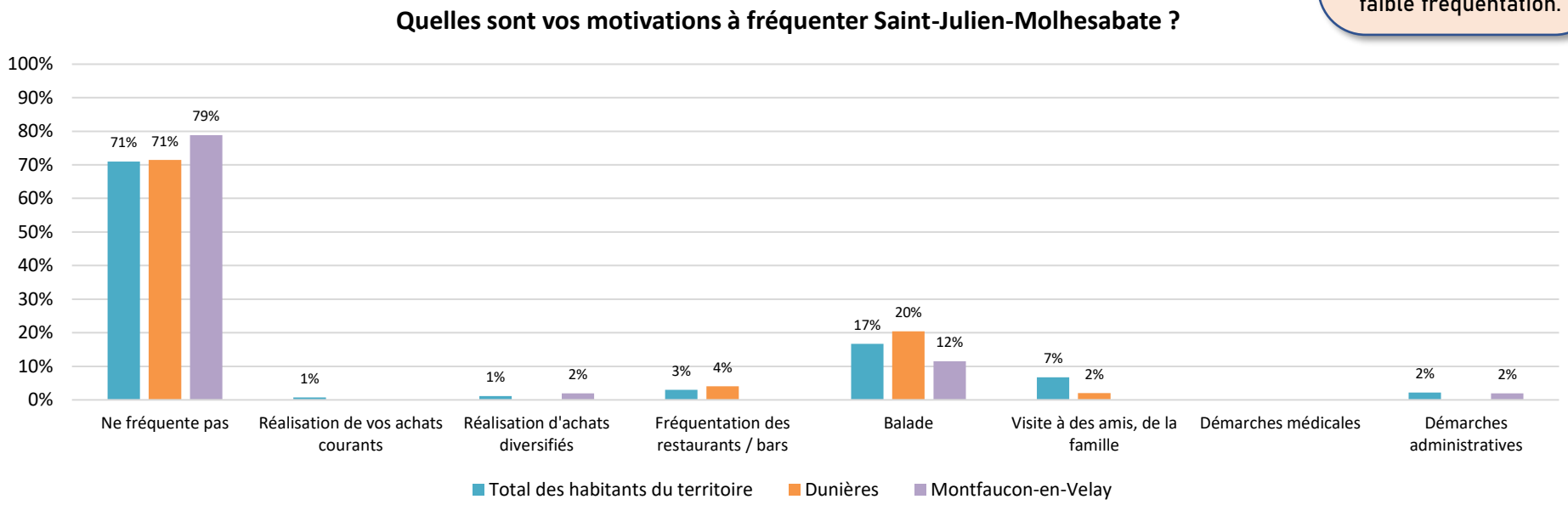
Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

2.2.7. SAINT JULIEN MOLHESABATE



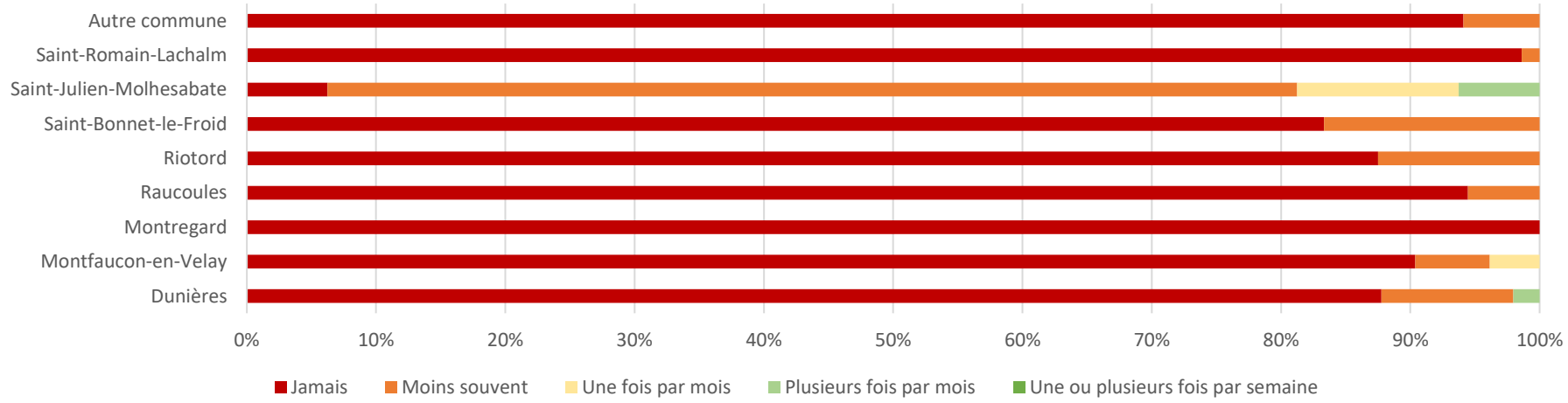
Saint-Julien-Molesabate, constituée de hameaux / villages, ne présente pas vraiment de centralité. Il est donc difficile d'interpréter les réponses.

Le seul ets présent, hors agriculture, le restaurant, caché derrière l'église, présente une très faible fréquentation.

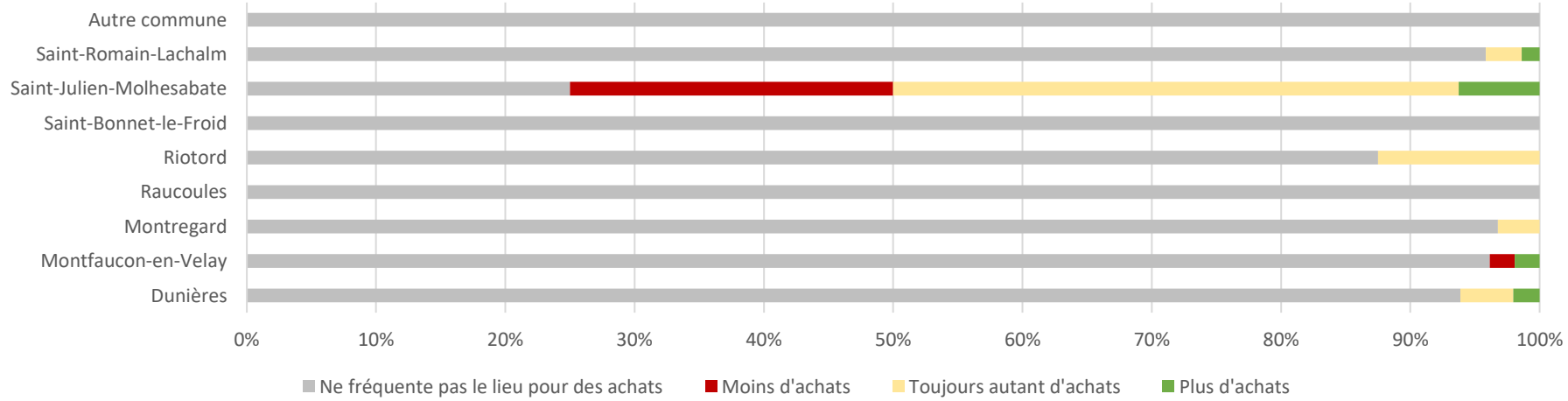


Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

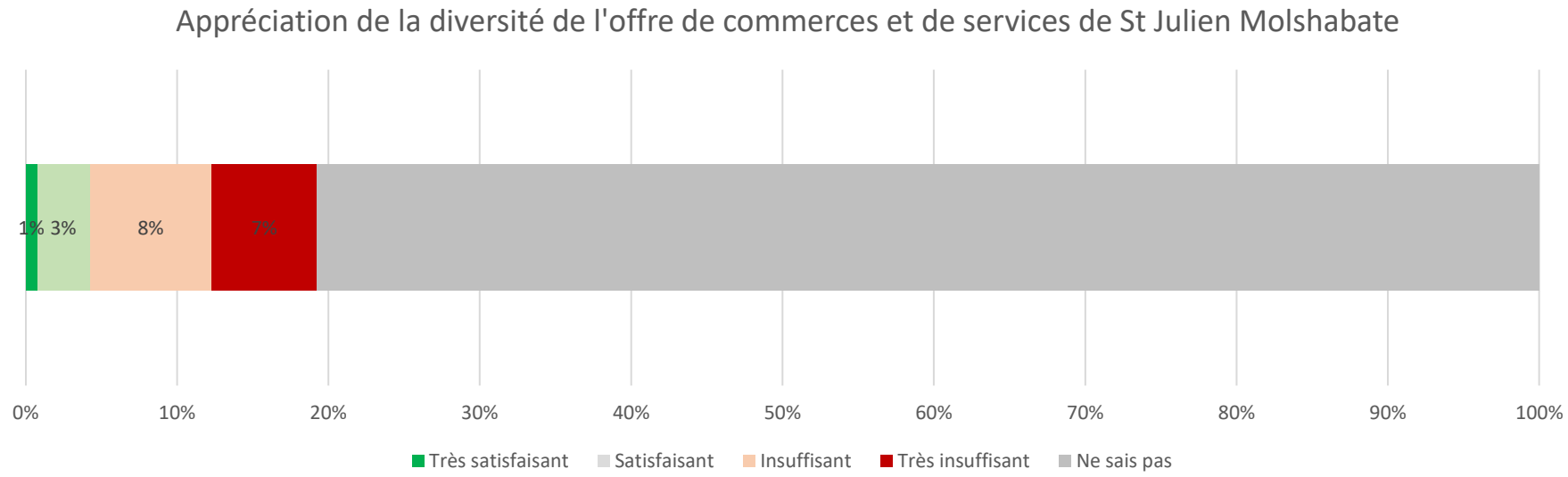
Restaurant de Saint Julien Molhesabate



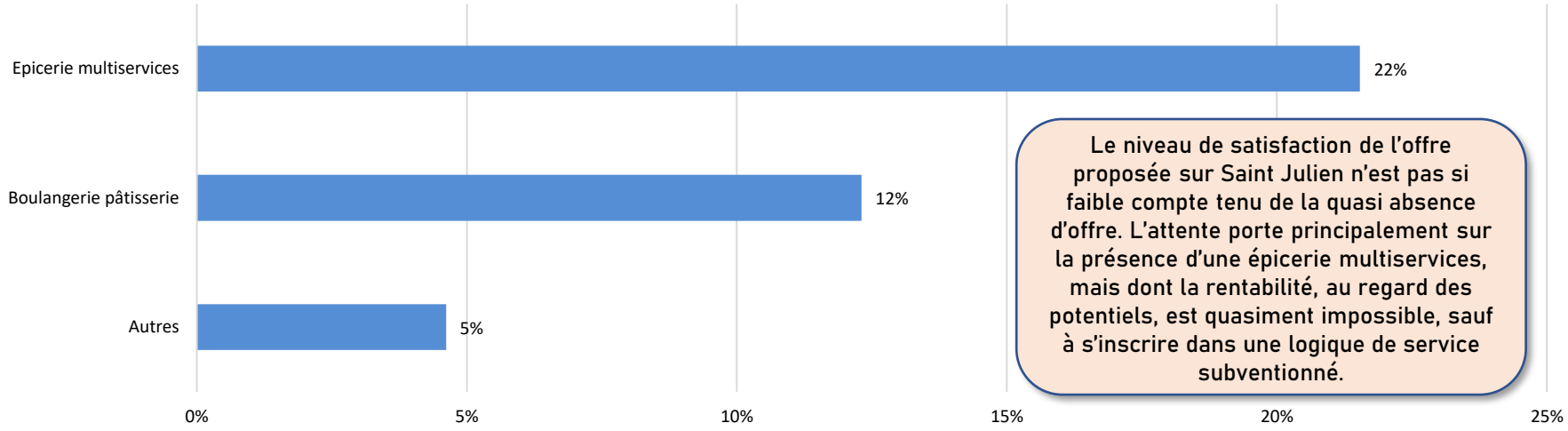
Evolution de la fréquentation du restaurant de Saint Julien Molhesabate



Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon



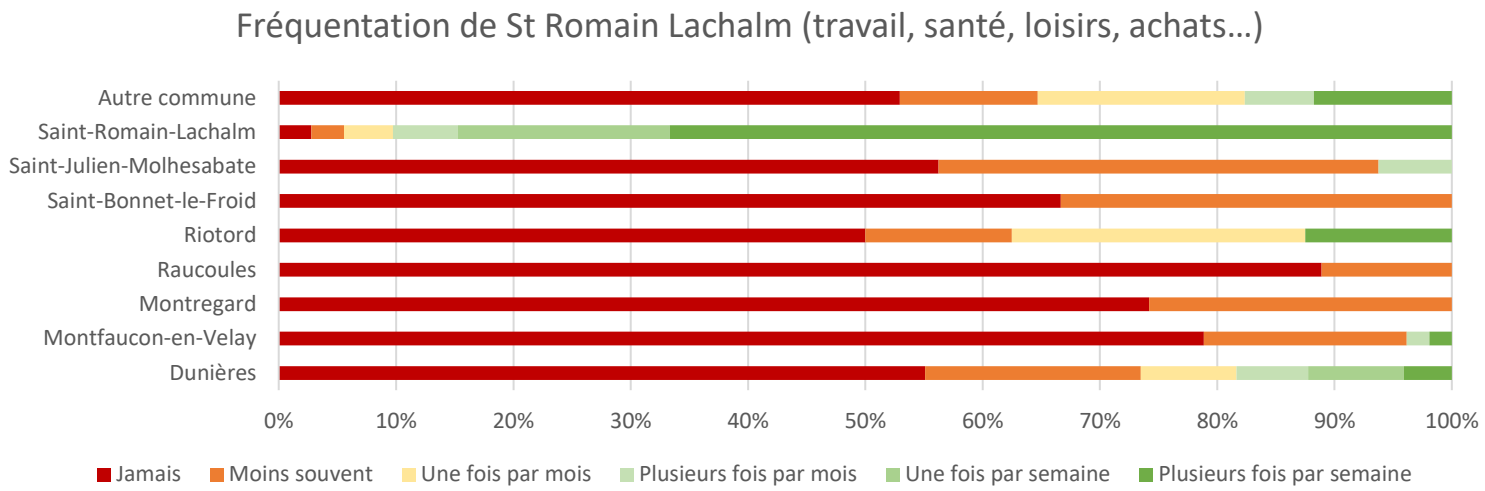
De votre point de vue, quels sont les commerces ou services manquant à Saint-Julien-Molhesabate ?



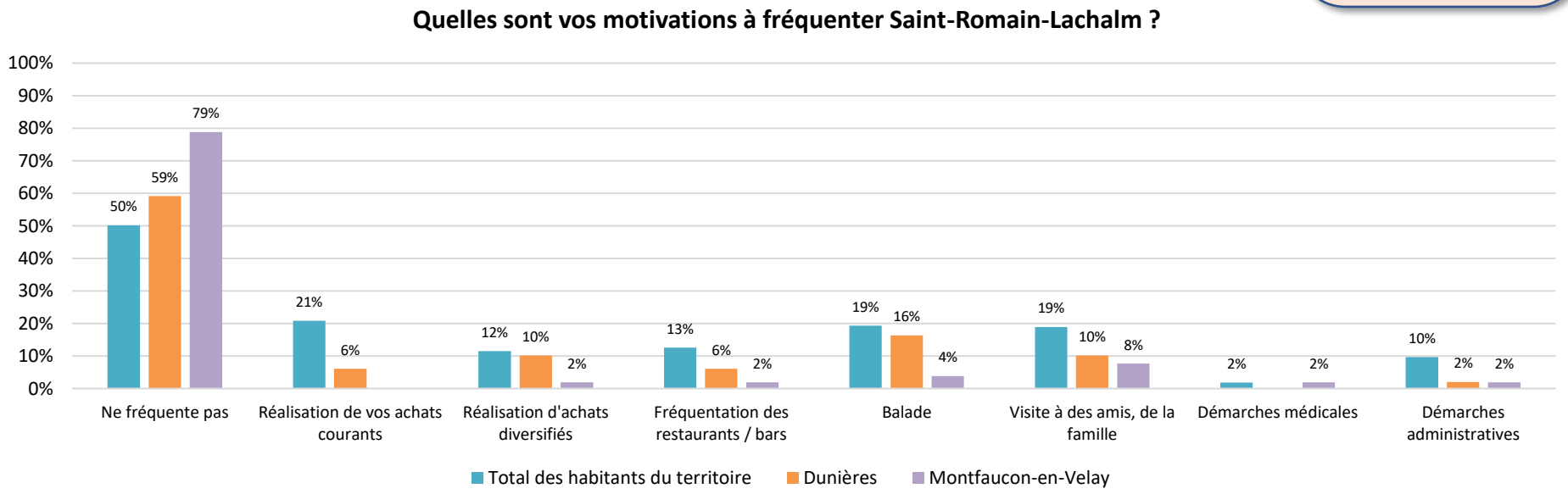
Le niveau de satisfaction de l'offre proposée sur Saint Julien n'est pas si faible compte tenu de la quasi absence d'offre. L'attente porte principalement sur la présence d'une épicerie multiservices, mais dont la rentabilité, au regard des potentiels, est quasiment impossible, sauf à s'inscrire dans une logique de service subventionné.

Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

2.2.8. SAINT ROMAIN LACHALM

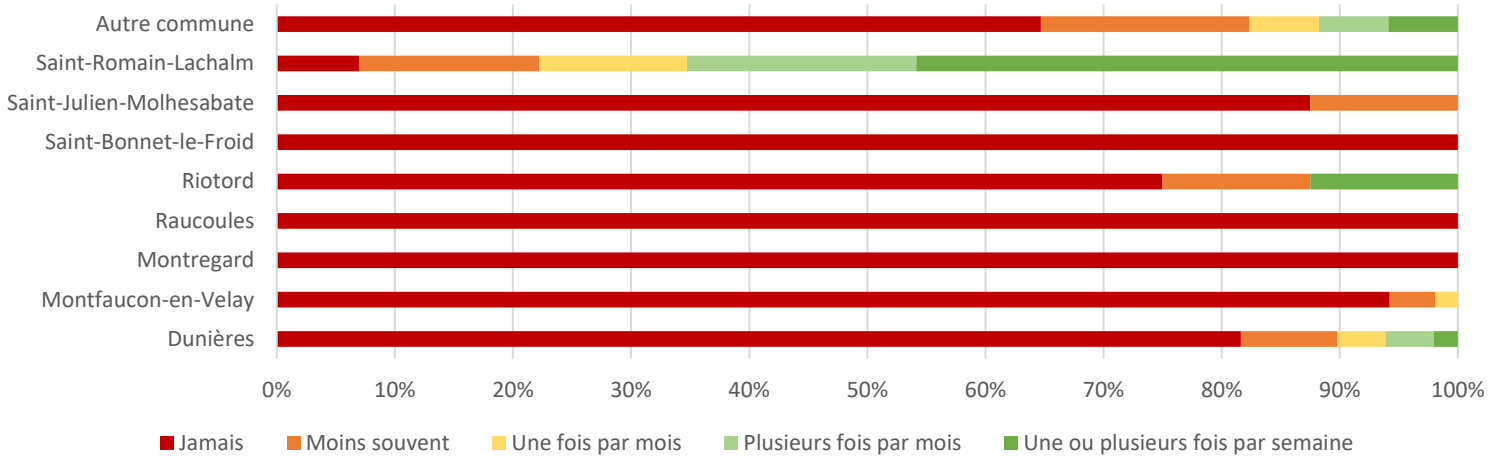


Les habitants de Saint-Romain-Lachalm fréquentent naturellement beaucoup le centre-ville, mais celui-ci rayonne peu sur l'extérieur. Il est vrai que le profil des actifs implique un fort flux sortant, de l'ordre de 550….



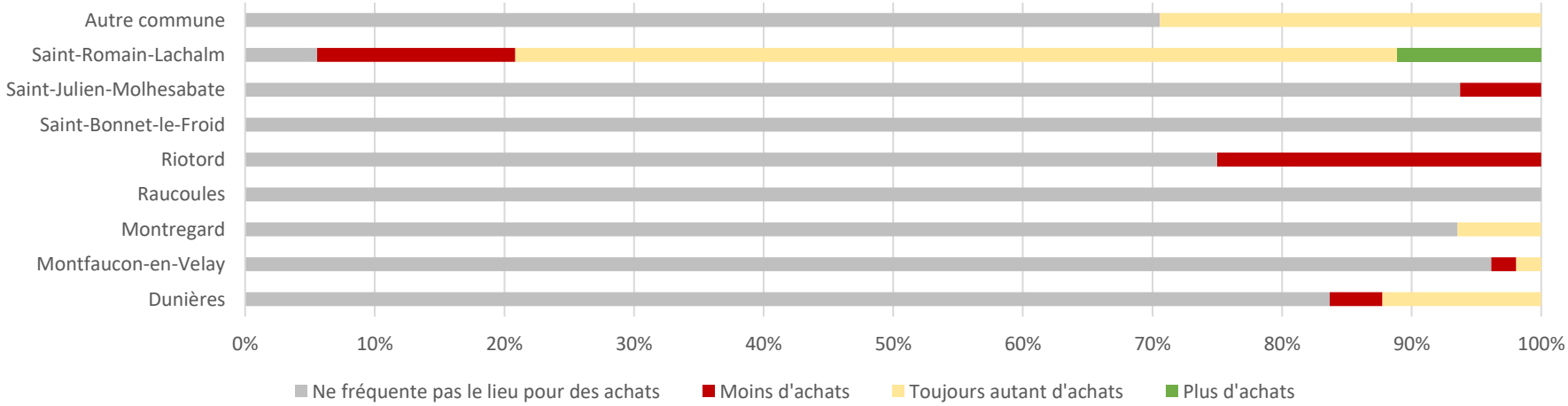
Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

Commerces de Saint Romain Lachalm

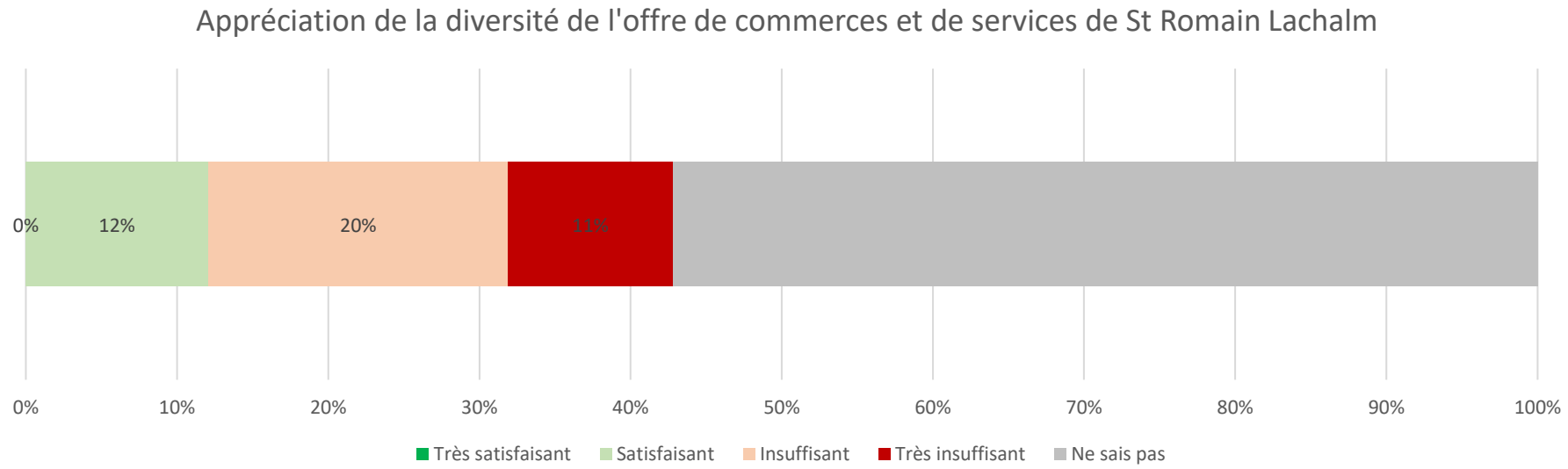


… ce qui se ressent sur le rythme d'achat, mais aussi l'évolution, plutôt à la baisse.

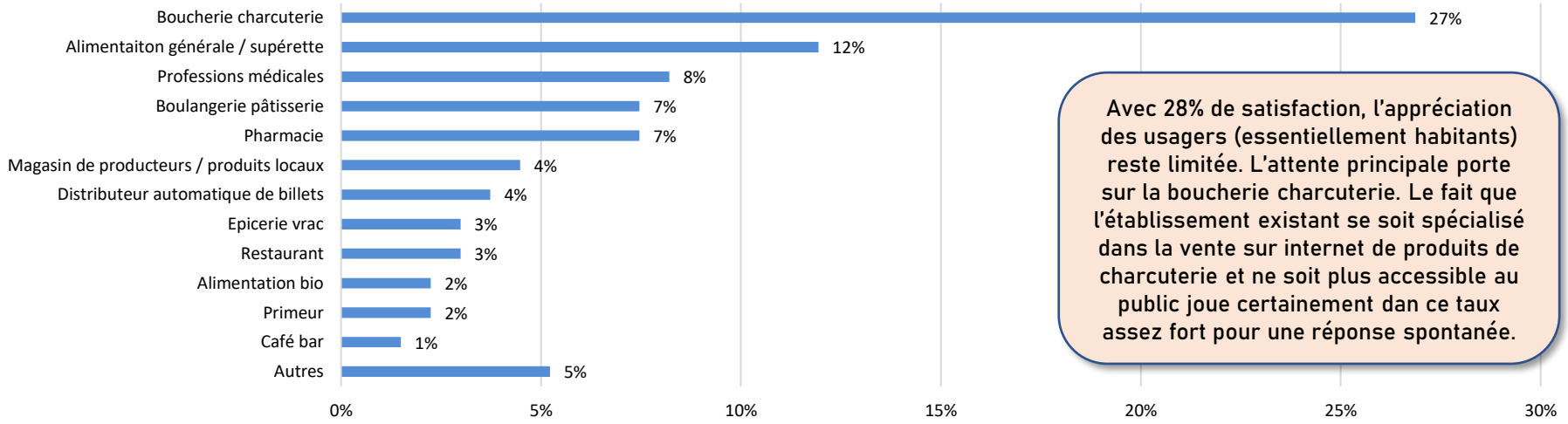
Evolution de la fréquentation du restaurant de Saint Romain Lachalm



Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon



De votre point de vue, quels sont les commerces ou services manquant à Saint-Romain-Lachalm ?



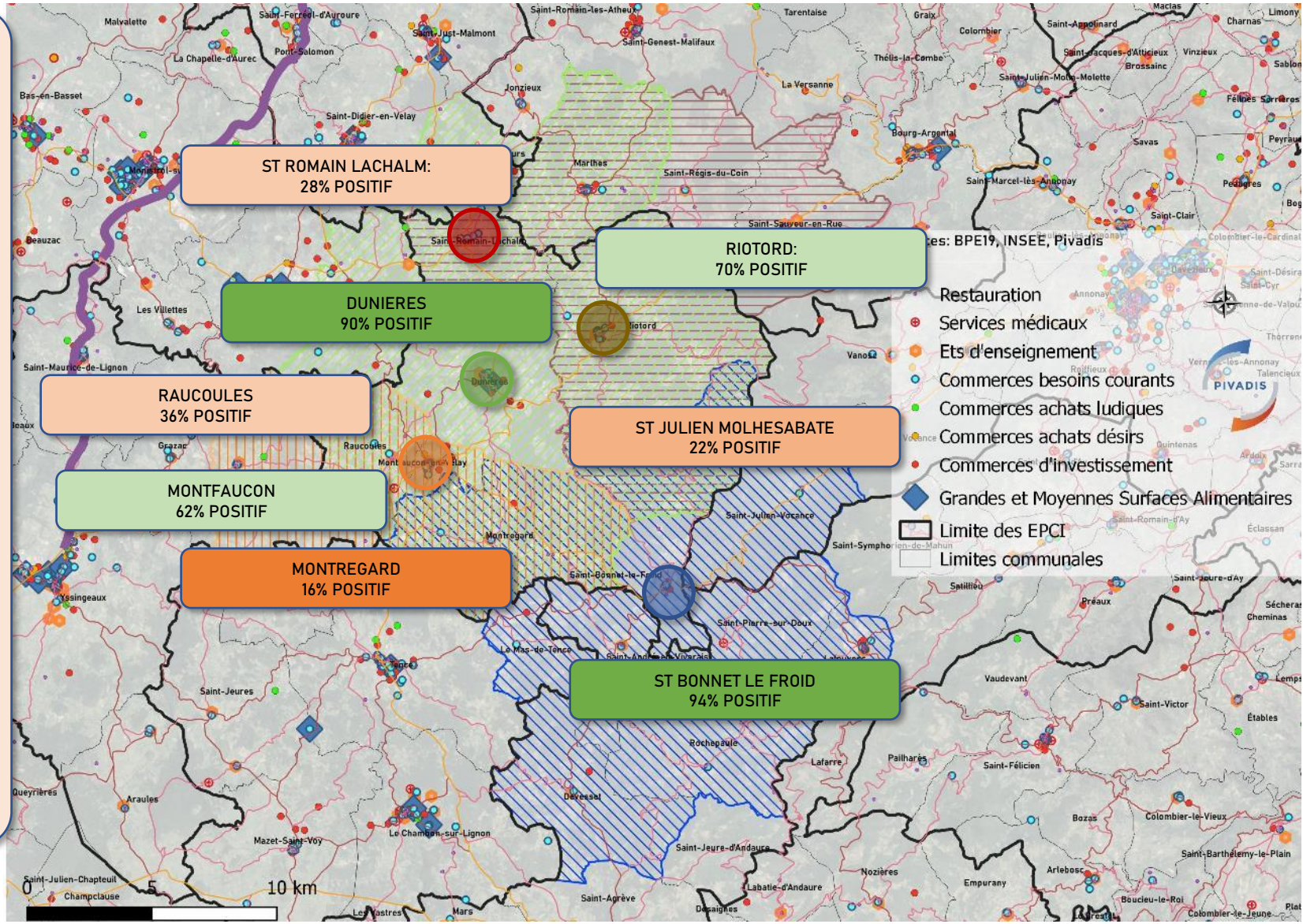
Avec 28% de satisfaction, l'appréciation des usagers (essentiellement habitants) reste limitée. L'attente principale porte sur la boucherie charcuterie. Le fait que l'établissement existant se soit spécialisé dans la vente sur internet de produits de charcuterie et ne soit plus accessible au public joue certainement dan ce taux assez fort pour une réponse spontanée.

Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

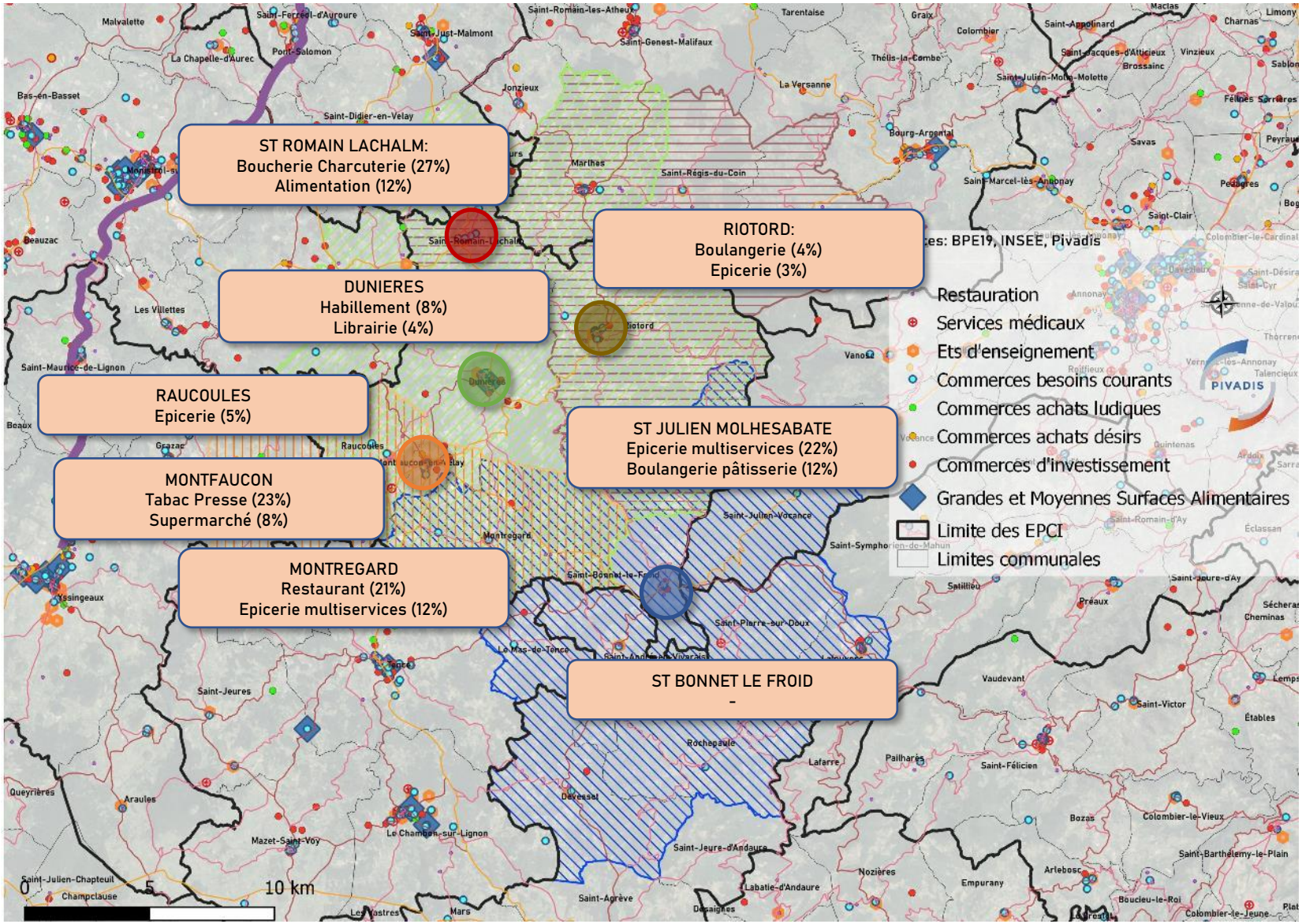
2.2.9. SYNTHESE APPRECIATION DE L'OFFRE

Le niveau de satisfaction sur la diversité de l'offre positionne les communes en 4 groupes:

- Les presque sans faute: St Bonnet et Dunières.
- Les positifs: Riotord et Montfaucon.
- Les négatifs: Raucoules, Saint Romain Lachalm et Saint Julien Moleshabate,
- Les très négatifs: Montregard.



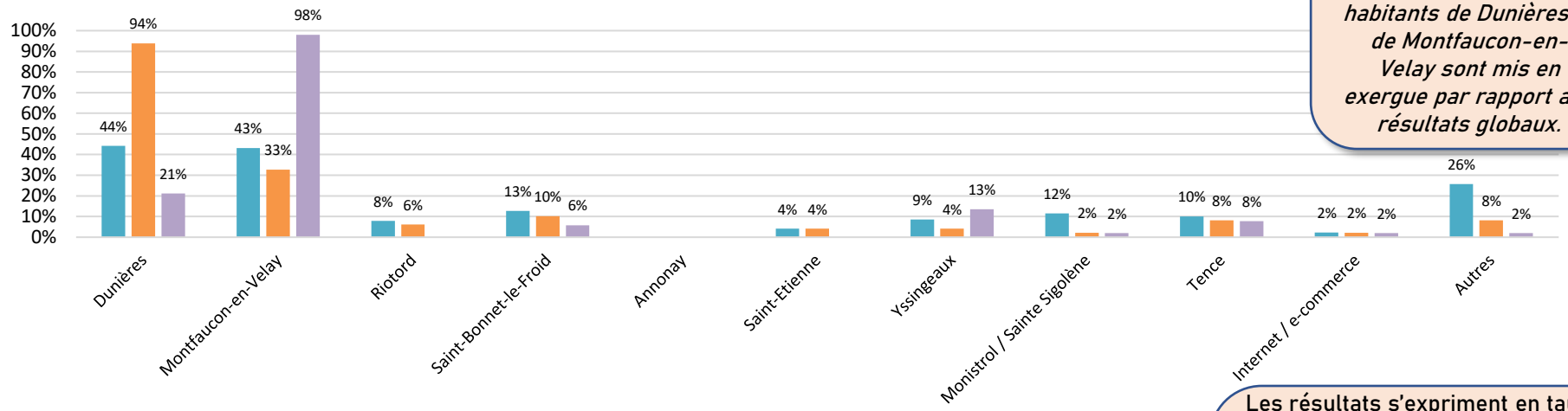
2.2.10. SYNTHESE DES ATTENTES



2.3. PRINCIPAUX LIEUX D'ACHATS EN FONCTION DES PRODUITS ET DES LIEUX D'HABITAT

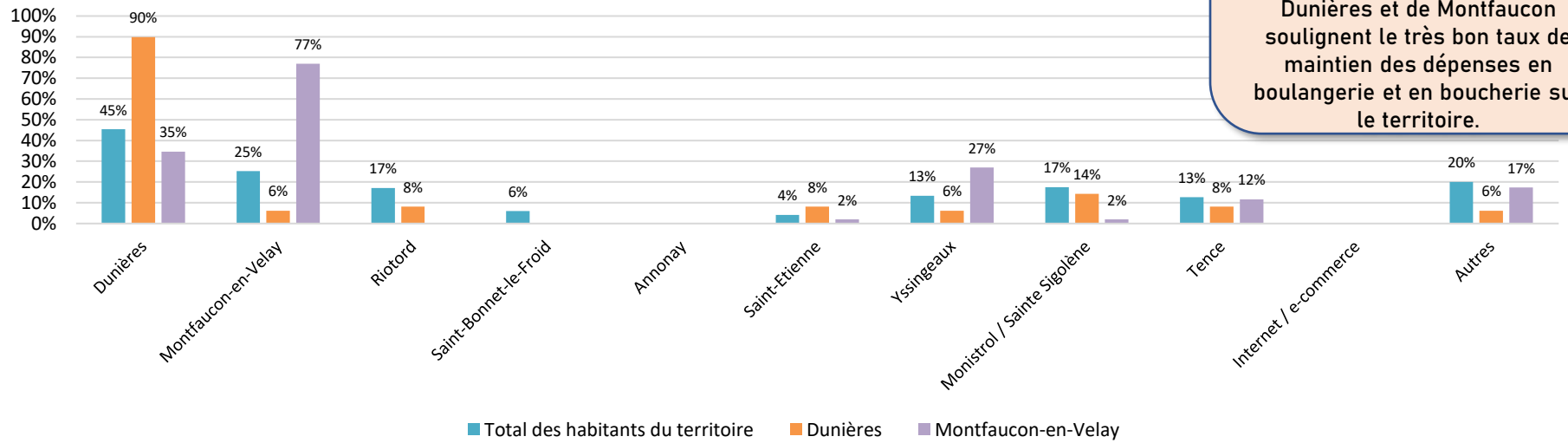
Pour des raisons de représentativité statistique, seuls les résultats concernant les habitants de Dunières et de Montfaucon-en-Velay sont mis en exergue par rapport aux résultats globaux.

Où réalisez-vous principalement vos achats en pain pâtisserie ?



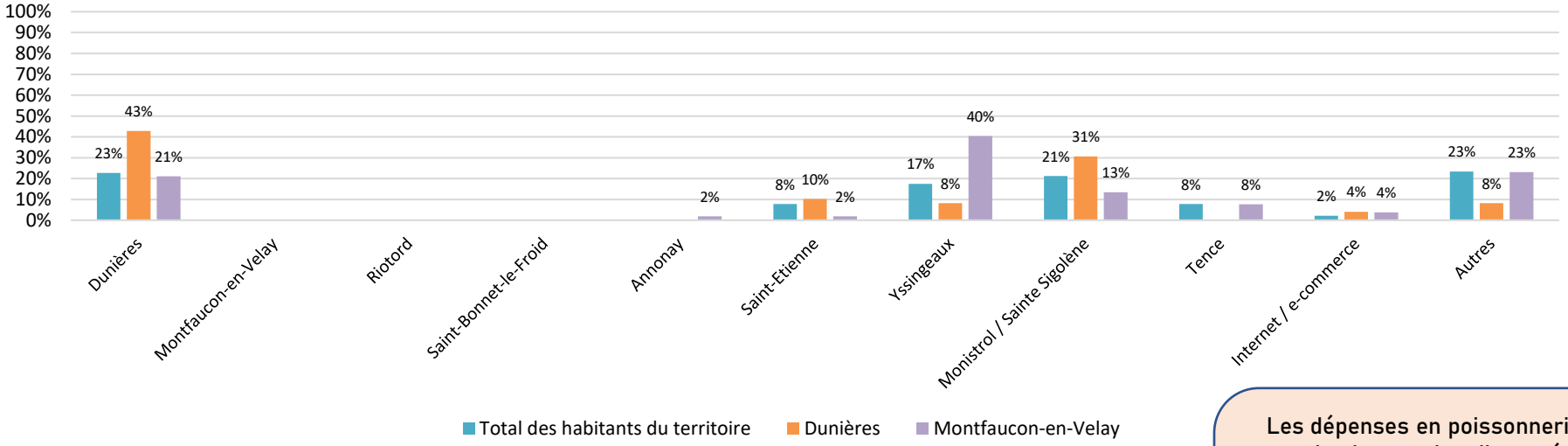
Les résultats s'expriment en taux de consommation sur chaque ville, pouvant ainsi en cumul dépassé 100% si les comportements sont multiples. Les zooms sur les communes de Dunières et de Montfaucon soulignent le très bon taux de maintien des dépenses en boulangerie et en boucherie sur le territoire.

Où réalisez-vous principalement vos achats en boucherie charcuterie ?

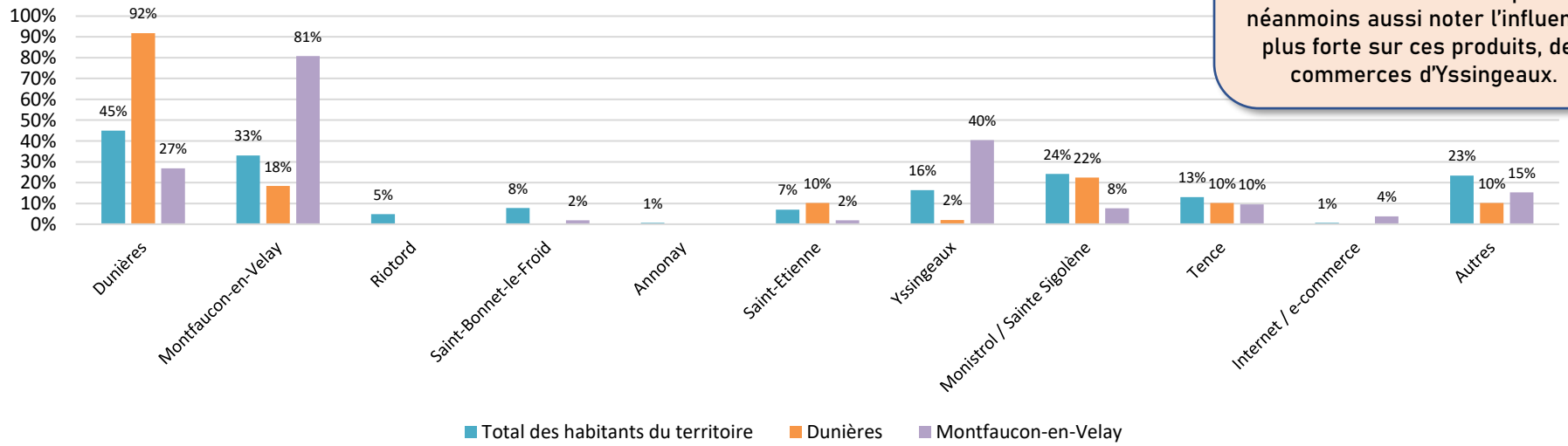


Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

Où réalisez-vous principalement vos achats en poissonnerie ?



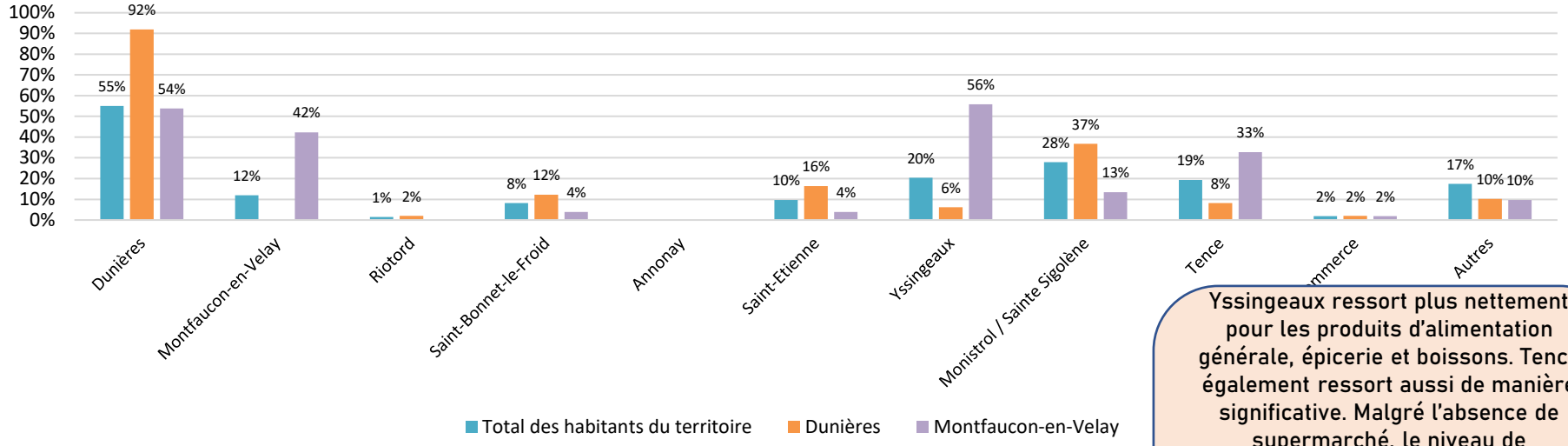
Où réalisez-vous principalement vos achats en fruits et légumes ?



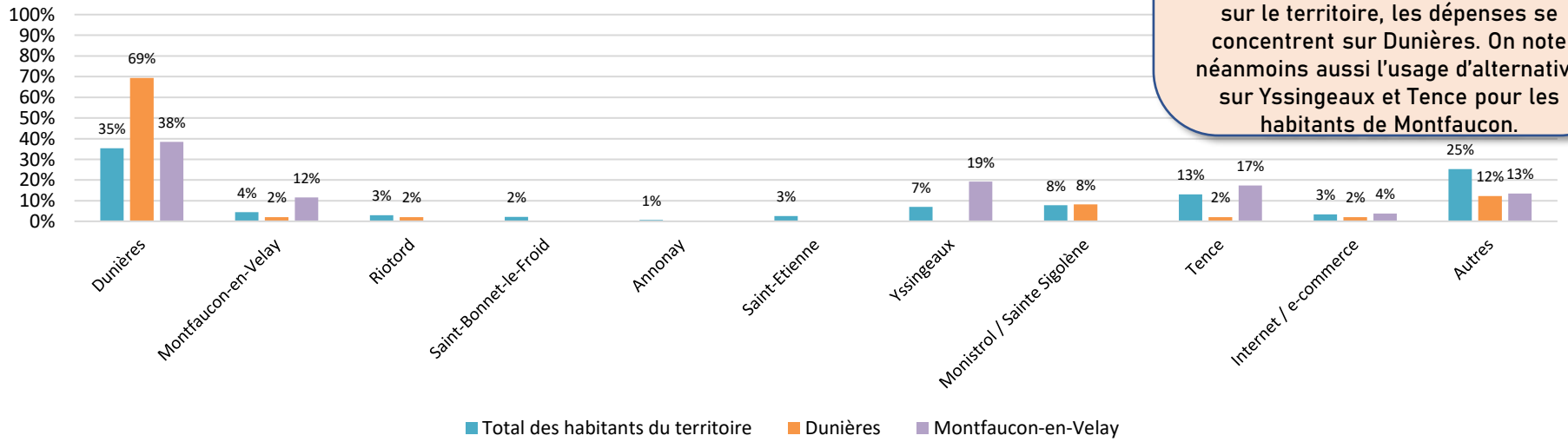
Les dépenses en poissonnerie sont de plus en plus dispersées, alors que les fruits et légumes se concentrent sur la proximité au sein du territoire. On peut néanmoins aussi noter l'influence, plus forte sur ces produits, des commerces d'Yssingeaux.

Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

Où réalisez-vous principalement vos achats en épicerie et boissons ?



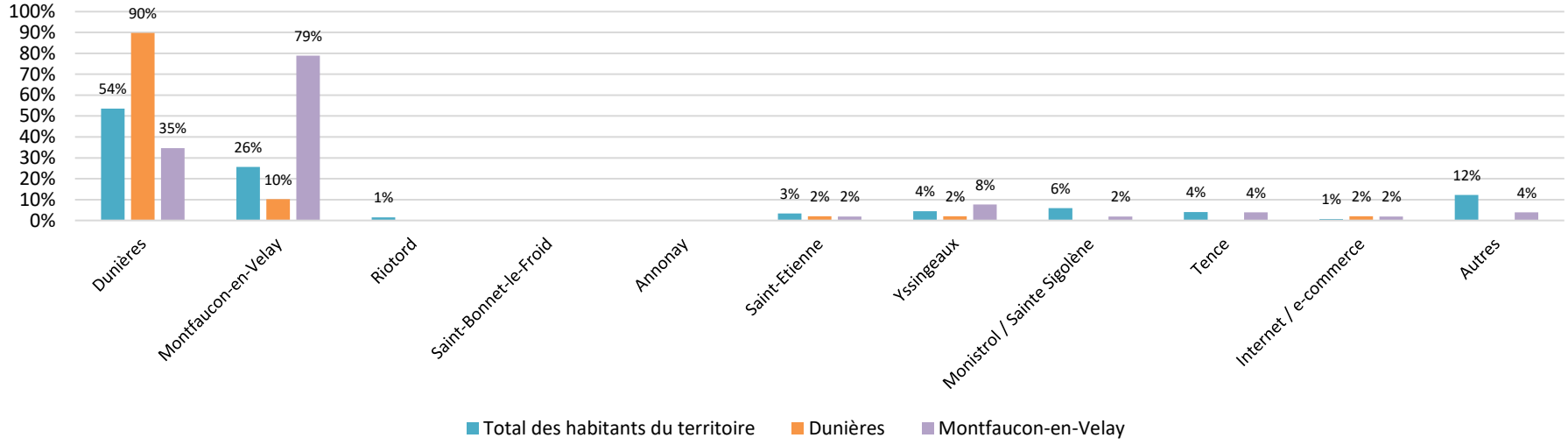
Où réalisez-vous principalement vos achats en tabac / presse ?



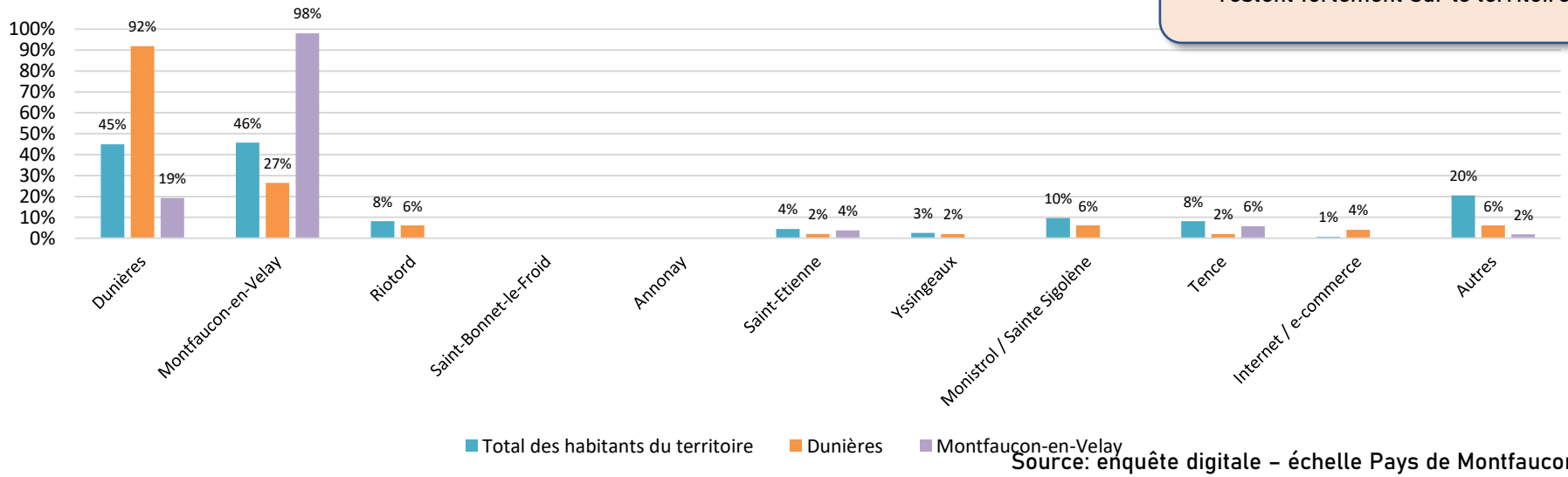
Yssingeaux ressort plus nettement pour les produits d'alimentation générale, épicerie et boissons. Tence également ressort aussi de manière significative. Malgré l'absence de supermarché, le niveau de fréquentation de la supérette sur Montfaucon est significatif. En l'absence (ponctuelle) d'alternative sur le territoire, les dépenses se concentrent sur Dunières. On note néanmoins aussi l'usage d'alternative sur Yssingeaux et Tence pour les habitants de Montfaucon.

Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

Où réalisez-vous principalement vos achats en fleurs ?



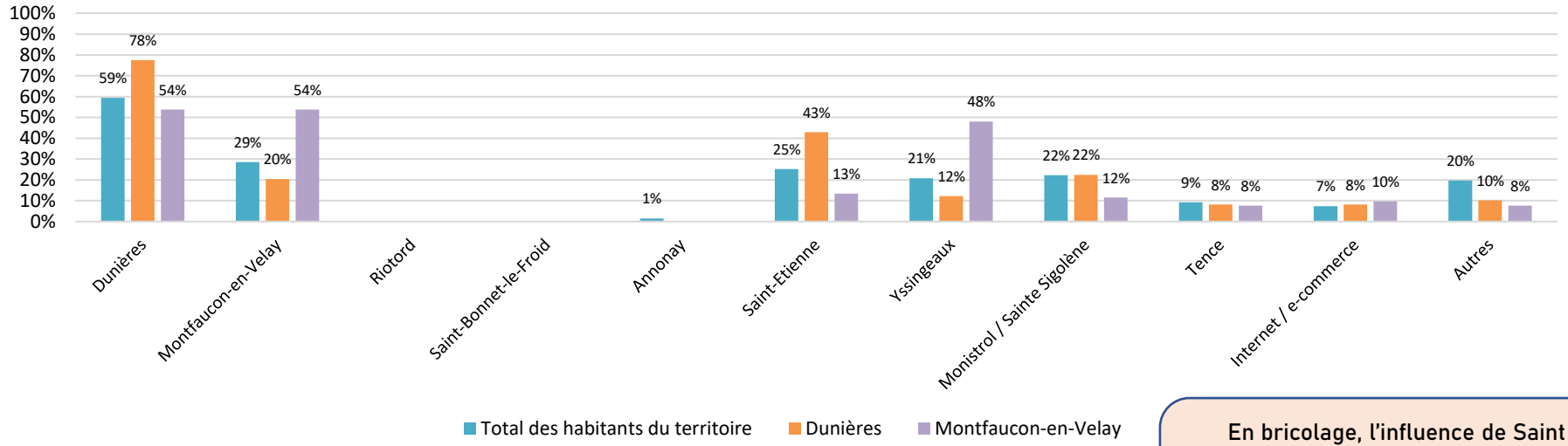
Où réalisez-vous principalement vos achats en pharmacie ?



Les dépenses en fleurs et en pharmacie restent fortement sur le territoire.

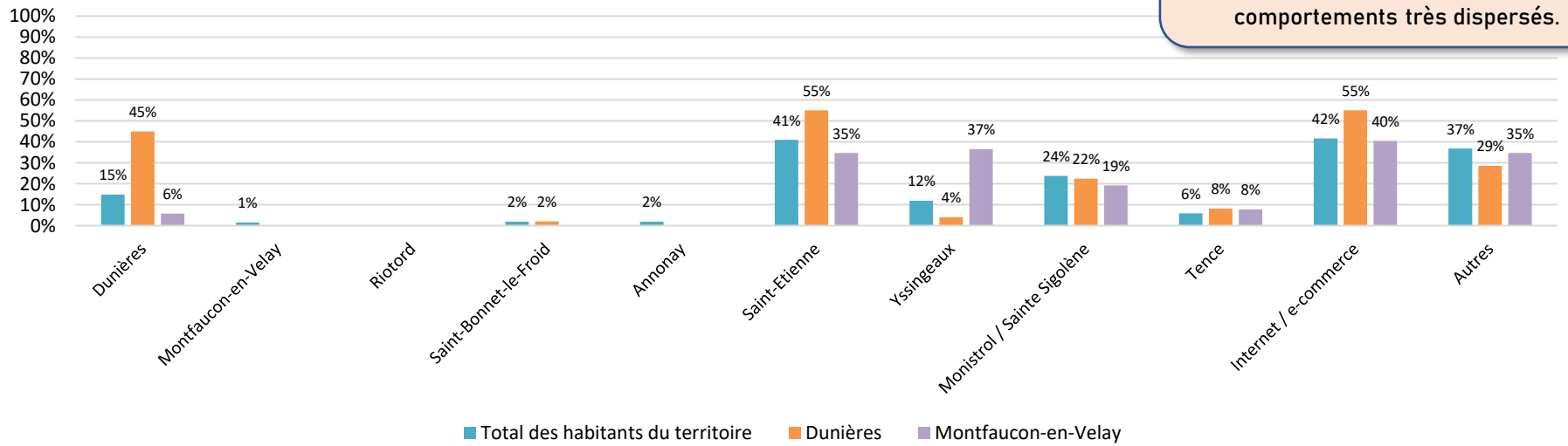
Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

Où réalisez-vous principalement vos achats en bricolage ?



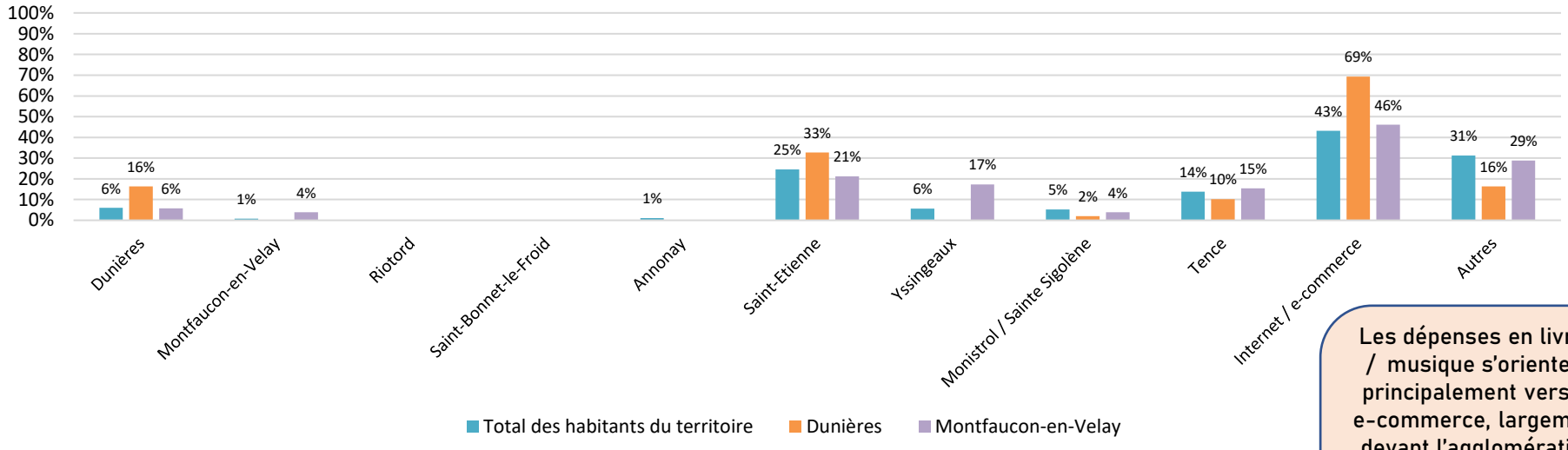
En bricolage, l'influence de Saint Etienne et d'Yssingeaux est importante. En habillement, s'y ajoute une forte utilisation du e-commerce, et des comportements très dispersés.

Où réalisez-vous principalement vos achats en habillement ?



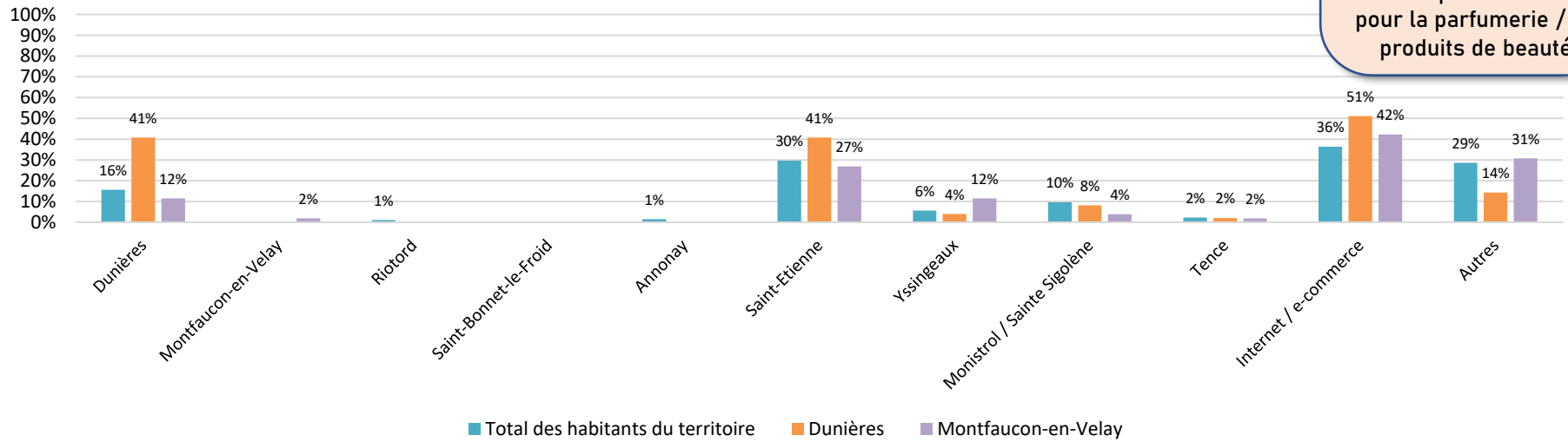
Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

Où réalisez-vous principalement vos achats en livres / musique ?



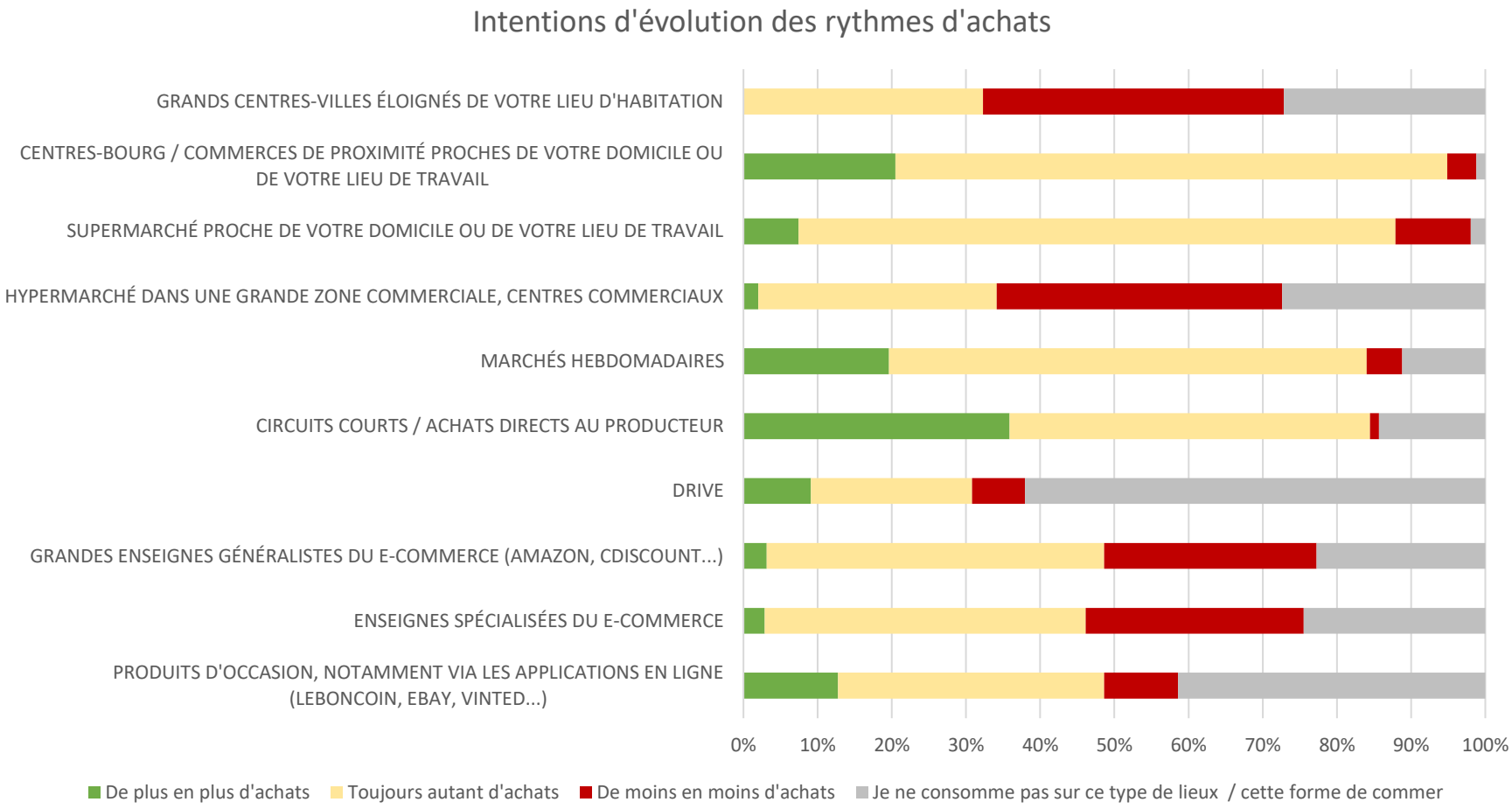
Les dépenses en livres / musique s'orientent principalement vers le e-commerce, largement devant l'agglomération de Saint Etienne. Le rapport entre les 2 lieux est un peu moins fort pour la parfumerie / les produits de beauté.

Où réalisez-vous principalement vos achats en parfumerie / produits de beauté ?



Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

2.4. INTENTIONS D'EVOLUTION DES RYTHMES D'ACHATS



Dans un contexte peu favorable à la consommation (crise sanitaire larvée, crise géopolitique, inflation), les réponses sur les intentions de fréquentation montrent un appétence forte pour les fonctions de proximité (centres-bourgs, marchés hebdomadaires et circuits courts, mais avec une réalité de pratiques à relativiser sur ce dernier point). Le format supermarché, après une très forte croissance en 2020, est légèrement négatif en intention, à contrario de tous les grands équipements, périphériques ou de centralités, en forte baisse annoncée. Les grandes enseignes du e-commerce sont aussi concernées par ces intentions de baisse de consommation, après une très forte croissance, alors que les achats d'occasion, notamment sur internet, sont en croissance, localement.

Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

3. OFFRE COMMERCIALE & ENQUETE COMMERCANTS

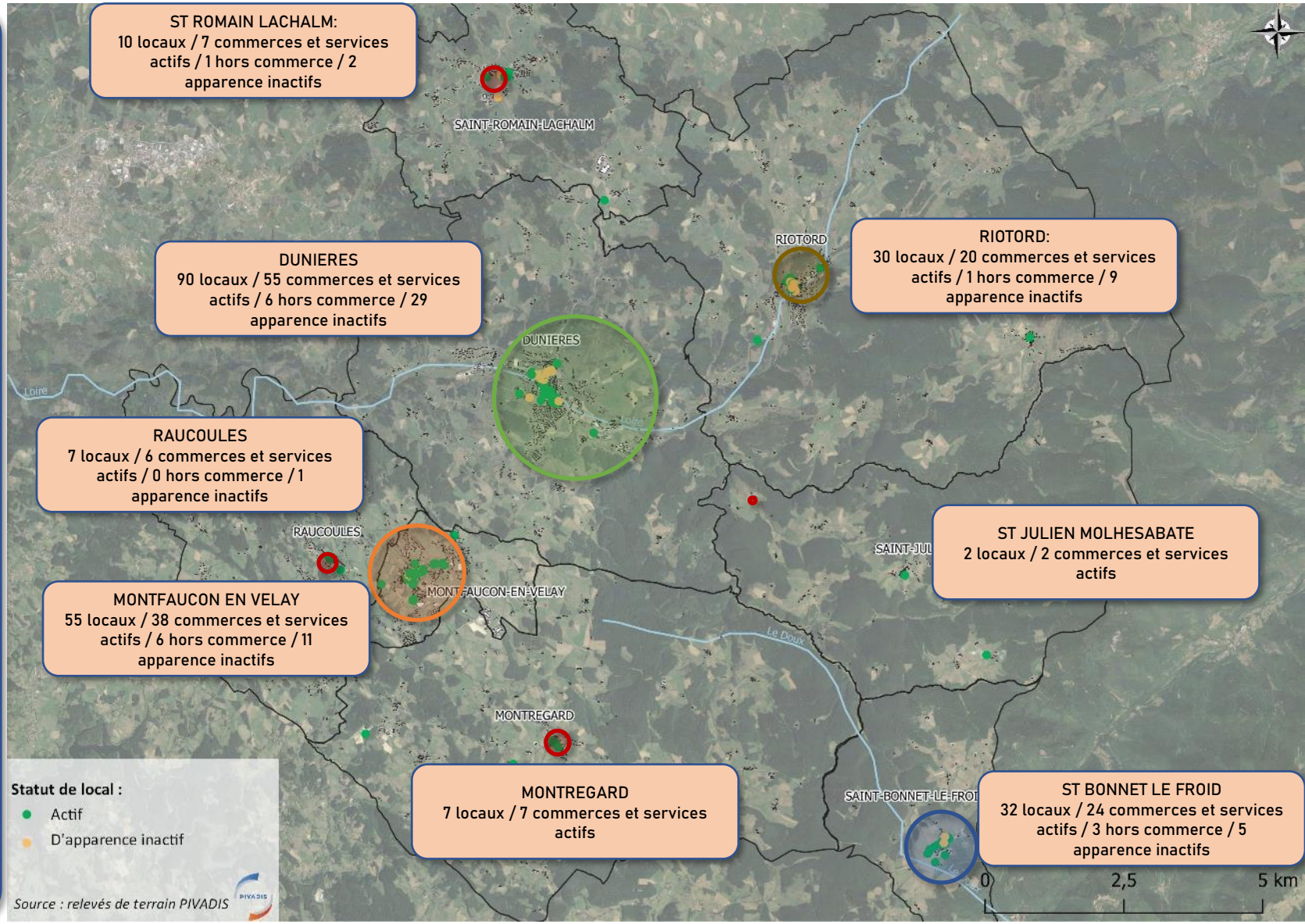
3.1. APPAREIL COMMERCIAL EXISTANT

Sur la base de relevés sur site, le Pays de Montfaucon compte:

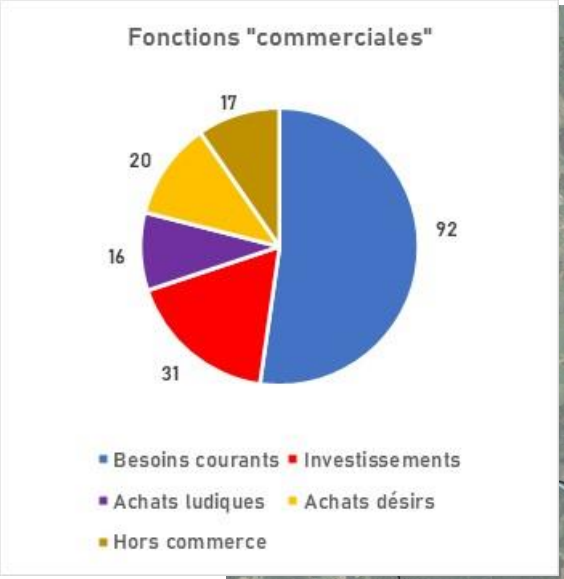
233 locaux commerciaux, soit une densité assez forte de près de 4 locaux pour 1.000 habitants, au regard du contexte (environnement concurrentiel).

159 commerces et services sont actifs.

14 « locaux » sont occupés par des activités hors commerce et 57 locaux ont été identifiés comme d'apparence inactifs (24%).



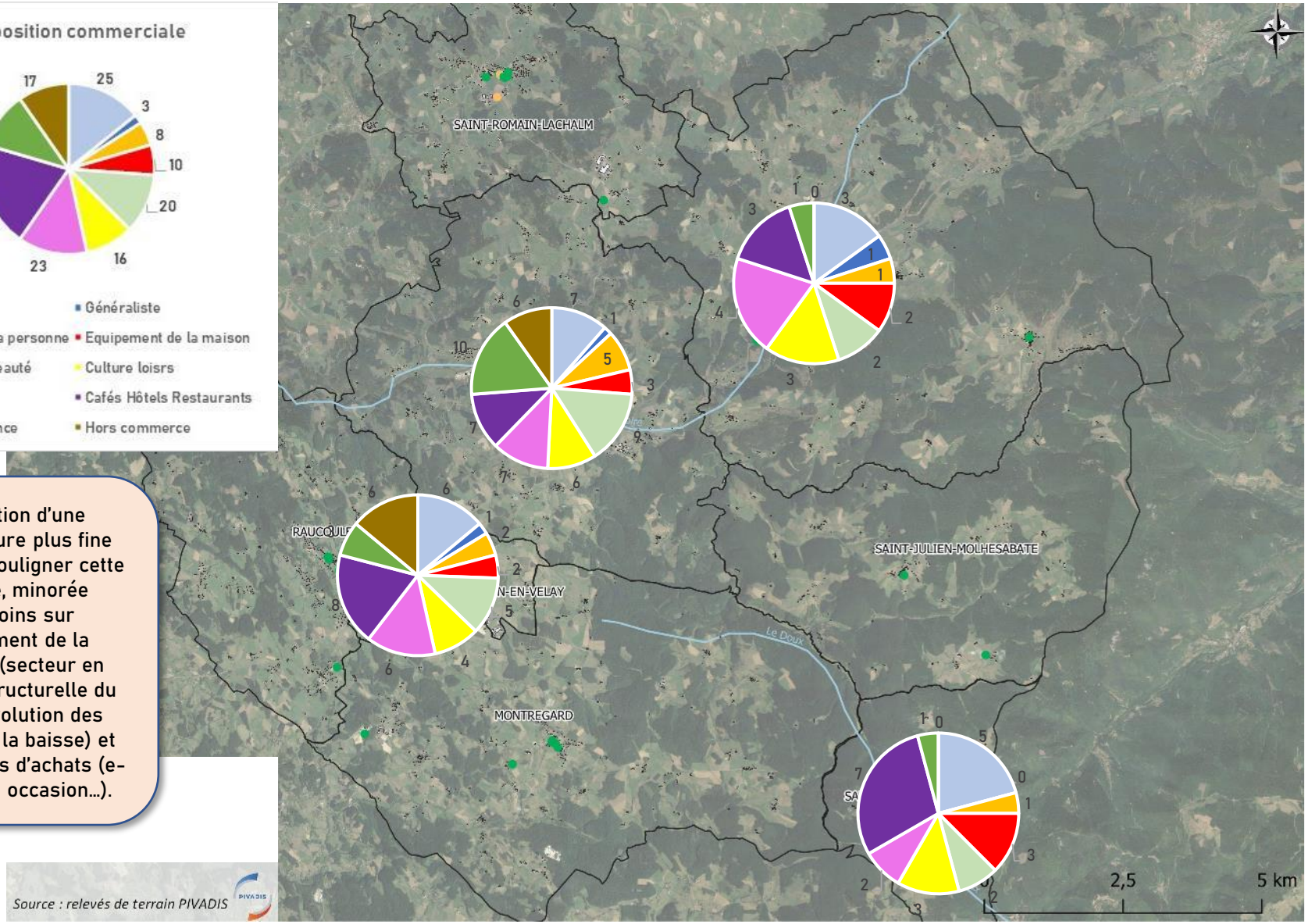
3.2. DIVERSITE DE L'OFFRE COMMERCIALE



La diversité de l'offre présente met en avant, classiquement, la réponse aux besoins courants de la population, mais on note une bonne présence d'offres plus diversifiées, particulièrement sur Dunières, Saint Bonnet le Froid et dans une moindre mesure Montfaucon.

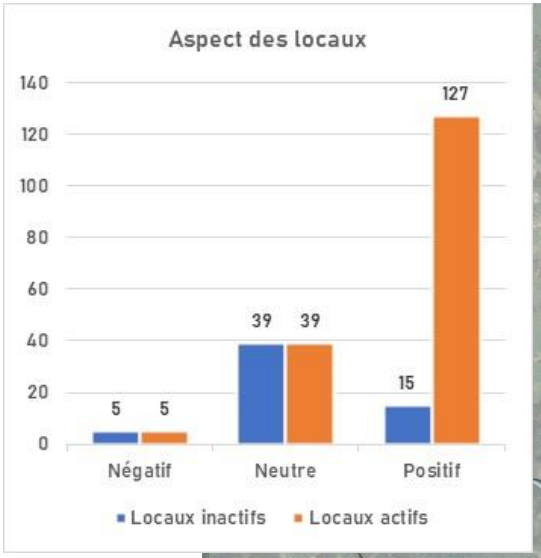
Source : relevés de terrain PIVADIS

L'utilisation d'une nomenclature plus fine permet de souligner cette diversité, minorée néanmoins sur l'équipement de la personne (secteur en difficulté structurelle du fait de l'évolution des volumes (à la baisse) et des pratiques d'achats (e-commerce, occasion…).



Source : relevés de terrain PIVADIS

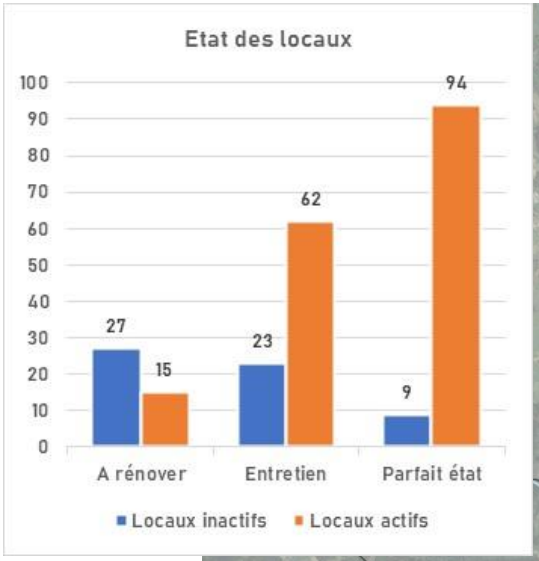
3.3. ASPECT DES LOCAUX COMMERCIAUX



L'aspect des locaux commerciaux est plutôt bon sur le territoire, avec néanmoins une situation beaucoup moins favorable pour les locaux d'apparence inactifs, de manière classique. Rares sont les locaux dont l'aspect est vraiment « repoussant » (négatif).

Source : relevés de terrain PIVADIS

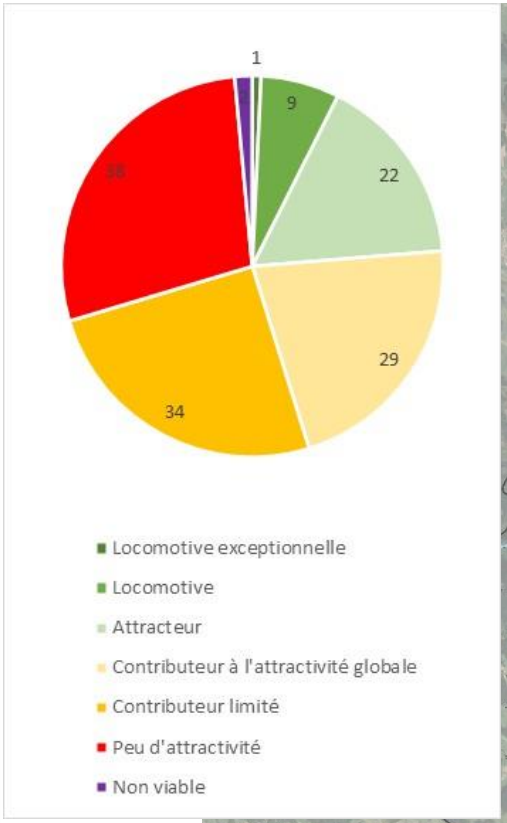
3.4. ETAT DES LOCAUX COMMERCIAUX – BESOINS DE TRAVAUX

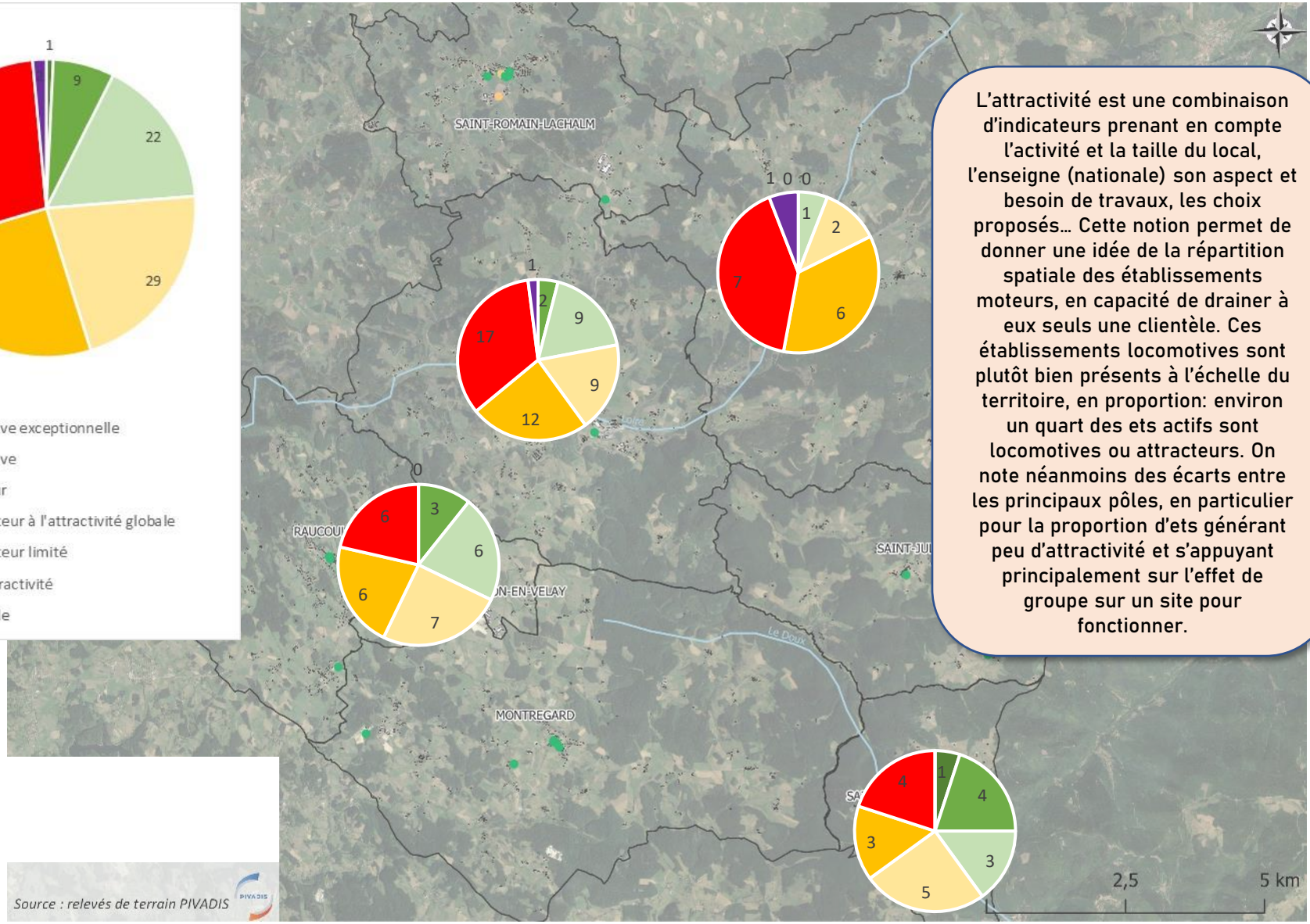


Les besoins de travaux sont néanmoins plus importants, avec 42 locaux (dont 27 inactifs) nécessitant des travaux lourds (à rénover) et 85 locaux nécessitant un « rafraichissement » (entretien).

Source : relevés de terrain PIVADIS

3.5. ATTRACTIVITE INDIVIDUELLE DES ETABLISSEMENTS



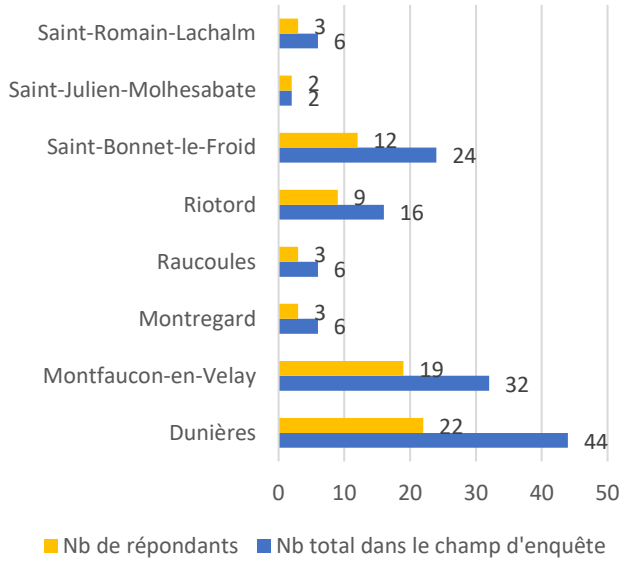


L'attractivité est une combinaison d'indicateurs prenant en compte l'activité et la taille du local, l'enseigne (nationale) son aspect et besoin de travaux, les choix proposés… Cette notion permet de donner une idée de la répartition spatiale des établissements moteurs, en capacité de drainer à eux seuls une clientèle. Ces établissements locomotives sont plutôt bien présents à l'échelle du territoire, en proportion: environ un quart des ets actifs sont locomotives ou attracteurs. On note néanmoins des écarts entre les principaux pôles, en particulier pour la proportion d'ets générant peu d'attractivité et s'appuyant principalement sur l'effet de groupe sur un site pour fonctionner.

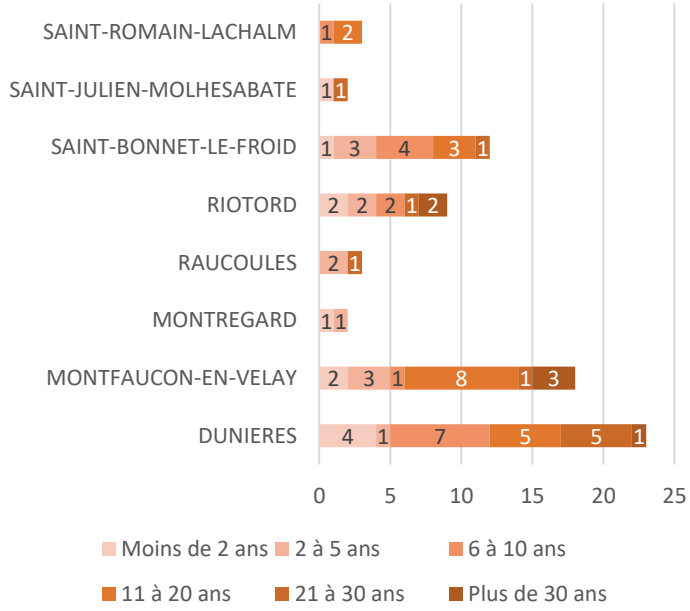
Source : relevés de terrain PIVADIS

3.6. PERCEPTION DES COMMERCANTS DE LA SITUATION LOCALE

Nombre de commerçants répondants par commune



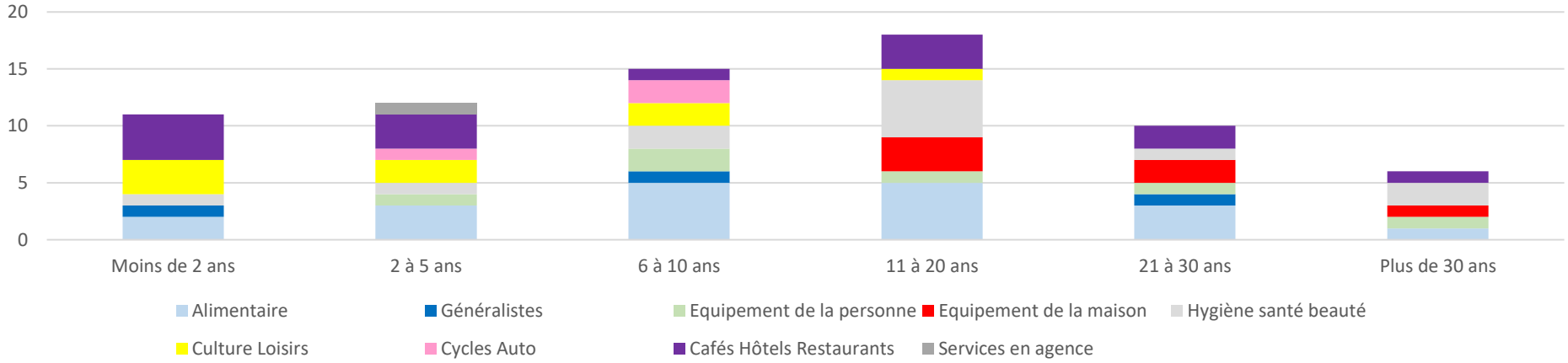
Ancienneté d'installation



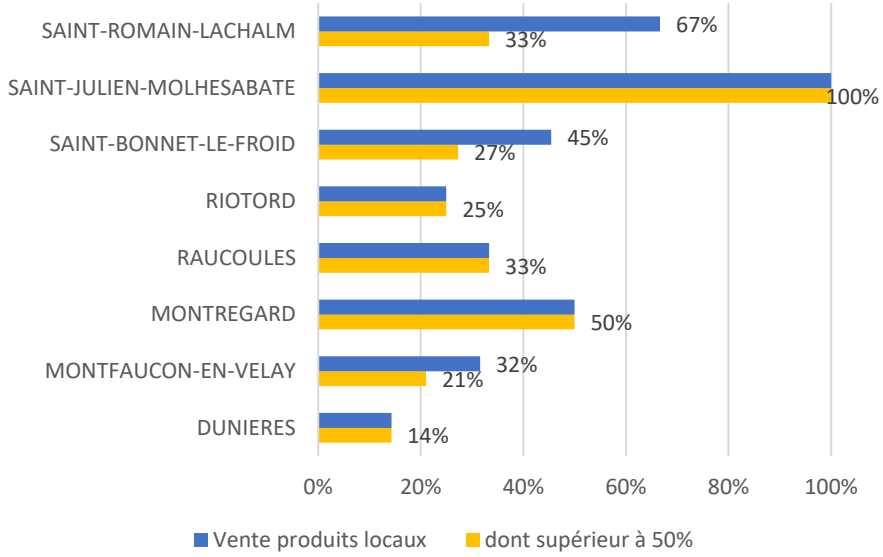
Le nombre de répondants parmi les commerçants est supérieur ou égal à 50% pour chaque commune, permettant d'obtenir un bon niveau de représentativité.

Si certains commerçants sont présents depuis longtemps, on note une rotation plutôt correcte des établissements, du moins globalement.

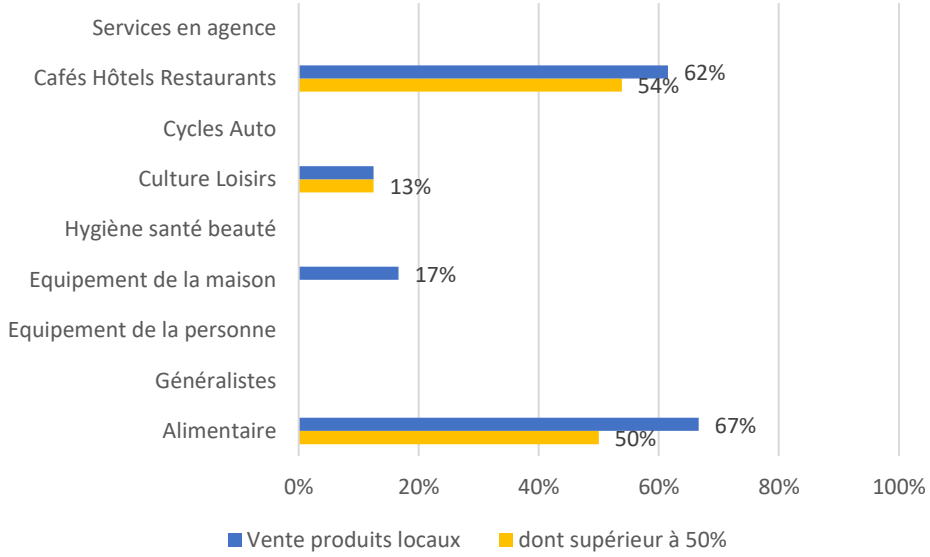
Ancienneté d'installation par groupe de produits



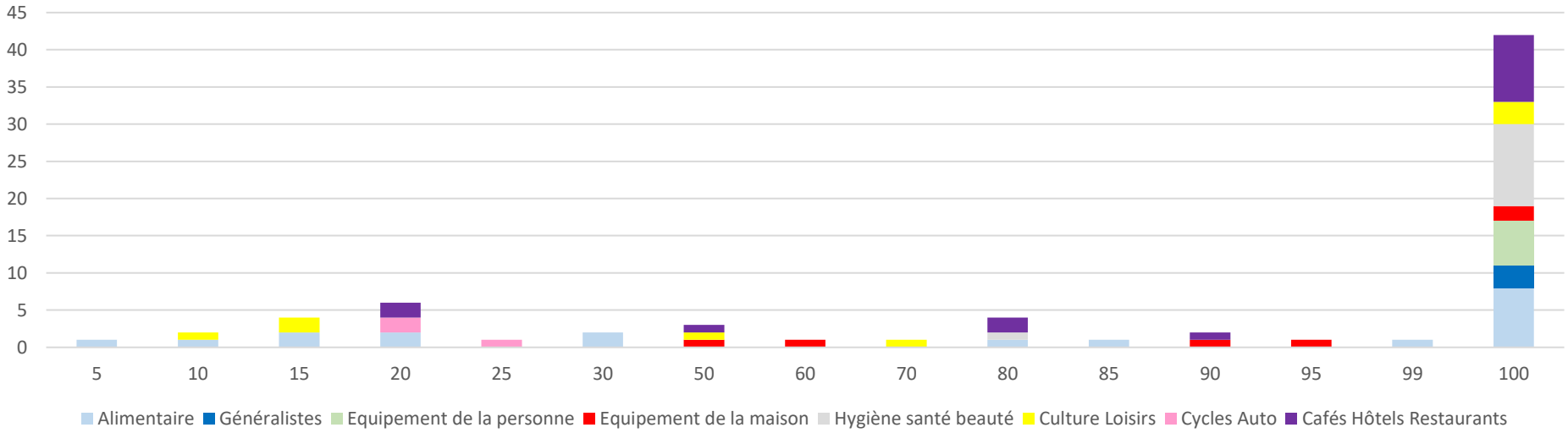
Vente / transformation de produits locaux

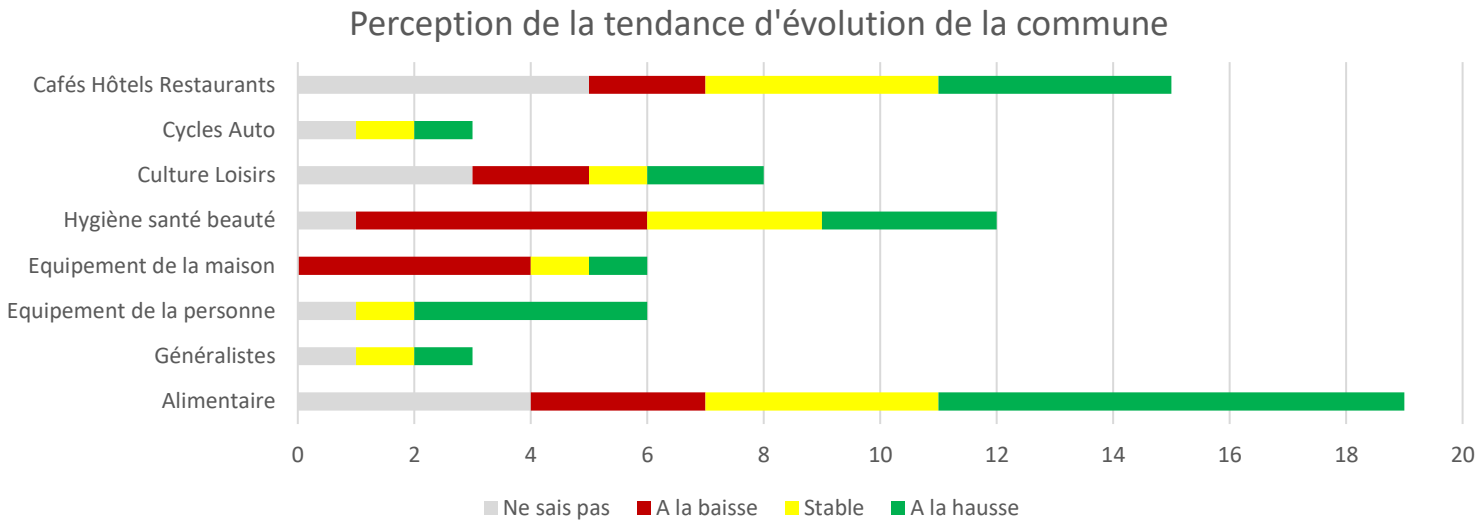


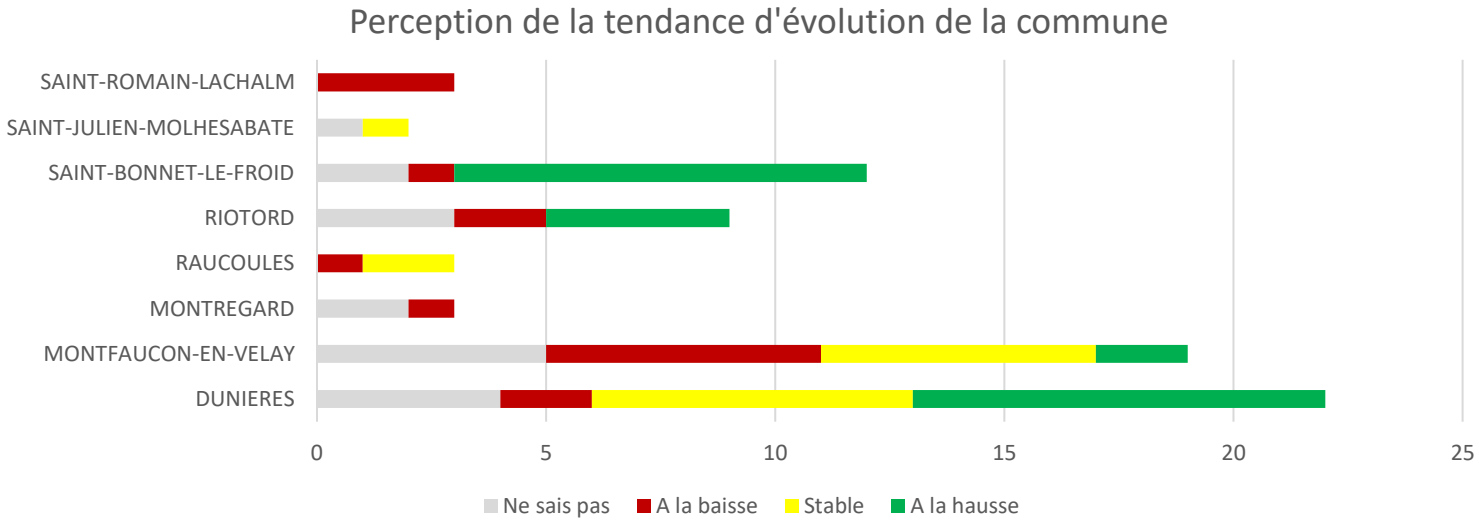
Vente / transformation de produits locaux



Proportion de clientèle de particuliers

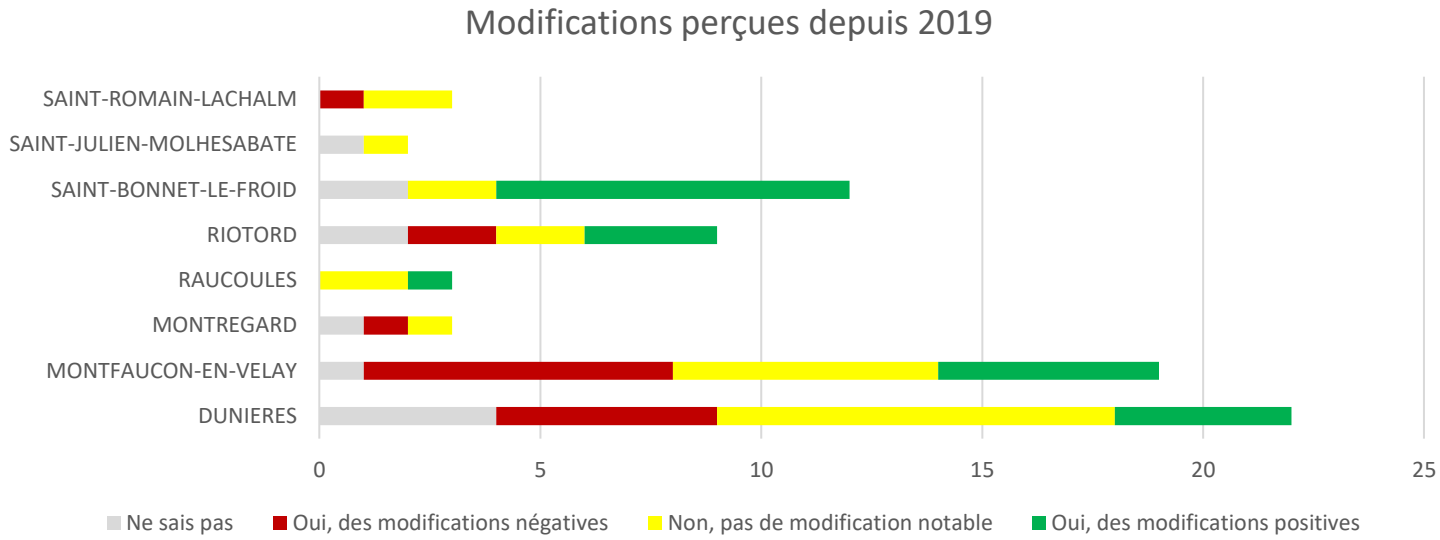






La perception de la tendance d'évolution de la commune d'implantation, par les commerçants qui y sont implantés, est très variable: elle est clairement négative sur Montfaucon et Saint Romain, alors qu'elle est nettement positive pour Saint Bonnet le Froid, Dunières et Riotord.

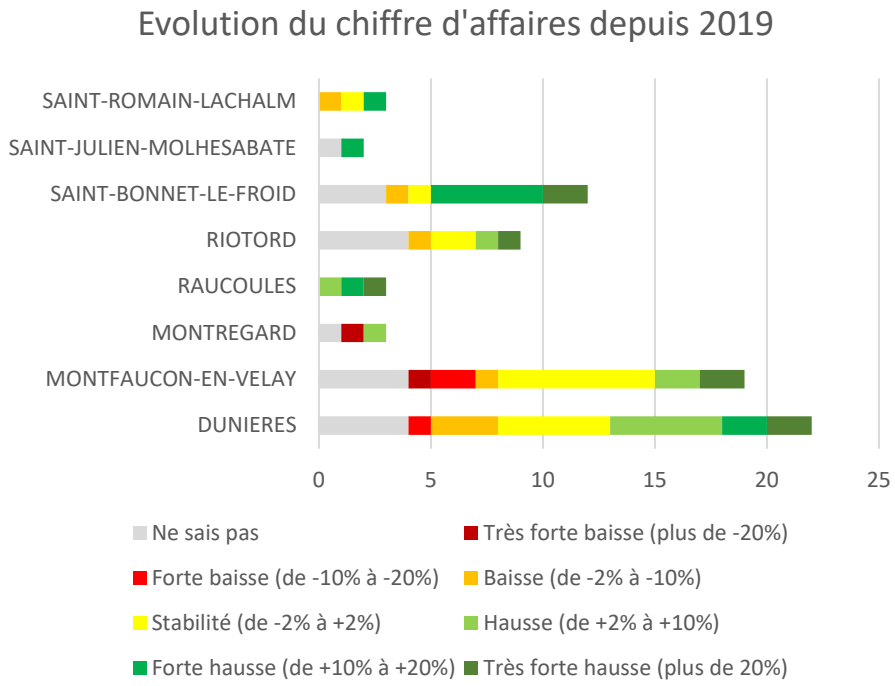
De manière transversale au niveau du territoire, on note que les commerçants sont beaucoup plus positifs dans leur vision de la situation locale pour l'alimentaire et l'équipement de la personne (essentiellement sur Dunières pour cette catégorie). La vision est très contrastée pour les professionnels de la restauration, de l'hygiène santé beauté et du groupe culture loisirs.

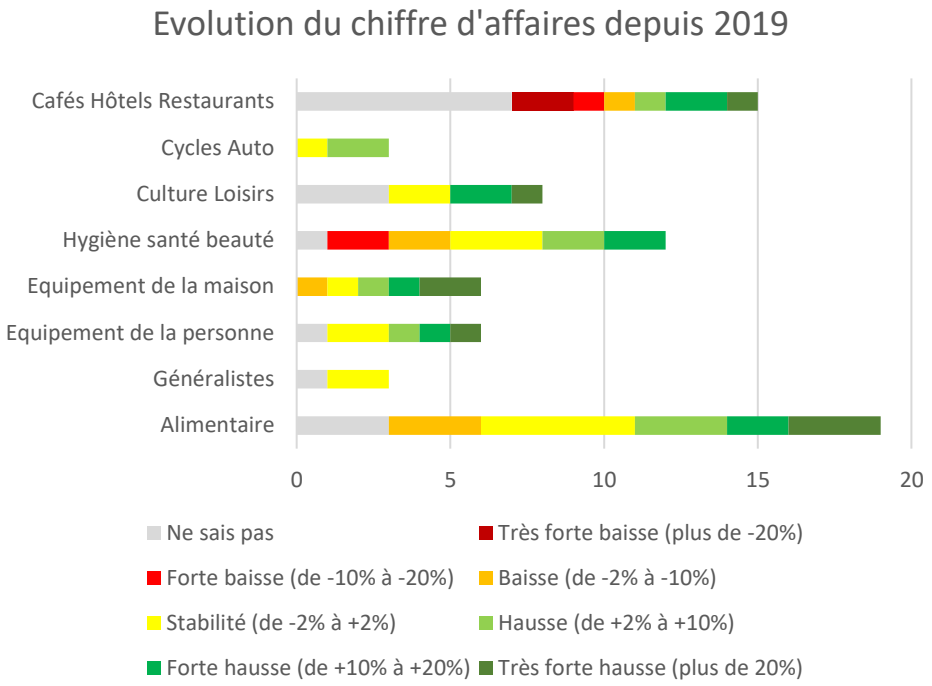


La perception de modifications depuis 2019 est encore plus marquée:

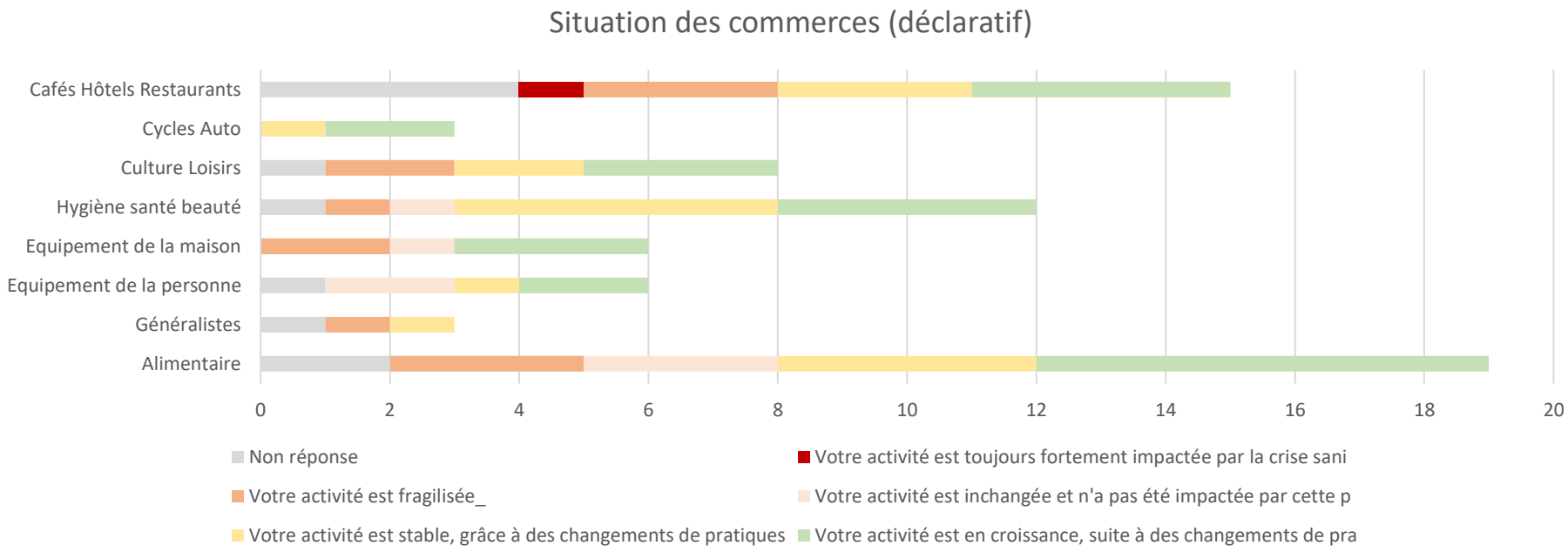
Très négative sur Montfaucon, très positive sur Saint Bonnet, et relativement neutre pour Riotord et Dunières.

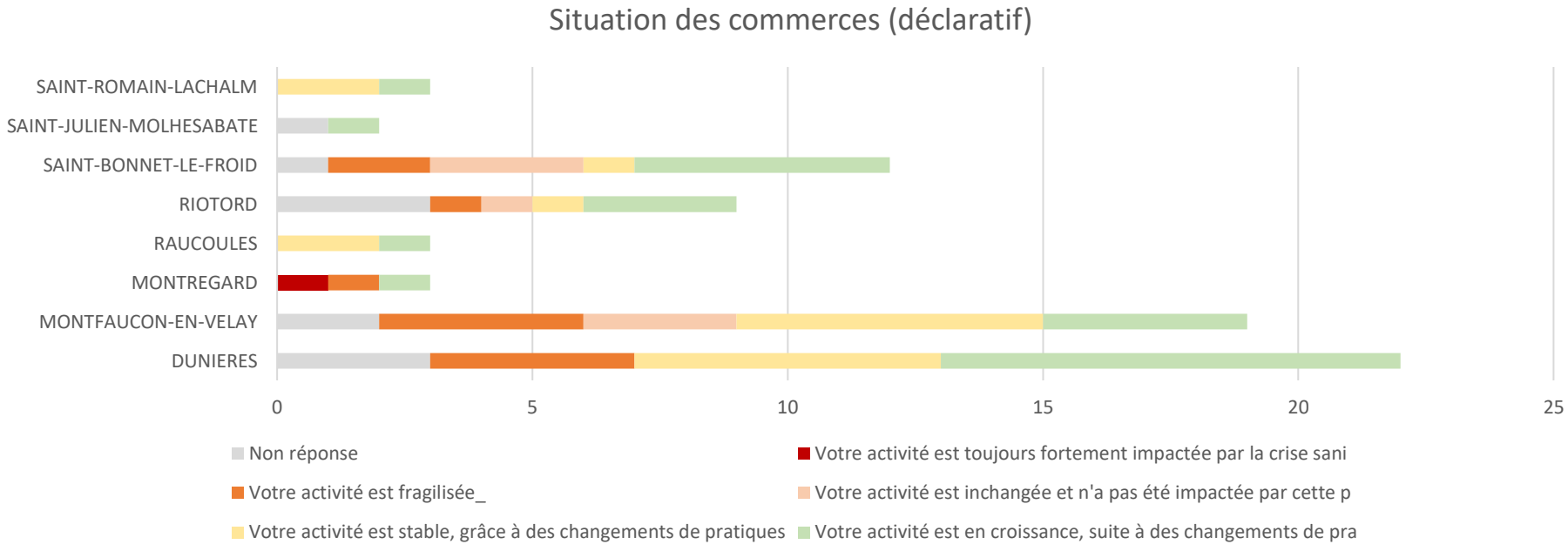
3.7. SITUATION DES COMMERCANTS LOCAUX



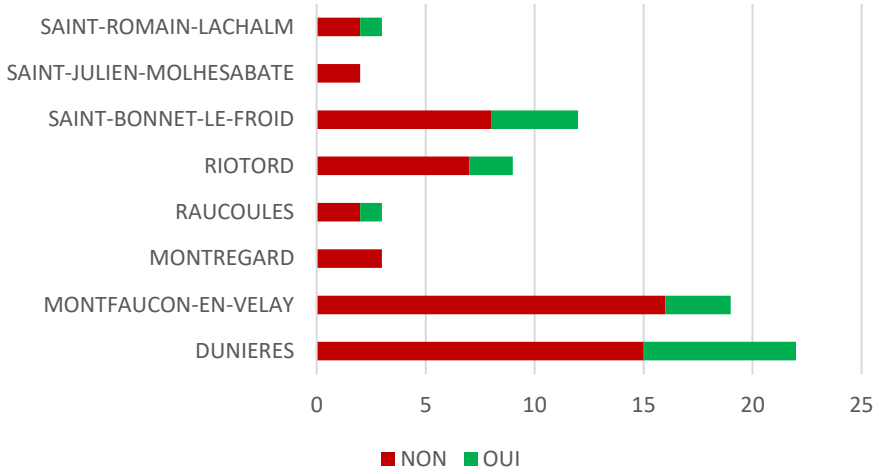


L'évolution des chiffres d'affaires est usuellement très contrastée en fonction des établissements. On note sur le territoire une tendance globale assez positive (39% des commerces répondant en croissance de chiffre d'affaires), avec une faible proportion d'établissements en baisse (moins de 17%). Attention néanmoins, un petit quart des commerçants interrogés n'a pas répondu à cette question (« ne sais pas »), sachant que 15% sont implantés depuis moins de 2 ans.

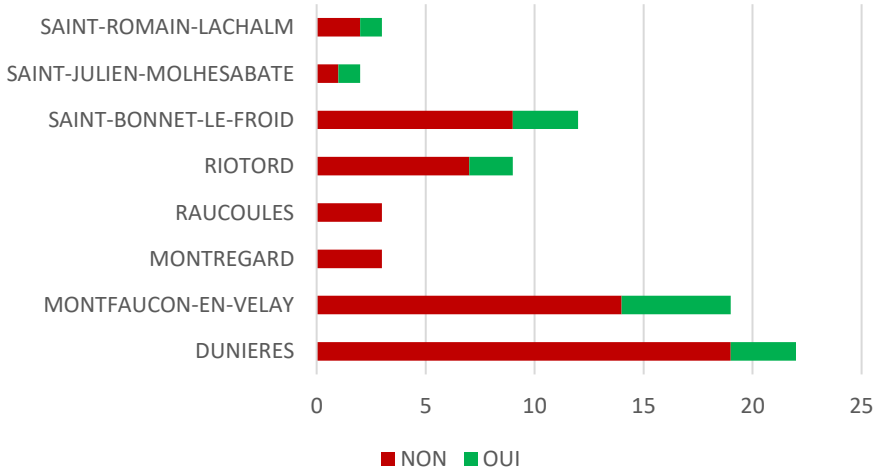

Situation des commerces (déclaratif)
Cafés Hôtels Restaurants
Cycles Auto
Culture Loisirs
Hygiène santé beauté
Equipement de la maison
Equipement de la personne
Généralistes
Alimentaire
0
2
4
6
8
10
12
14
16
18
20
Non réponse
Votre activité est toujours fortement impactée par la crise sani
Votre activité est fragilisée_
Votre activité est inchangée et n'a pas été impactée par cette p
Votre activité est stable, grâce à des changements de pratiques
Votre activité est en croissance, suite à des changements de pra


Situation des commerces (déclaratif)
SAINT-ROMAIN-LACHALM
SAINT-JULIEN-MOLHESABATE
SAINT-BONNET-LE-FROID
RIOTORD
RAUCOULES
MONTREGARD
MONTFAUCON-EN-VELAY
DUNIERES
0
5
10
15
20
25
Non réponse
Votre activité est toujours fortement impactée par la crise sani
Votre activité est fragilisée_
Votre activité est inchangée et n'a pas été impactée par cette p
Votre activité est stable, grâce à des changements de pratiques
Votre activité est en croissance, suite à des changements de pra

Recours au PGE



Aides demandées et obtenues

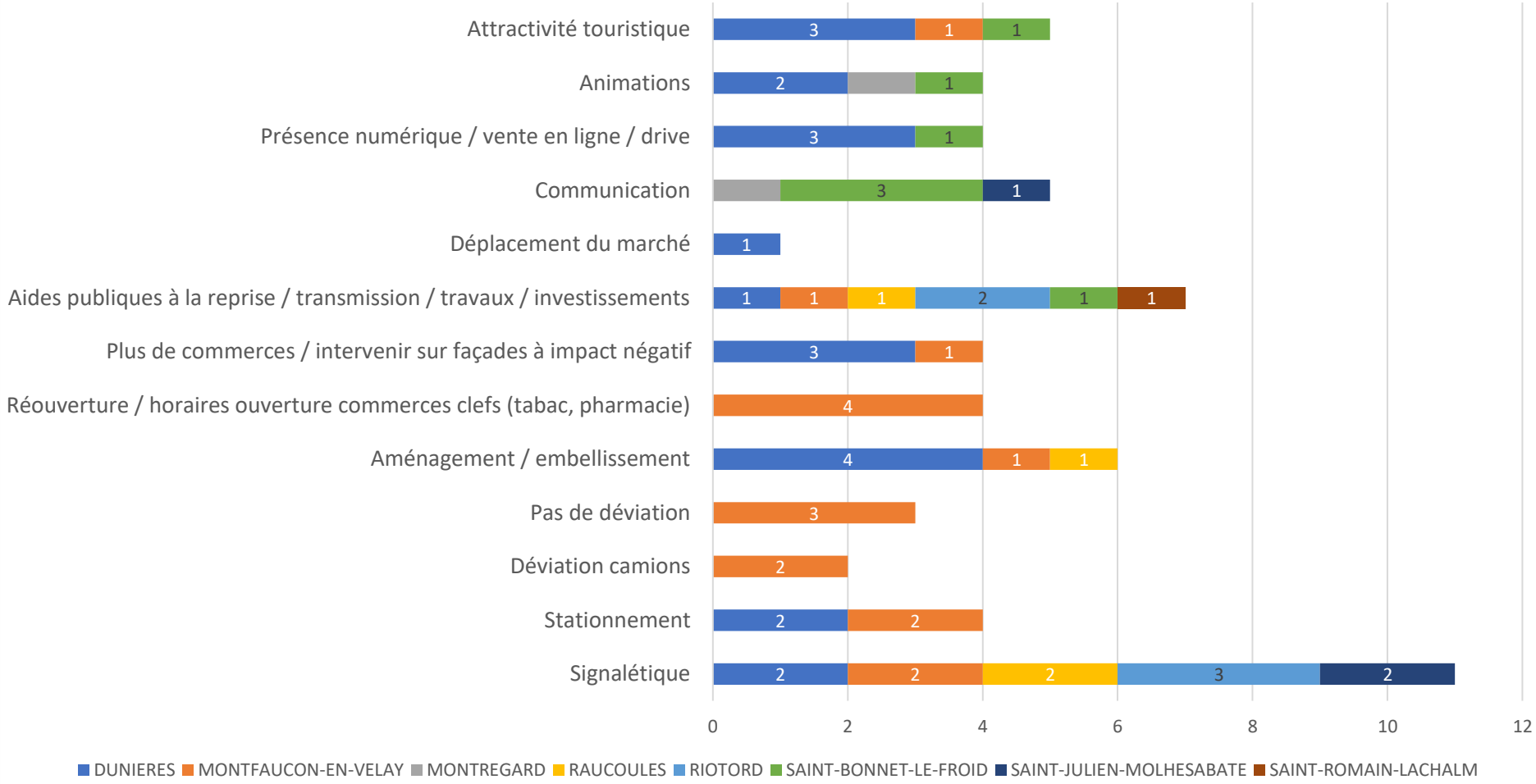


Globalement, 40% des commerces ayant répondu nous ont indiqué une activité en croissance, 40% une activité stable ou inchangée, et 21% (seulement) ont mentionné une situation de fragilité.

Ce constat global ne cache pas d'écarts très forts entre les communes ou entre les activités.

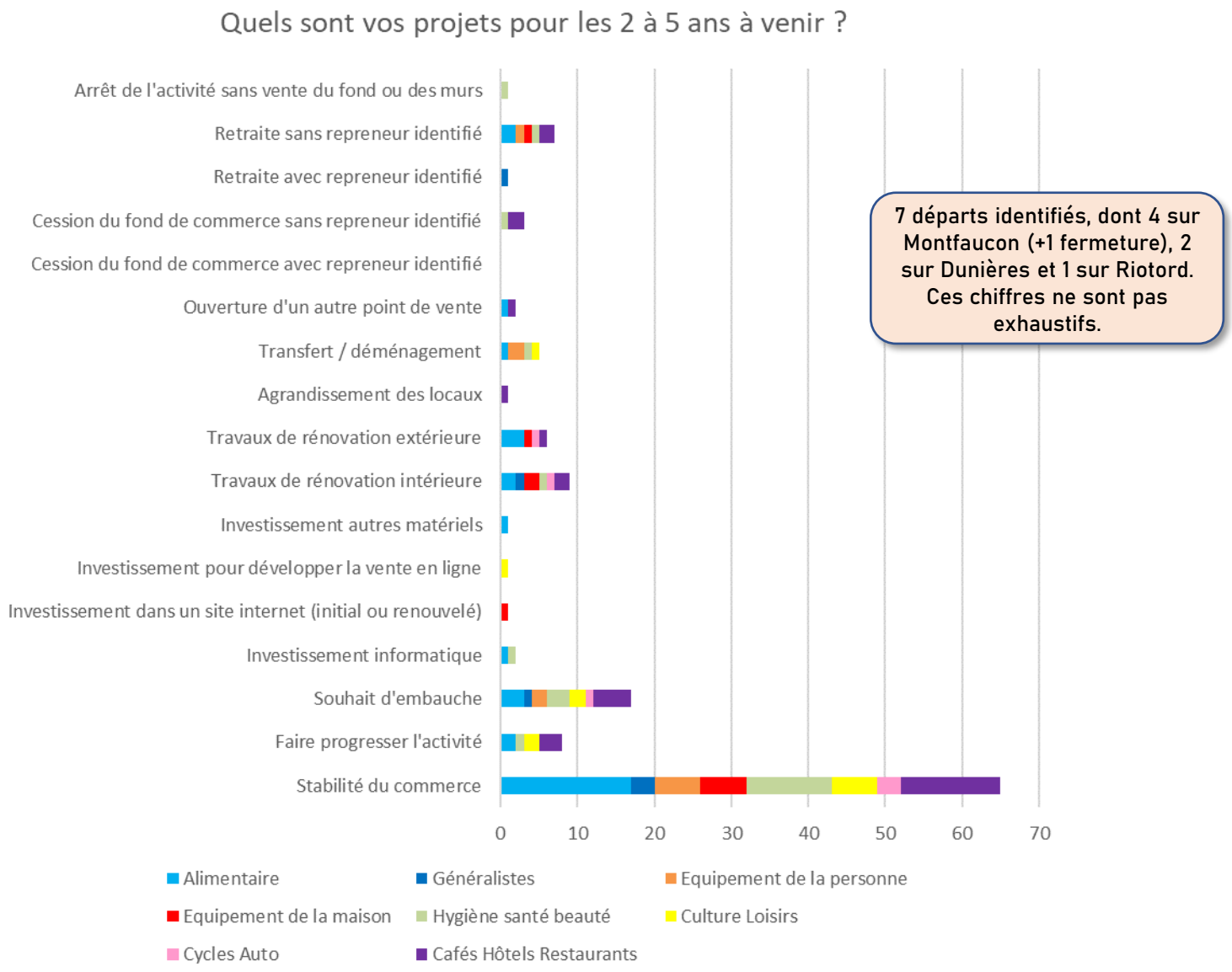
Le faible recours au PGE et autres aides, combiné à la dynamique des activités, est assez encourageant.

Actions souhaitées par les commerçants (à partir de réponses spontanées)



Les commerçants interrogés expriment assez peu de souhaits d'actions. Ceux-ci sont très différenciés en fonction des communes.

3.8. PROJETS DES COMMERCANTS LOCAUX

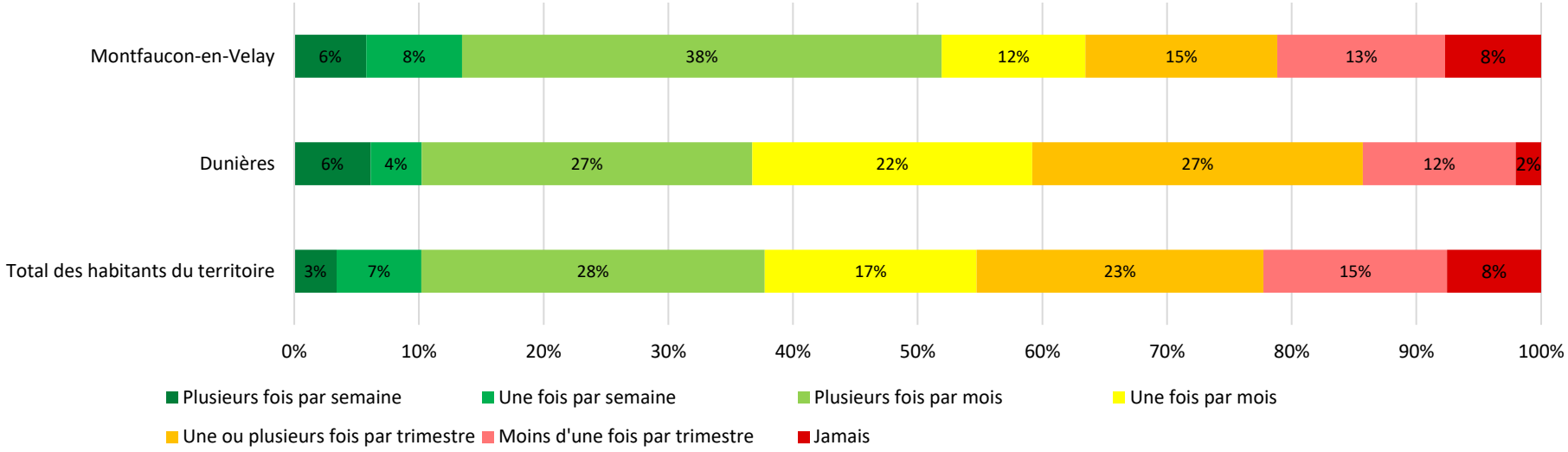


7 départs identifiés, dont 4 sur Montfaucon (+1 fermeture), 2 sur Dunières et 1 sur Riotord. Ces chiffres ne sont pas exhaustifs.

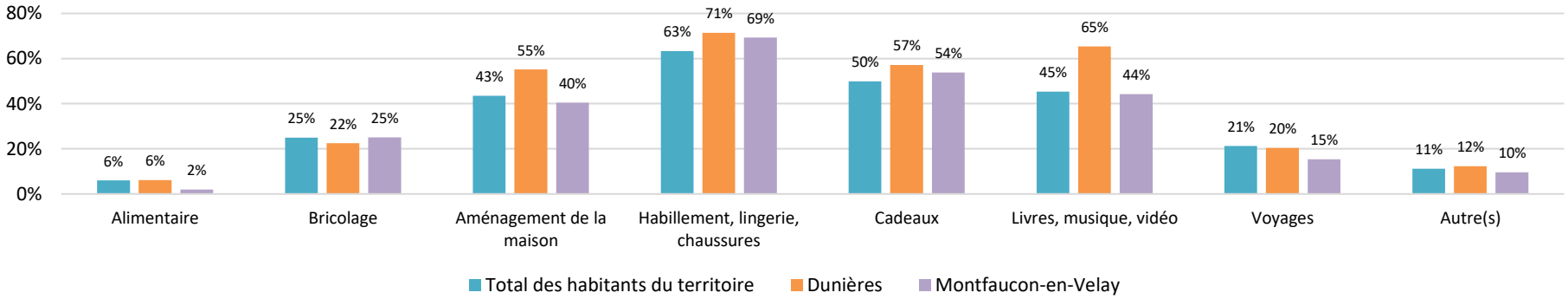
4. PRATIQUES ET VISIBILITE NUMERIQUES

4.1. PRATIQUES NUMERIQUES SUR LE TERRITOIRE

A quelle fréquence réalisez-vous des achats en e-commerce / sur internet ?



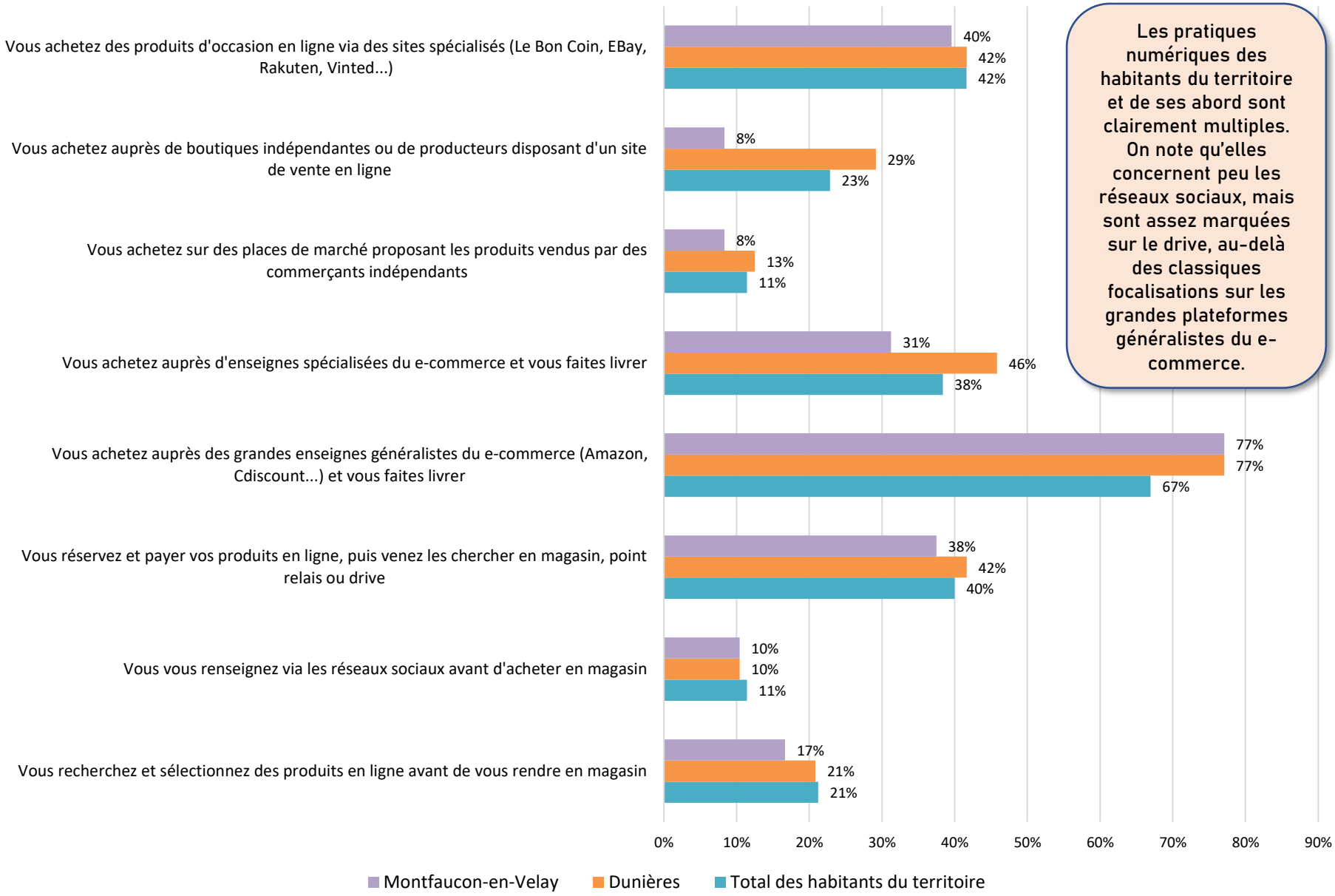
Quels types d'achats réalisez-vous sur internet ?



S'agissant d'une enquête digitale, les consommations sur internet sont surévaluées de l'offre de 10 points. On note surtout une fréquence d'achats qui démontre qu'internet est devenu un lieu d'achat comme les autres, avec des achats très diversifiés, mais concernant très peu l'alimentaire.

Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

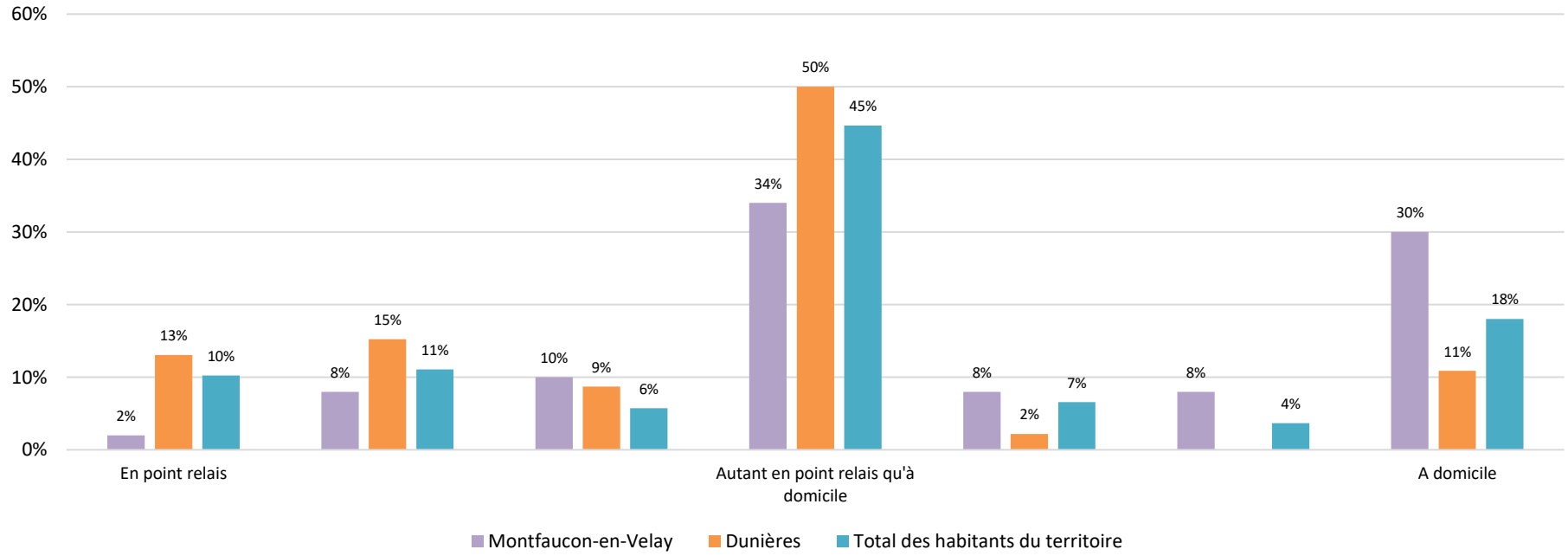
Quelles sont vos pratiques numériques en termes d'achats ?



Les pratiques numériques des habitants du territoire et de ses abord sont clairement multiples. On note qu'elles concernent peu les réseaux sociaux, mais sont assez marquées sur le drive, au-delà des classiques focalisations sur les grandes plateformes généralistes du e-commerce.

Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

Lorsque vous vous faites livrer, c'est plutôt :

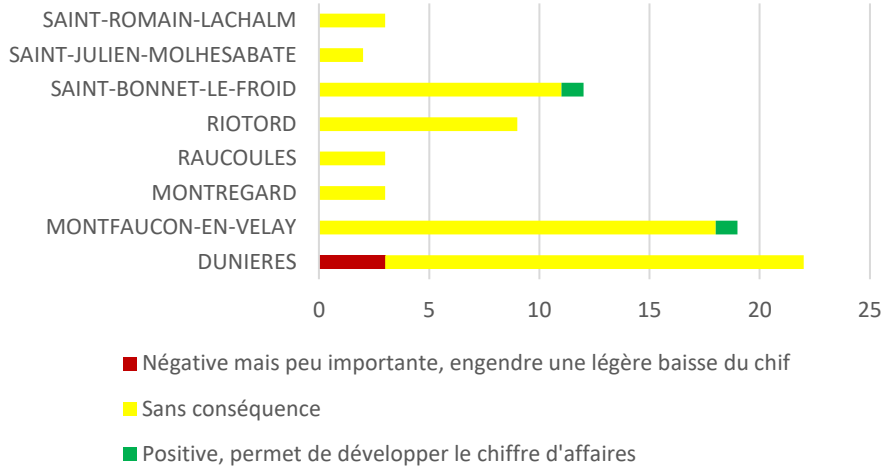


Les pratiques en termes de livraison sont classiquement multiples, mais montrent des tendances différenciées en fonction du lieu d'habitat. La livraison à domicile n'est pas utilisée comme mode dominant, mais bien plutôt les points relais.

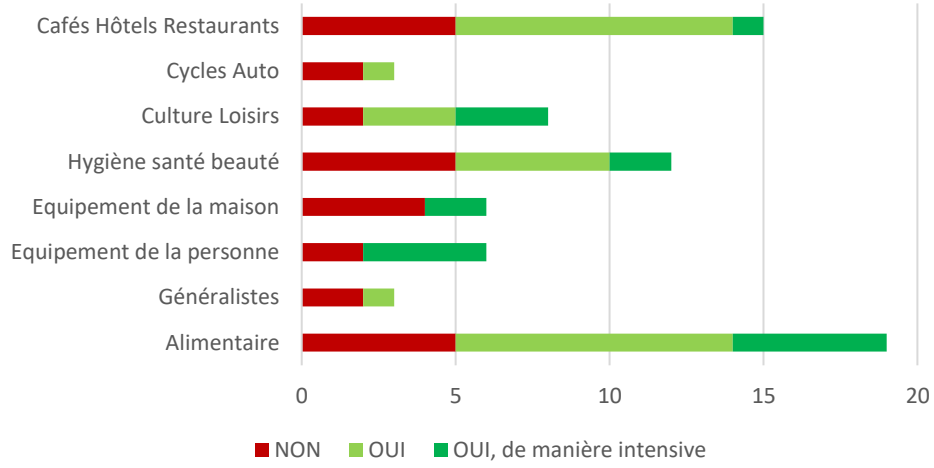
Source: enquête digitale – échelle Pays de Montfaucon

4.2. PERCEPTION DES COMMERCANTS PAR RAPPORT AU DEVELOPPEMENT DU E-COMMERCE

Conséquences du développement de la VAD

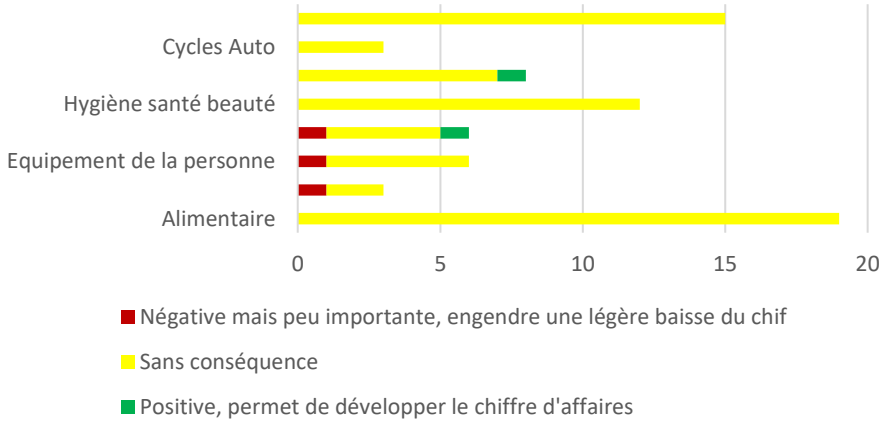


Utilisation des réseaux sociaux

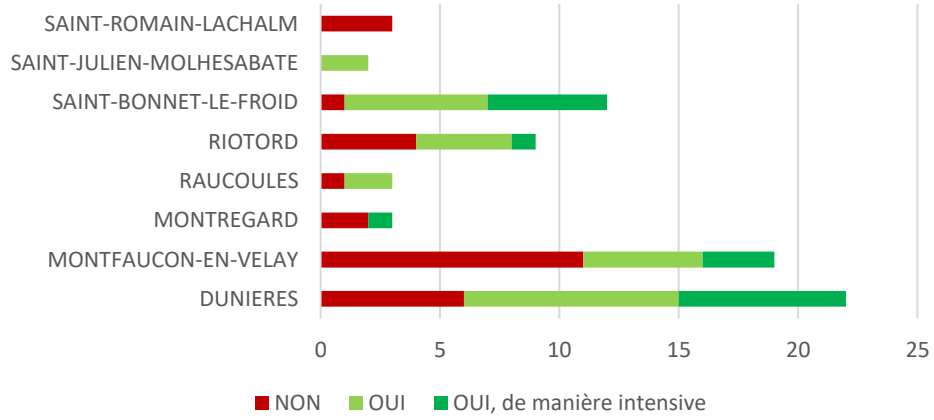


Les commerçants du territoire se sentent très peu concernés par le développement de la Vente A Distance, dans ses différentes formes. Par contre, ils sont une nette majorité à utiliser les réseaux sociaux comme vecteur de communication.

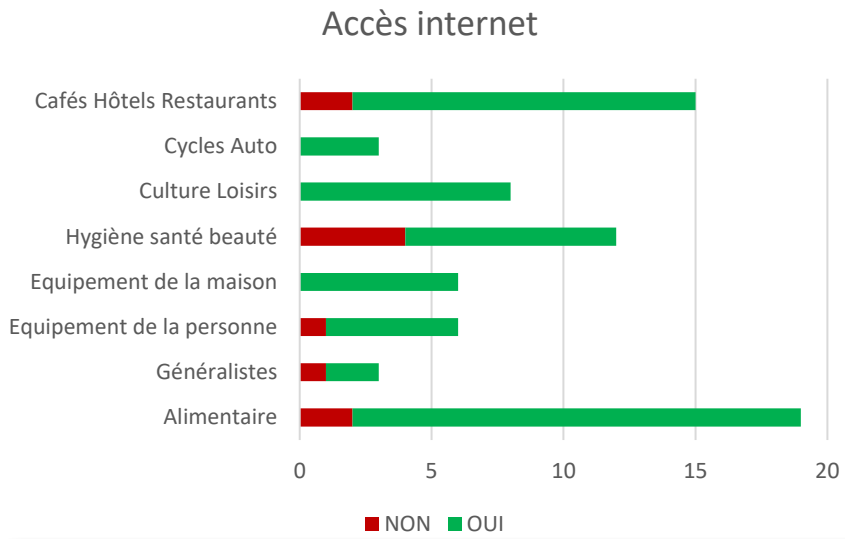
Conséquences du développement de la VAD

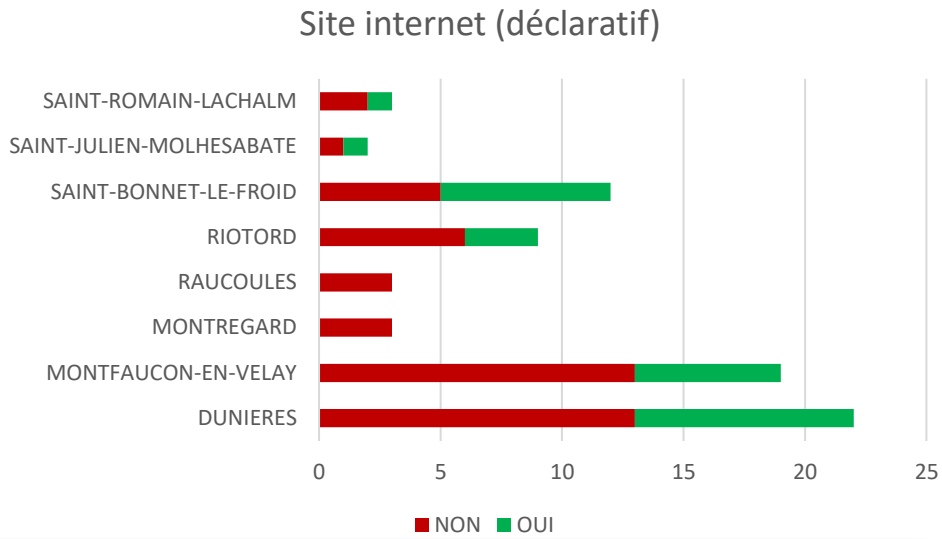


Utilisation des réseaux sociaux

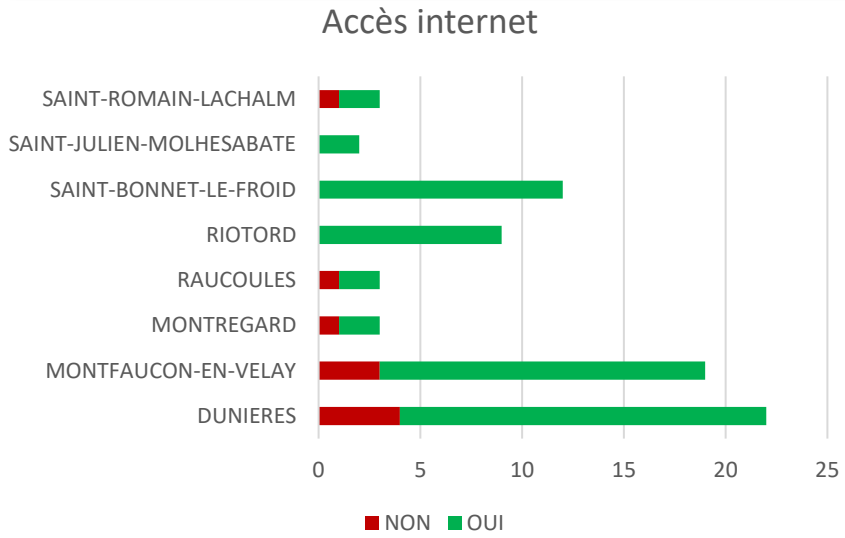


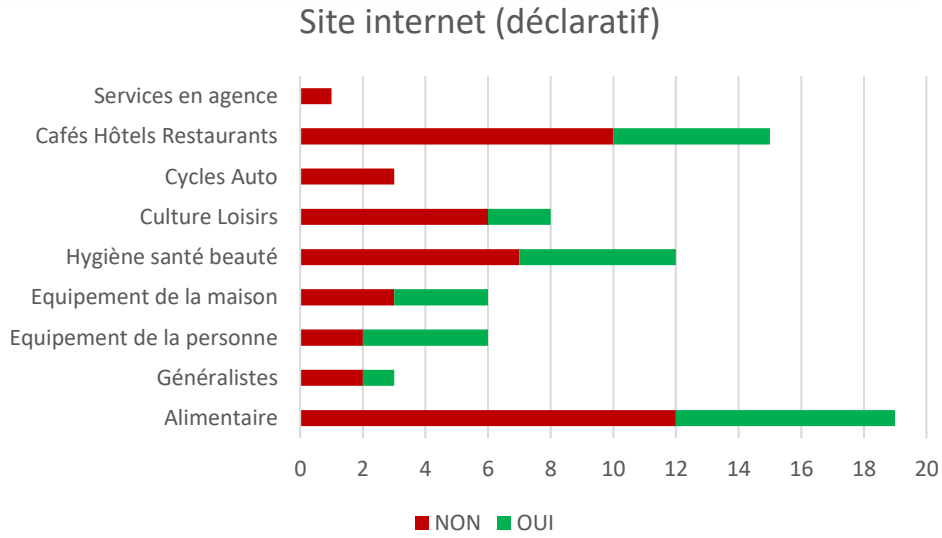
Source: enquête par téléphone auprès des commerçants





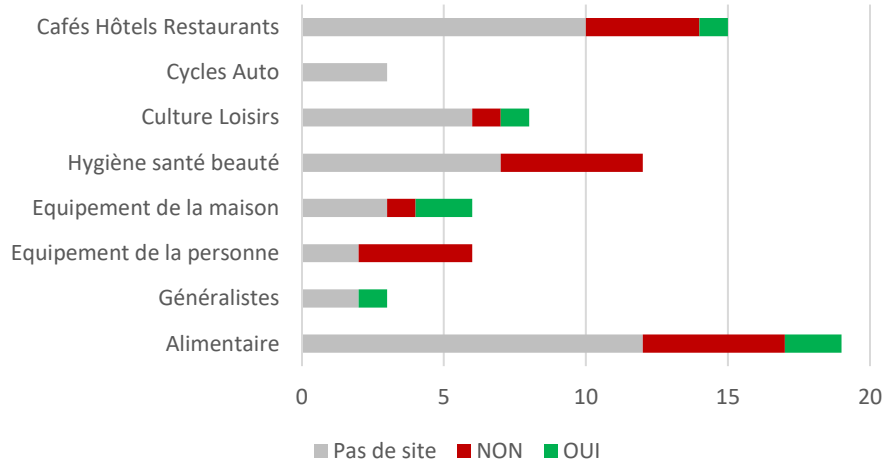
Une minorité est par contre doté d'un site internet, y compris pour des activités comme les cafés hôtels restaurants.



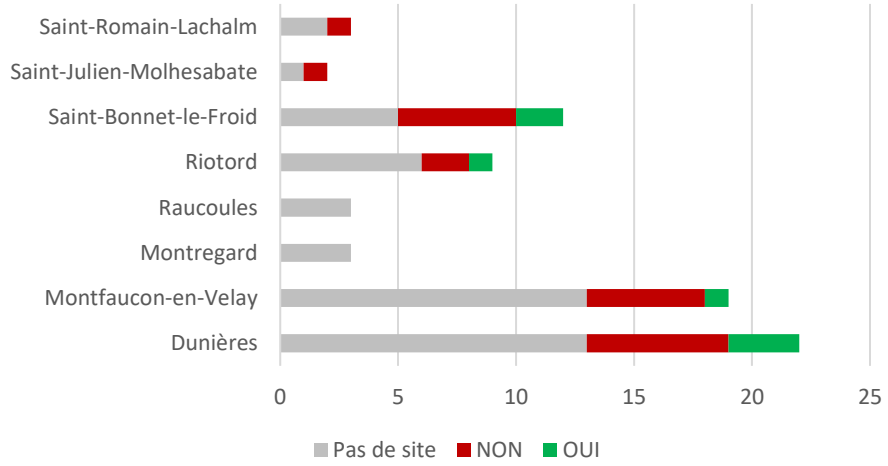


Source: enquête par téléphone auprès des commerçants

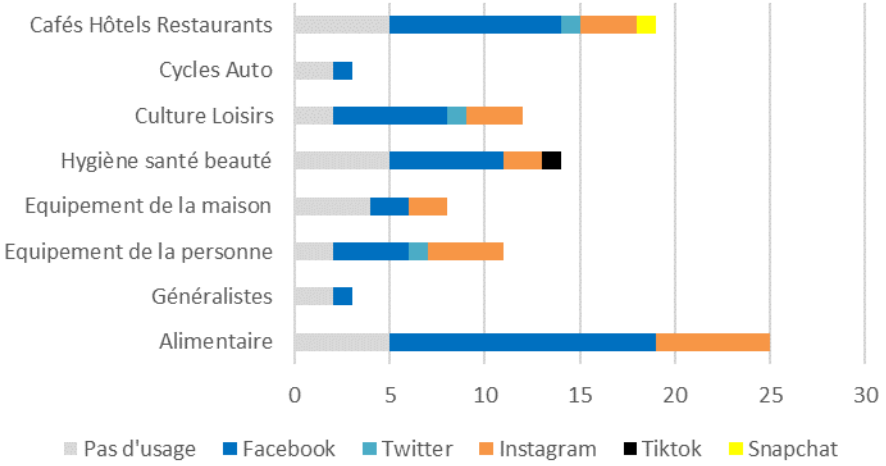
Site permettant la vente en ligne (déclaratif)



Site permettant la vente en ligne (déclaratif)

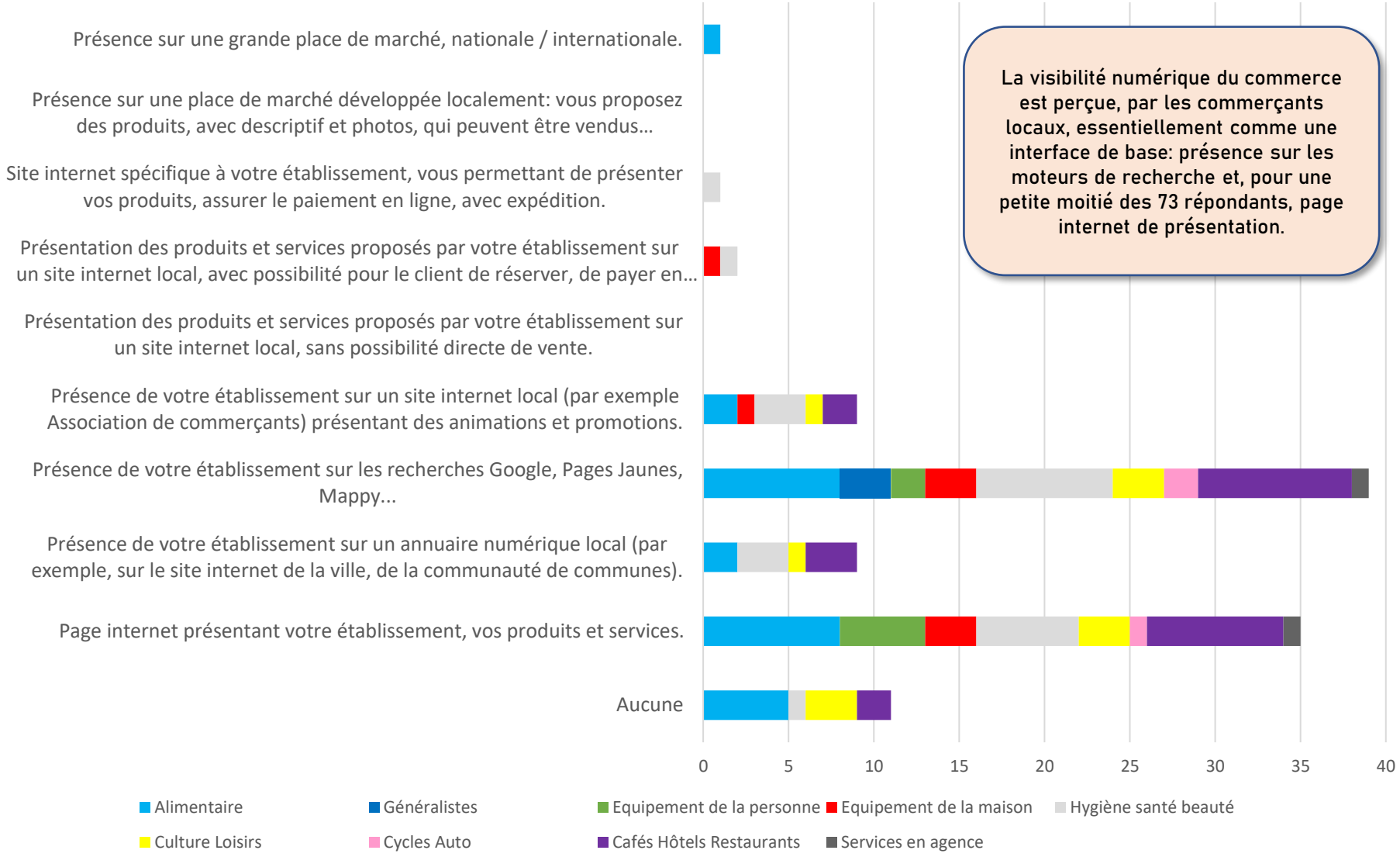


Réseaux sociaux utilisés par les commerçants



Source: enquête par téléphone auprès des commerçants

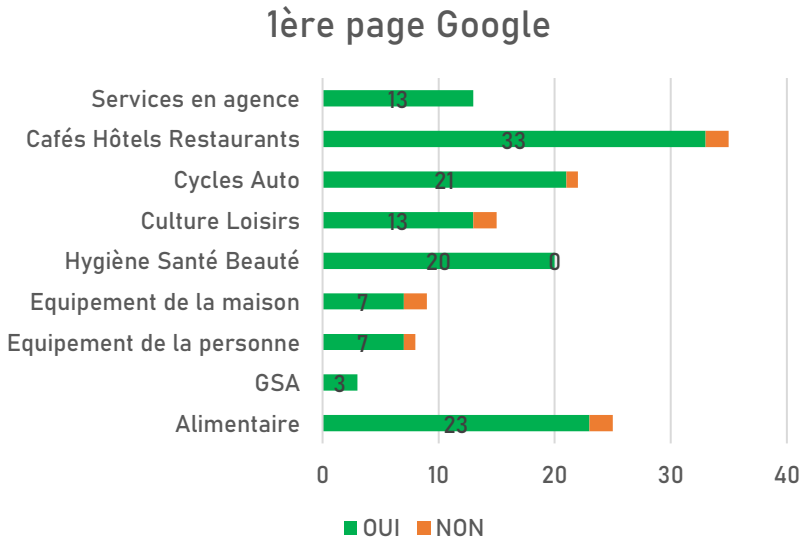
Solution semblant la plus adaptée aux commerçants interrogés

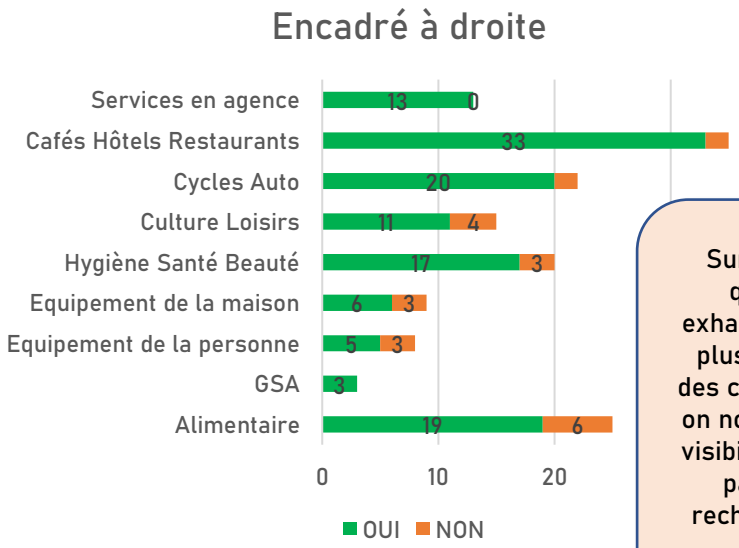


La visibilité numérique du commerce est perçue, par les commerçants locaux, essentiellement comme une interface de base: présence sur les moteurs de recherche et, pour une petite moitié des 73 répondants, page internet de présentation.

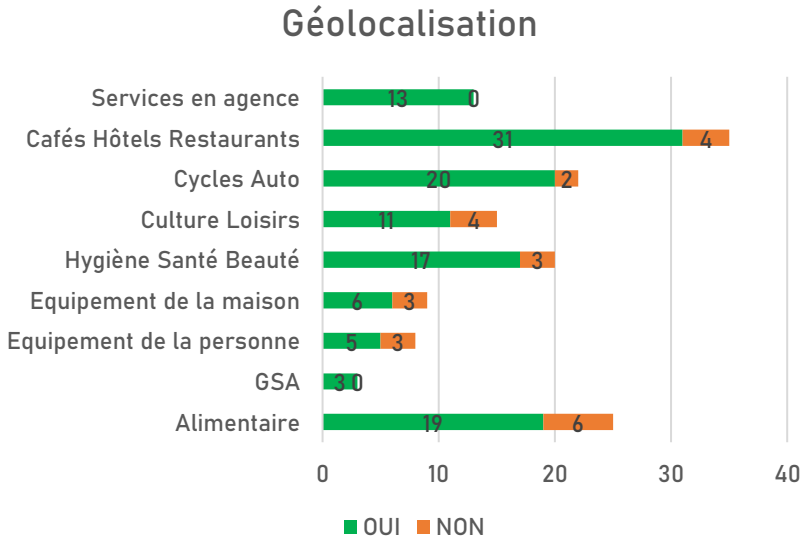
Source: enquête par téléphone auprès des commerçants

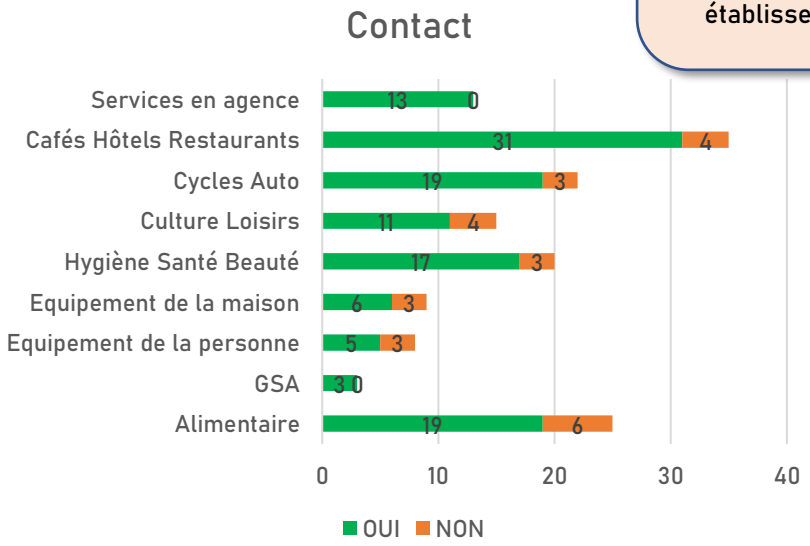
4.3. « NOTORIETE NUMERIQUE DES COMMERCES »: PRESENCE SUR GOOGLE – 153 TESTS REALISES





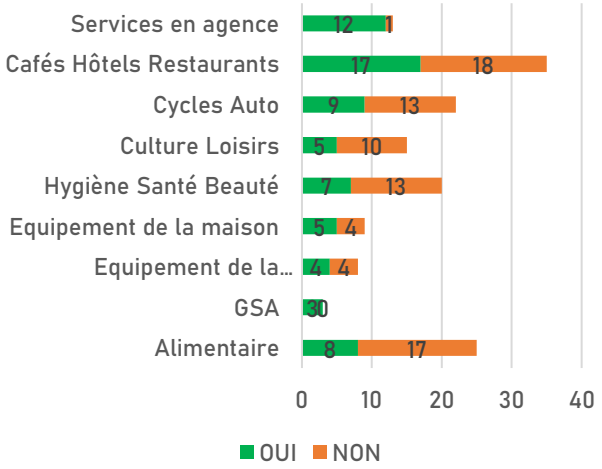
Sur une vision quasiment exhaustive (et non plus déclarative des commerçants), on note une bonne visibilité de base à partir d'une recherche ciblée sur un établissement.



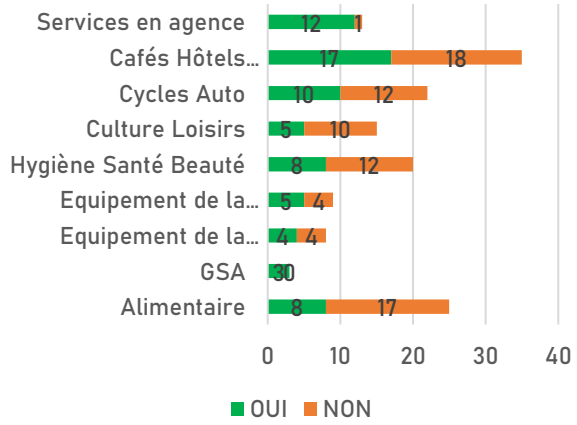


Source: Pivadis – en nombre d'établissements

Renvoi site Web

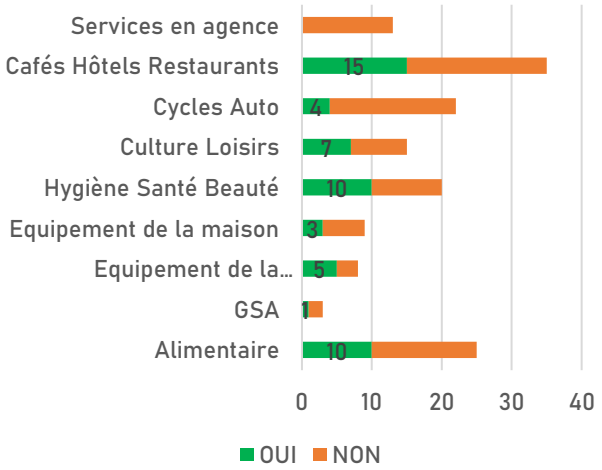


Site Web accessible directement

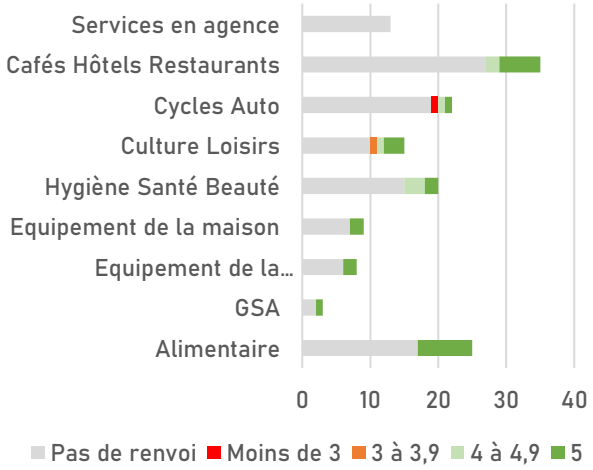


58 des 153 ets testés présentent un renvoi de type site web à partir de la recherche google. 55 bénéficient de renvois vers facebook. Les notes obtenues y sont très positives, à de très rares exceptions, mais le nombre d'avis reste extrêmement limité.

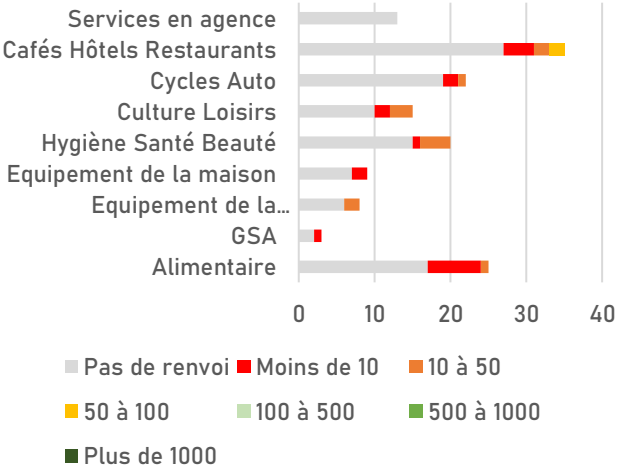
Renvoi Facebook



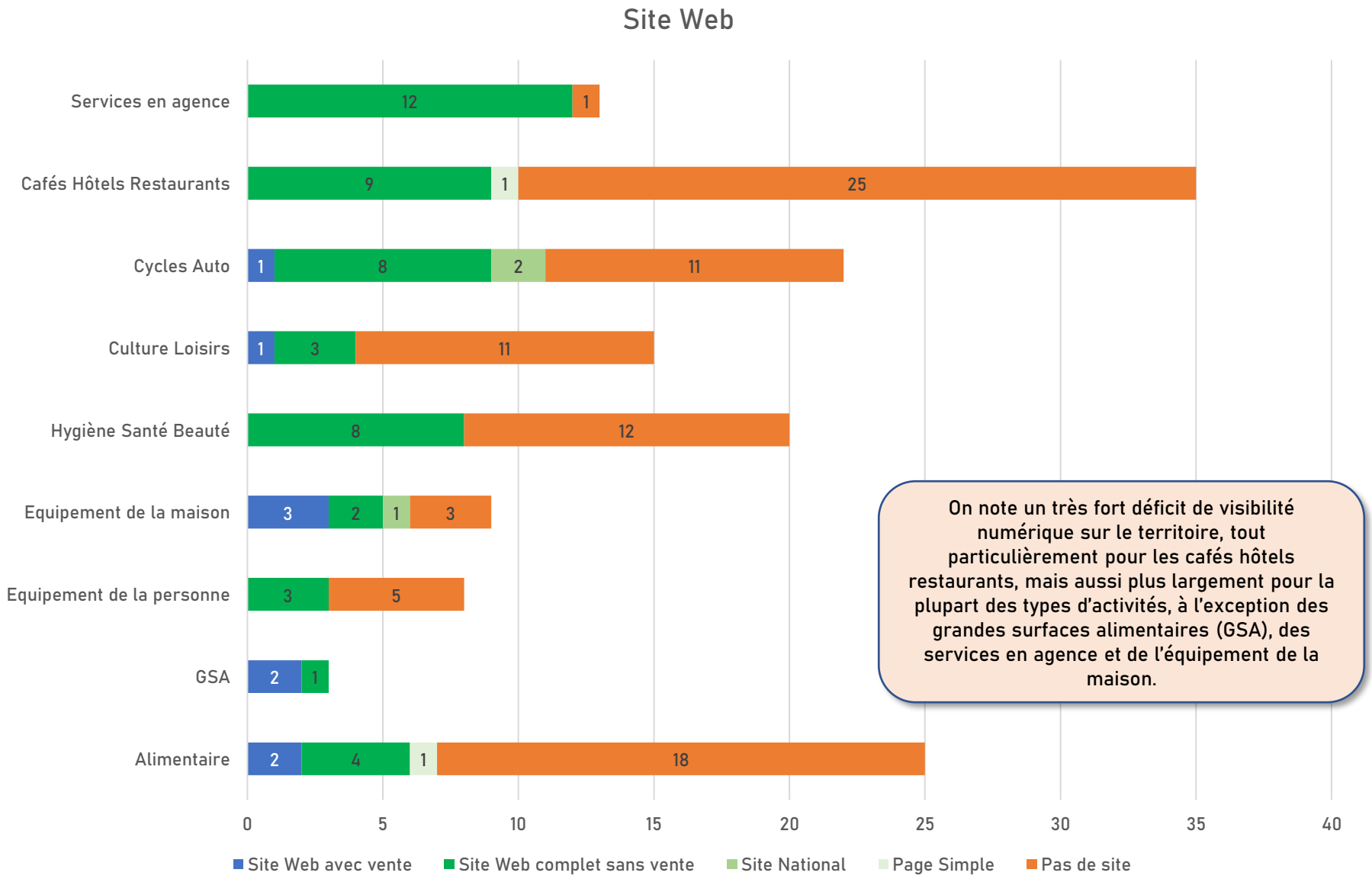
Note Facebook



Nb d'avis Facebook



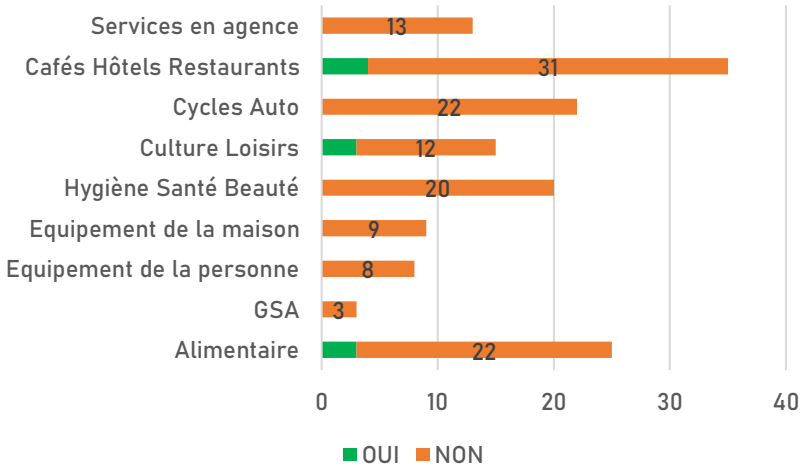
Source: Pivadis – en nombre d'établissements



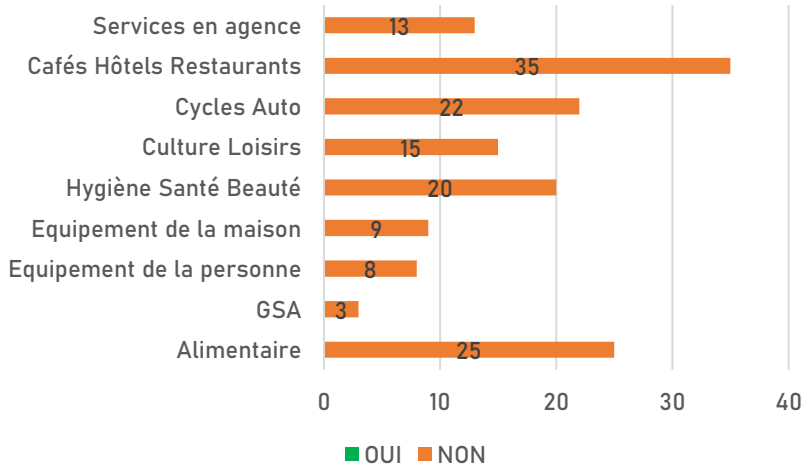
On note un très fort déficit de visibilité numérique sur le territoire, tout particulièrement pour les cafés hôtels restaurants, mais aussi plus largement pour la plupart des types d'activités, à l'exception des grandes surfaces alimentaires (GSA), des services en agence et de l'équipement de la maison.

Source: Pivadis – en nombre d'établissements

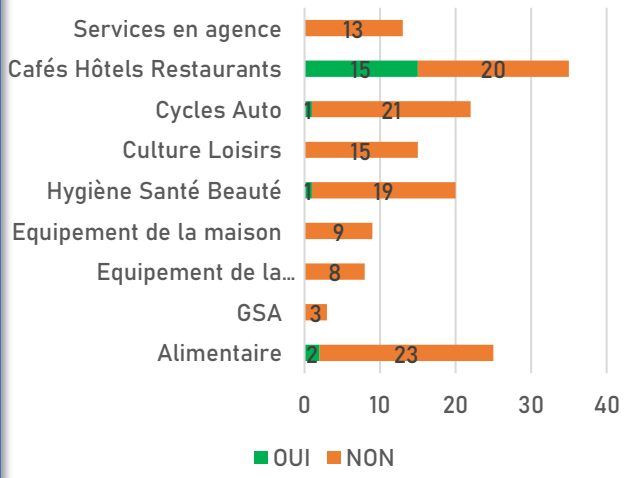
Renvoi place de marché



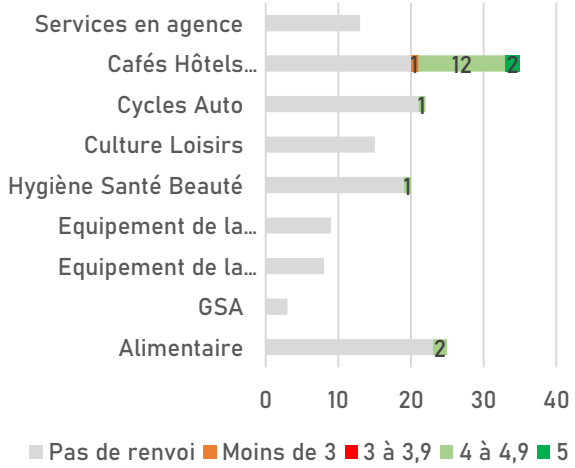
Renvoi Booking



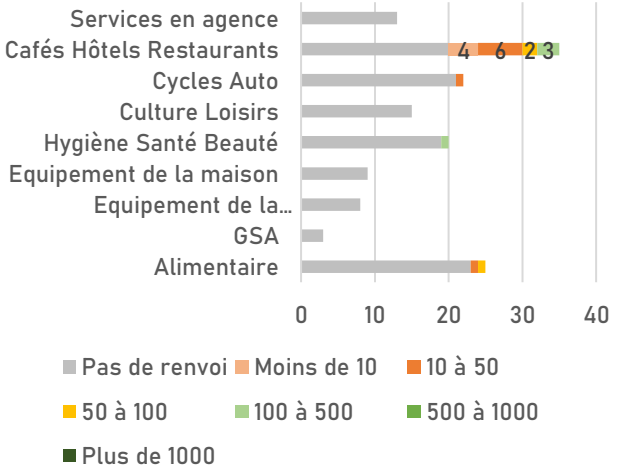
Renvoi tripadvisor



Note Tripadvisor

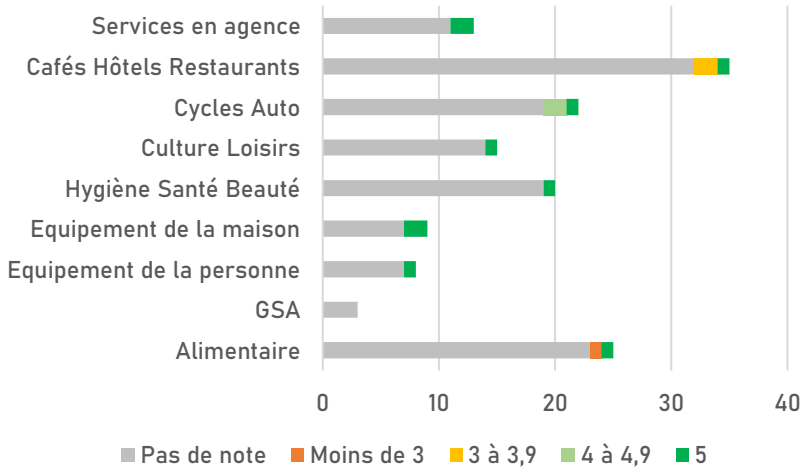


Nb d'avis Tripadvisor



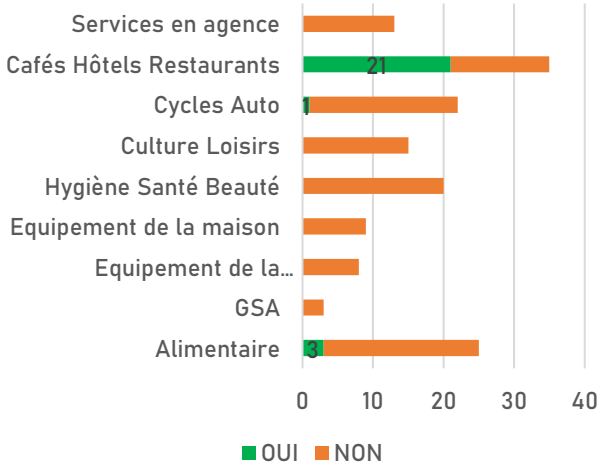
Source: Pivadis – en nombre d'établissements

Note Pages Jaunes

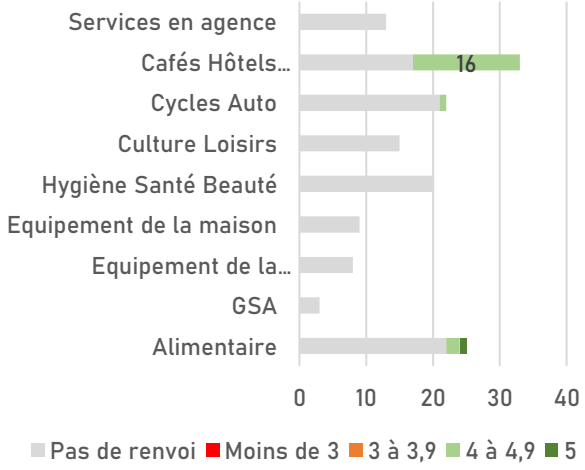


La présence sur les sites « prescripteurs » est aussi limitée pour les activités concernées (notamment cafés hôtels restaurants).

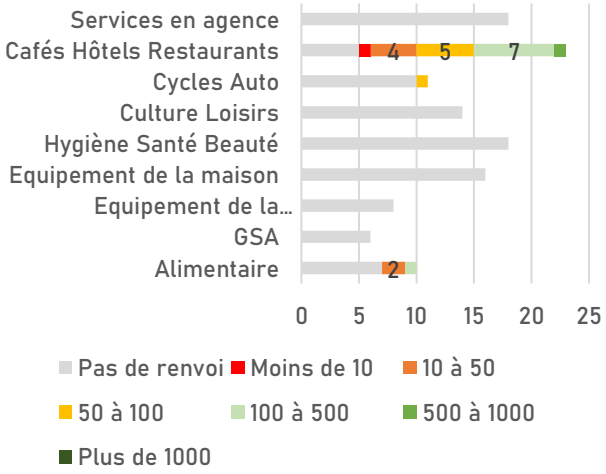
Renvoi Restaurantguru



Note RestaurantGuru

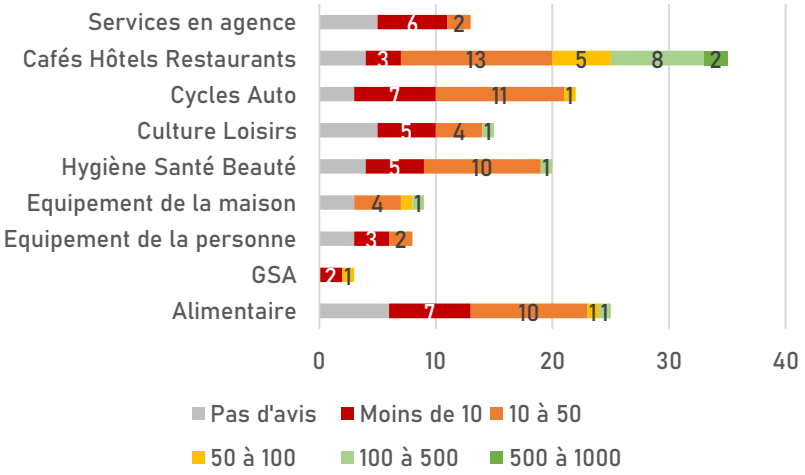


Nb d'avis RestaurantGuru

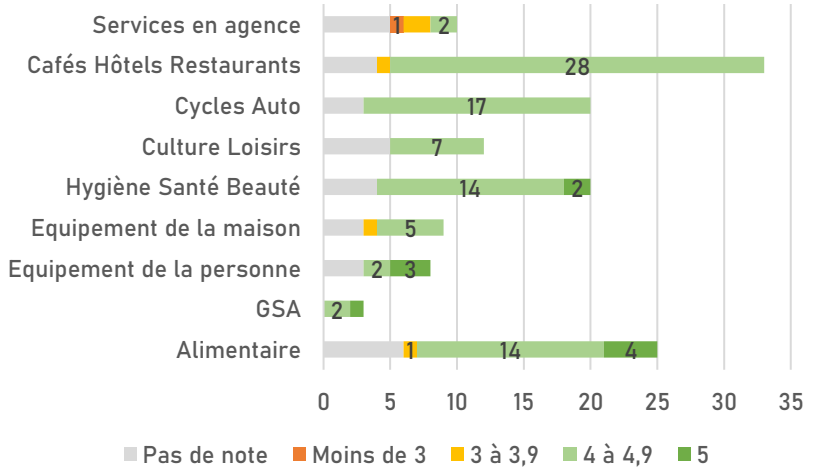


Source: Pivadis – en nombre d'établissements

Nb d'avis Google



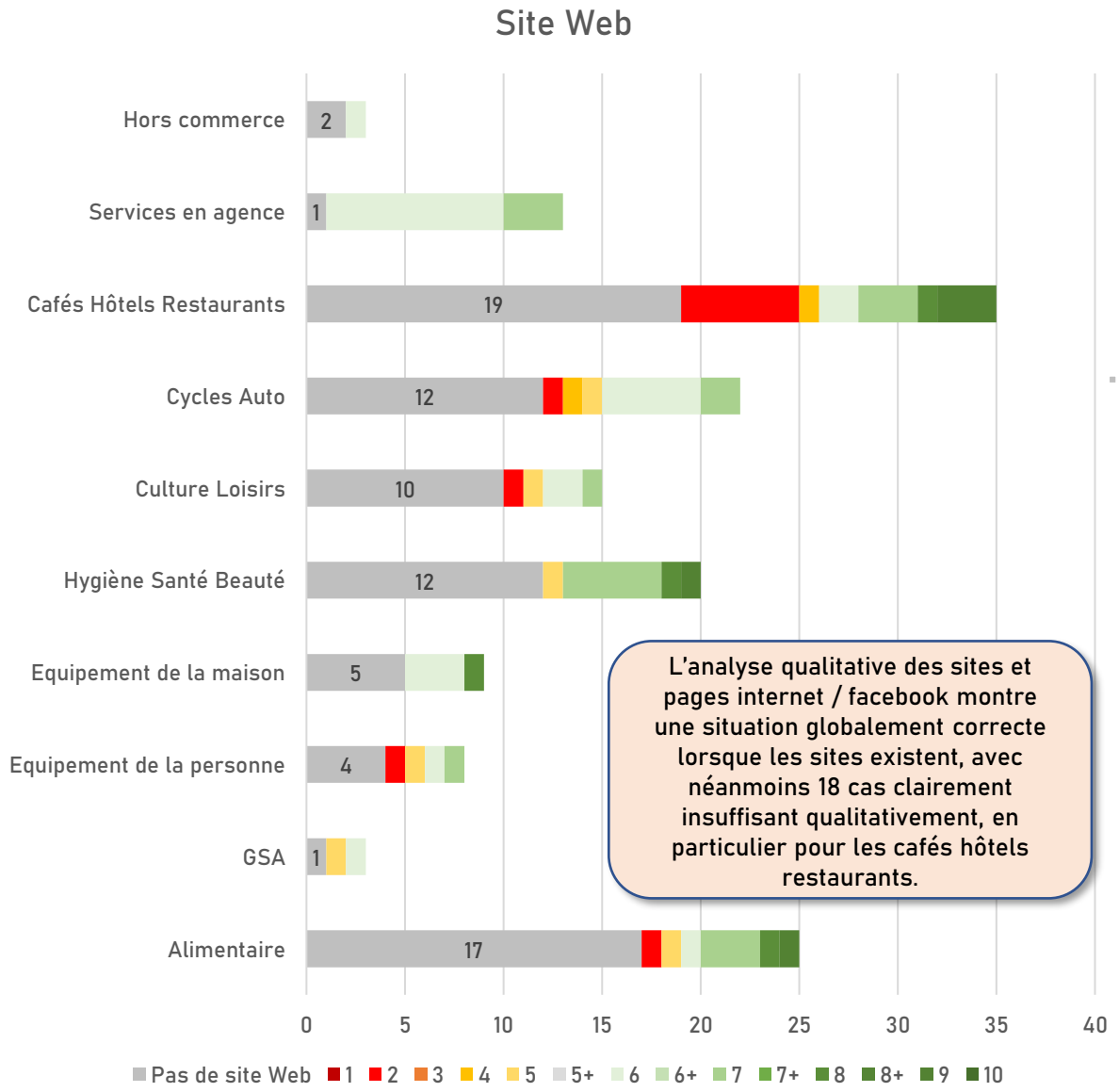
Note Google



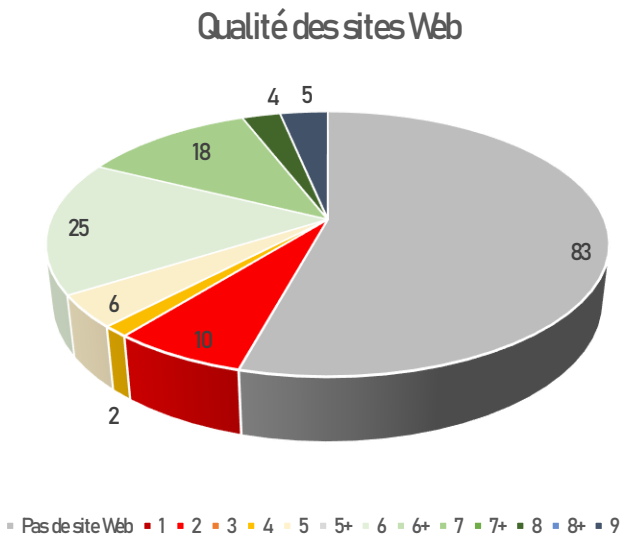
Les notes obtenues sur Google concernent environ les ¾ des établissements. Elles sont bonnes dans la plupart des cas, mais le nombre d'avis reste trop limité pour avoir un réel impact de recommandation.

Source: Pivadis – en nombre d'établissements

4.4. QUALITE DES VITRINES COMMERCIALES NUMERIQUES



L'analyse qualitative des sites et pages internet / facebook montre une situation globalement correcte lorsque les sites existent, avec néanmoins 18 cas clairement insuffisant qualitativement, en particulier pour les cafés hôtels restaurants.



La notation	La notation de chaque page internet est basée sur les critères exposés ci-contre mais reste dans l'ensemble subjective.
Critère n°1 : Qualité de mise en page	Ce critère traite de la gestion des différentes informations présentes sur la page par le site. Y est accomodé formes, couleurs, images, police d'écriture et tout autre aspect pouvant altérer l'optimisation des contenus. On évalue ici l'aspect pratique de ces indicateurs.
Critère n°2 : Qualité visuelle globale	Ce critère traite du rendu visuel que propose le site. Les mêmes indicateurs que le critère n°1 sont exploités mais la lecture qu'on en fait est différente, on évalue ici l'attrait de l'ensemble d'entre eux.
Critère n°3 : Lisibilité des informations	Ce critère traite du niveau de facilité que l'on va avoir à acquérir une information sur la page. Pour cela l'espacement et le sectionnement des contenues est pris en compte ainsi que les autres indicateurs évoqués dans les précédents critères.
Critère n°4 : Personnalisation du site	Ce critère traite du niveau d'unicité que va faire valoir le site. Deux principaux facteurs sont ici pris en compte : le fond et la forme alliant tout à eux deux tous les indicateurs jusqu'alors étudiés.

EXPLICATION DE LA NOTATION

Note	Conditions générales	Qualité de mise en page	Qualité visuelle globale	Lisibilité des informations	Personnalisation du site
1	Le site est innacessible (erreur, fermé, en maintenance …) ; présente un risque de virus ou un virus ; ne correspond pas au site annoncé.	/	/	/	/
2	Le renvoi web nous amène sur une page facebook, instagram… ne constituant donc pas un site internet.	Format du réseau social concerné	Format du réseau social concerné	Format du réseau social concerné	Format du réseau social concerné
3	Notation pouvant être appliquée uniquement aux sites internet dits "PAGESIMPLE"	L'organisation des informations est baclée et ne fait pas sens. Il manque des éléments importants au site pour être réellement considéré comme tel.	Le format utilisé est inadapté ou mauvais, le manque d'images et de couleurs est un réel problème.	Celle-ci est rendu difficile voire impossible, le contenu n'est pas sectionné et manque d'illustrations. Les titres sont négligés et la police d'écriture / couleur inadaptée.	On peut ici identifier deux figures majeures : soit la personnalisation est inexistante et c'est cela qui pose réellement problème. Soit la personnalisation est omniprésente au point où l'on ne distingue même plus l'aspect commercial qu'est censé exposer le site.
4	Notation pouvant être appliquée uniquement aux sites internet dits "PAGESIMPLE"	La page est organisée "par étags" amenant les informations une à une. La police de texte utilisée est basique et des couleurs ternes, l'aspect général est qualifié de "quelconque".	L'ensemble des images utilisées reste "banal" et ne présente souvent pas réellement le commerce en question (idée générale de l'activitée). Un sentiment de vide se fait sentir lors du déroulement de la page.	Quelques images peuvent venir s'associer à un contenu textuel pour imager l'information donnée. Le bandeau situé en bas de page est brouillon et ne permet pas une acquisition facile du contenu proposé.	Il n'y pas ou très peu d'éléments visuels propres au commerce, le contenu textuel est correct et met en avant l'entreprise mais reste léger en terme de volume.
5	Notation pouvant être appliquée aux sites internet dits "PAGESIMPLE" et "SITECOMPLET"	"PAGESIMPLE" : Les indicateurs principaux sont ajustés et s'affichent comme cohérents lors de la lecture (exemple : carte d'un snack). "SITECOMPLET" : Le site n'a pas de "modèle" ou alors celui-ci est inadapté, le site parait vieillisant et laissé à l'abandon.	"PAGESIMPLE" : Le visuel de la page n'est pas réellement attrayant mais plutôt fonctionnel. "SITECOMPLET" : La page est simpliste et ne valorise pas l'information donnée.	"PAGESIMPLE" : L'information est bien articulée entre contenu textuel et illustrations, là encore la page est fonctionnel à ce niveau. "SITECOMPLET" : La page est désorganisée au niveau du sectionnement des contenus ou bien celui-ci ne permet pas la bonne assimilation de l'information.	"PAGESIMPLE" : Le site commence à tirer profit de l'idendité de son enseigne mais son empreinte n'est pas encore assez encrée sur la page. "SITECOMPLET" : Le fond comme la forme semble commun ou du moins "déjà vu".
6	Notation pouvant être appliquée aux sites internet dits "PAGESIMPLE" et "SITECOMPLET"	"PAGESIMPLE" : Le format utilisé rempli toutes les attentes que l'on peut avoir d'une page simple. Le site a largement les capacités de devenir un "SITECOMPLET". "SITECOMPLET" : Le site met en valeur l'information importante et commence à optimiser l'utilisation d'illustrations. L'organisation globale est encore assez simple et n'a pas de réel impact.	"PAGESIMPLE" : Le format "PAGESIMPLE" ne permet pas un rendu visuel très qualitatif mais pour autant le site arrive se démarquer grâce à la bonne gestion des indicateurs clés. "SITECOMPLET" : Le site commence à développer une image professionelle mais celle-ci n'est pas assez expoitée. Le site semble manquer de "matière" tant les espaces vides se font encore remarquer. Toutefois, à l'inverse le site peut aussi combler le non-approfondissement de son image par la surcharge de la page (en présentant bon nombre de produits ou services).	"PAGESIMPLE" : Le contenu proposé est parfaitement lisible et assimilable. "SITECOMPLET" : Des difficultés sont encore rencontrées dues à un manque de précision et d'ajustement dans l'organisation de la page.	"PAGESIMPLE" : Le site à réussi à exploiter son identité pour embellir tant au niveau contenu que visuel son site internet. "SITECOMPLET" : Le site arrive à se démarquer de par le fond qu'il propose mais la forme elle, est tout à fait commune.
7	Notation pouvant être appliquée uniquement aux sites internet dits "SITECOMPLET"	La mise en page du site est est basée sur un "modèle", c'est-à-dire qu'on peut retrouver la même organisation des contenues sur d'autres sites. Le site est donc bien construit avec un système de "sections/catégories" permettant d'orienter notre navigation vers le contenu nous intéressant. Les informations sont espacées et présentées avec une police d'écriture adaptée (modification de la taille, couleur, forme... en fonction de l'information). Les images servent d'appuis et on retrouve l'utilisation quasi systématique d'une maps pour localiser le commerce.	Il est agréable de parcourir le site, le déroulement d'une page et sa lecture se fait sans heurt. La bonne gestion de l'alternance entre formes, couleurs,annexes … donne un aspect réellement professionnel et qualitatif au site.	Le sectionnement des différents contenus proposés rend l'acquisition des informations assez facile. On perçoit cependant qu'optimiser cet ensemble est toujours possible.	Principal point faible du site, si le fond est bien souvent clairement distinctif, la forme elle, est bien similaire à beaucoup d'autres. C'est ce point que le site doit améliorer.
8	Notation pouvant être appliquée uniquement aux sites internet dits "SITECOMPLET"	Le site est souvent encore basé sur un modèle mais celui-ci a été exploité pleinement ou légèrement modifié pour être adapté à l'activité de l'entreprise concernée. On observe une mise en valeur accrue des produits et services proposés, notamment par des contenus vidéos dynamiques.	Les incrustations des contenues type vidéo/photographie/image fluidifient le déroulement de la page. Une réelle cohérence du haut au bas de la page est observée.	L'ensemble de la répartition des contenus est affiné, ce critère semble être maintenant pleinement acquis sauf problème éventuel.	Le fond est alors très majoritairement établi comme "différent" des autres commerces exercant dans le même secteur ; en ce qui concerne la forme, celle-ci commence à se distinguer mais il est encore impossible de reconnaître le site juste à son visuel (c'est-à-dire sans savoir le nom de l'enseigne).
9	Notation pouvant être appliquée uniquement aux sites internet dits "SITECOMPLET"	Le site réussit à exploiter pleinement le potentiel d'un modèle pour le contenu proposé ou alors un format novateur est mis en place. La gestion des informations proposées est maîtrisée.	Le site est attrayant et met en confiance le consommateur quant à la qualité de la prestation donnée.	L'entièreté du contenu est parfaitement assimilable et ce, de manière rapide.	Le site utilise son idendité pour faire valoir ses prestations, le fond ainsi que la forme sont adaptés et cohérents.
10	Notation pouvant être appliquée uniquement aux sites internet dits "SITECOMPLET".	Site entièrement établi, a su développer un format pleinement distinctif ; maitrise tous les indicateurs de manière à les optimiser vis-à-vis du contenu proposé.	Le site attire le consommateur, sait tirer profit de pubs et annonces mettant en valeur ses produits et ses services.	L'entièreté du contenu est parfaitement assimilable et ce, de manière rapide.	Le site a su développer son image de marque et s'établit comme unique.

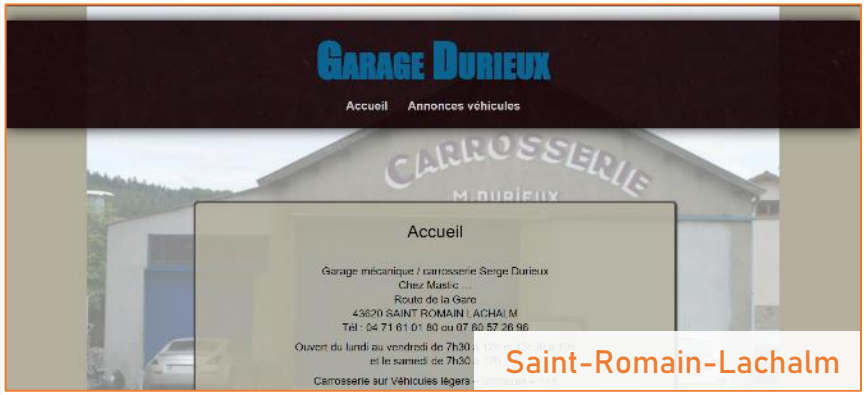
4.4.1. EXEMPLE DE VISUELS LOCAUX CORRESPONDANT A LA NOTE 2

facebook
Adresse e-mail ou télép
Mot de passe
Se connecter
Informations de compte oubliées ?
Au Coin Du Bois Saint Bonnet Le Froid
394 abonnés • 9 abonnements
Publications
À propos
Photos
Vidéos
Intro
Restez en contact avec Au Coin Du Bois Saint Bonnet Le Froid sur Facebook
Se connecter
Saint-Bonnet-le-Froid

facebook
Adresse e-mail ou télép
Mot de passe
Se connecter
Informations de compte oubliées ?
BP, Bar de Païs
Bar
Envoyer un message
Accueil
Avis
Photos
Vidéos
Plus
À propos
Voir tout
Voir plus de BP, Bar de Païs sur Facebook
Se connecter
Saint-Bonnet-le-Froid

4.4.2. EXEMPLE DE VISUELS LOCAUX CORRESPONDANT A LA NOTE 4

Saint-Bonnet-le-Froid



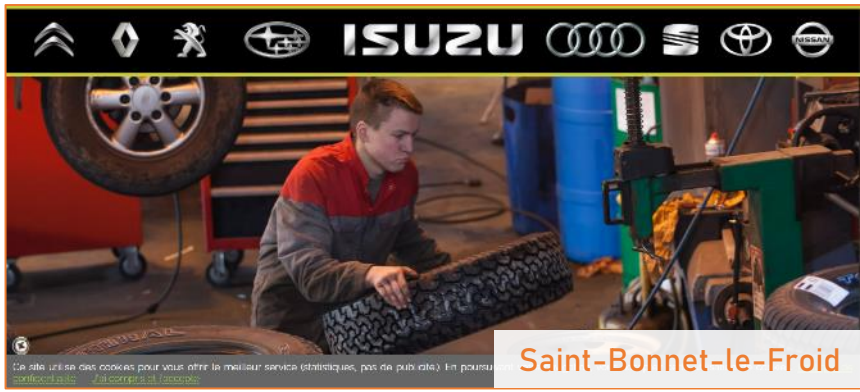
Saint-Romain-Lachalm

4.4.3. EXEMPLE DE VISUELS LOCAUX CORRESPONDANT A LA NOTE 5

Montfaucon-en-Velay

Riotord

Dunières

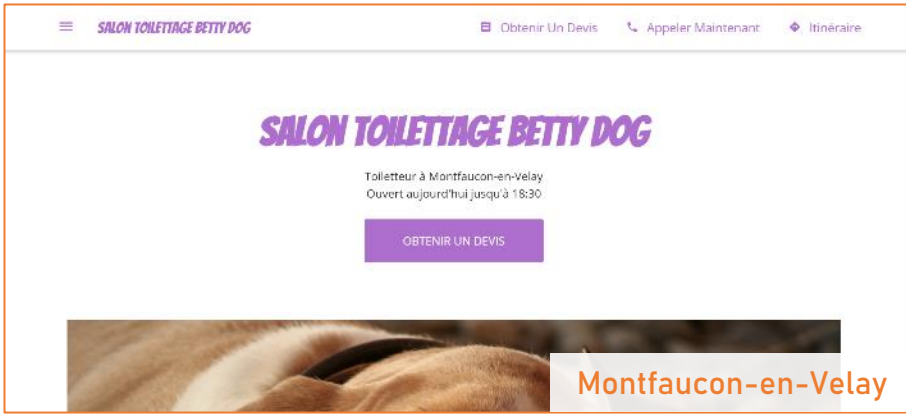


Saint-Bonnet-le-Froid

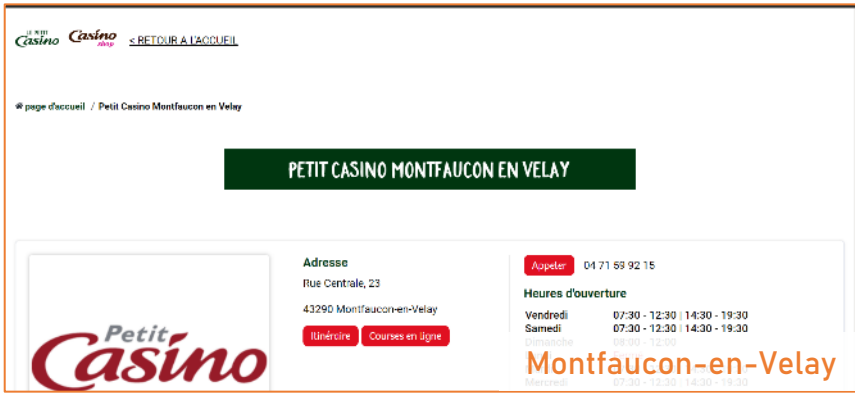
Dunières

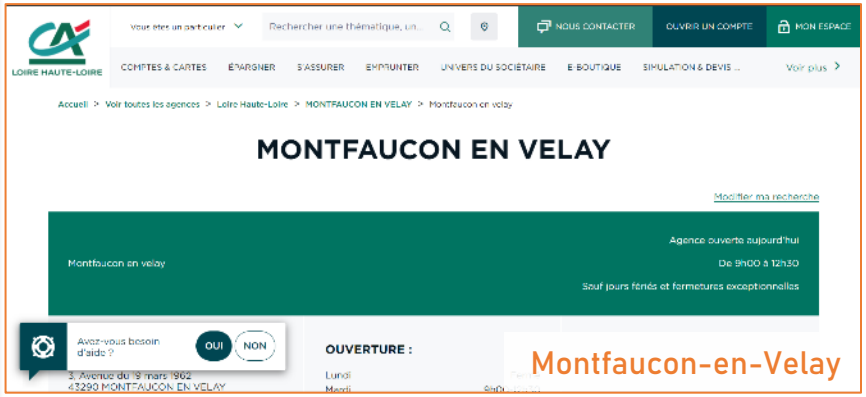
Saint-Julien-Molhesabate

4.4.4. EXEMPLE DE VISUELS LOCAUX CORRESPONDANT A LA NOTE 6



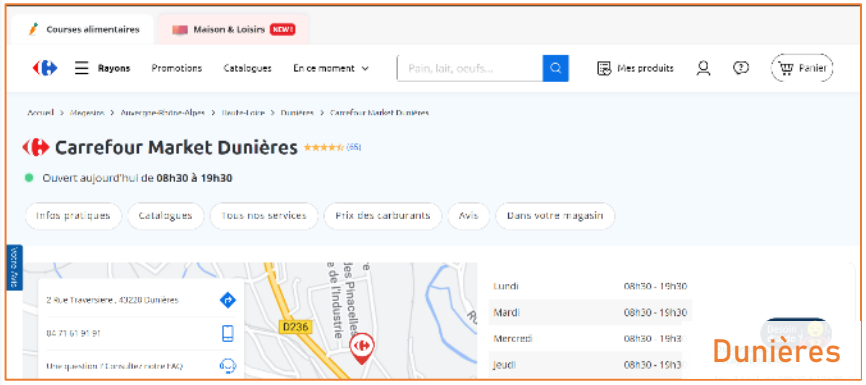
PAS DE RENVOI SITE WEB



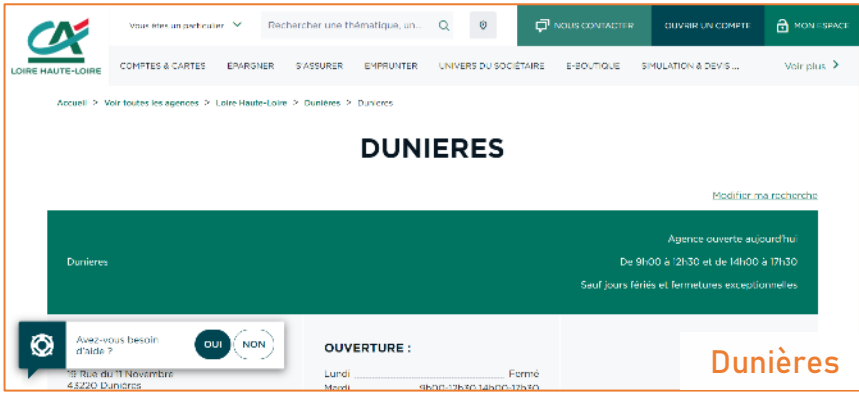


Montfaucon-en-Velay

Dunières

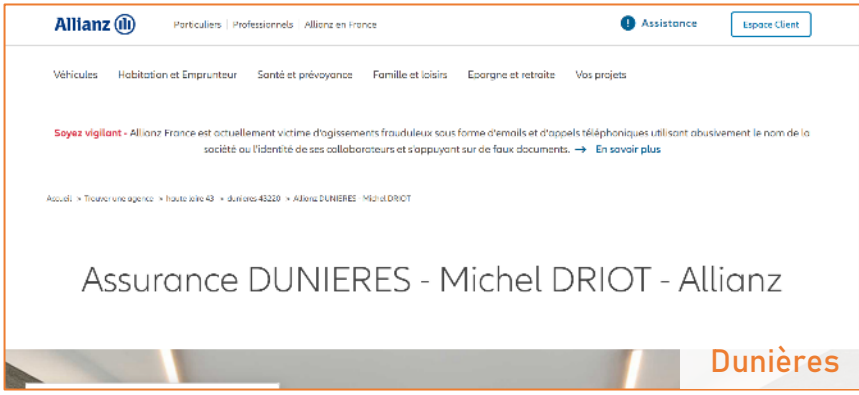


Dunières

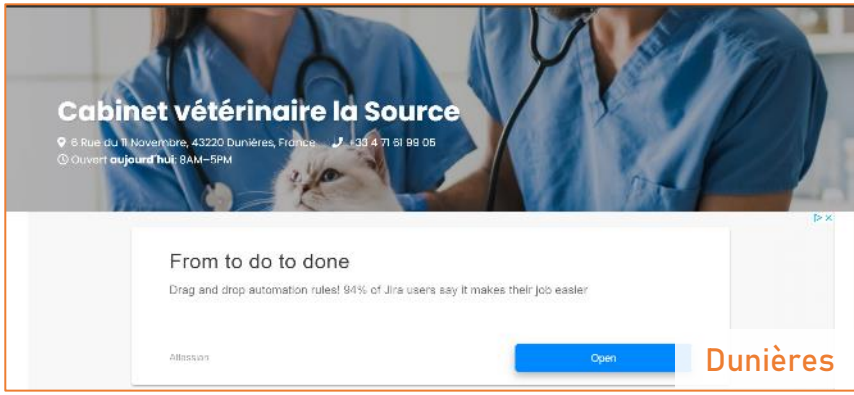


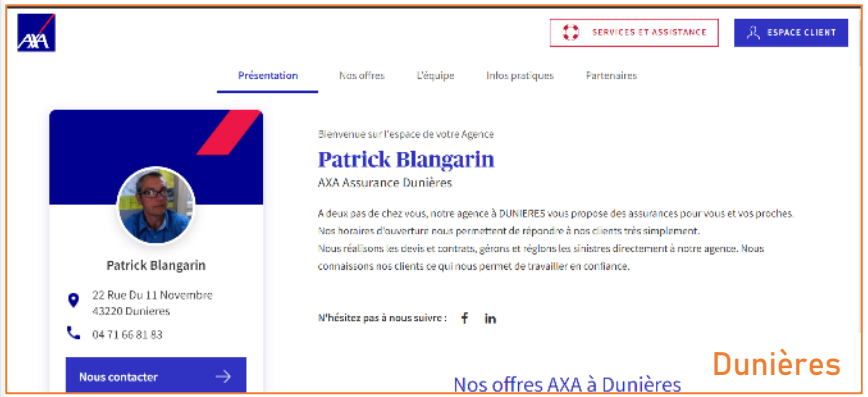
Dunières

Dunières

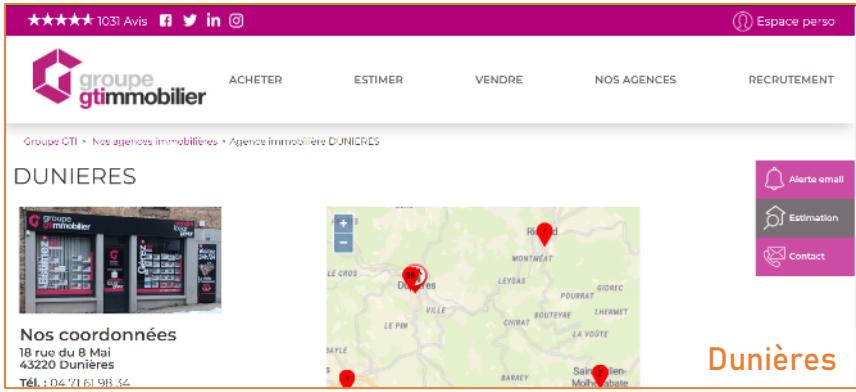


Dunières





Nos offres AXA à Dunières

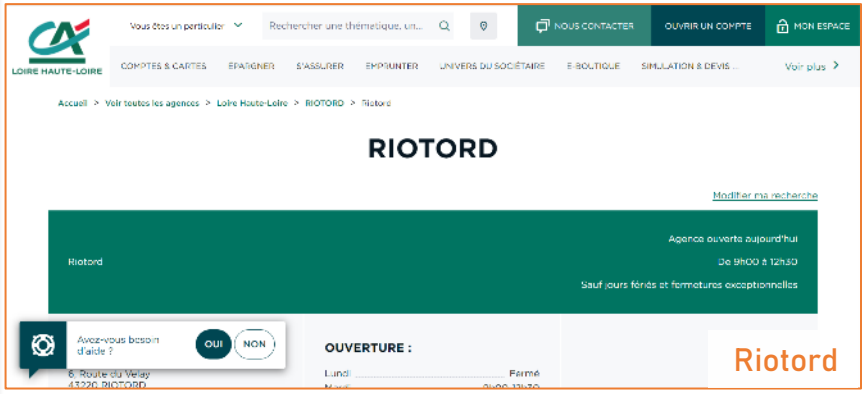


Dunières

Saint-Bonnet-le-Froid

Riotord

Saint-Bonnet-le-Froid



Riotord

RENVOI AU SITE DE LA COMMUNE

Saint-Romain-Lachalm

ACCÈS
HORAIRES D'OUVERTURE
MOYENS DE PAIEMENT
SERVICES
NOUS CONTACTER
FRANÇAIS
Boulangerie Pâtisserie le Laetitia
Saint-Romain-Lachalm

VÉHICULES
OFFRES & FINANCEMENT
OCCASIONS
ENTRETIEN & SERVICES
PROFESSIONNELS
DÉCOUVREZ RENAULT
TROUVEZ VOTRE CONCESSIONNAIRE
En un clic, trouvez le concessionnaire le plus proche de vous !
Contactez-nous
Autour de moi
OU
Saint-Romain-Lachalm

4.4.5. EXEMPLE DE VISUELS LOCAUX CORRESPONDANT A LA NOTE 7

Montfaucon-en-Velay

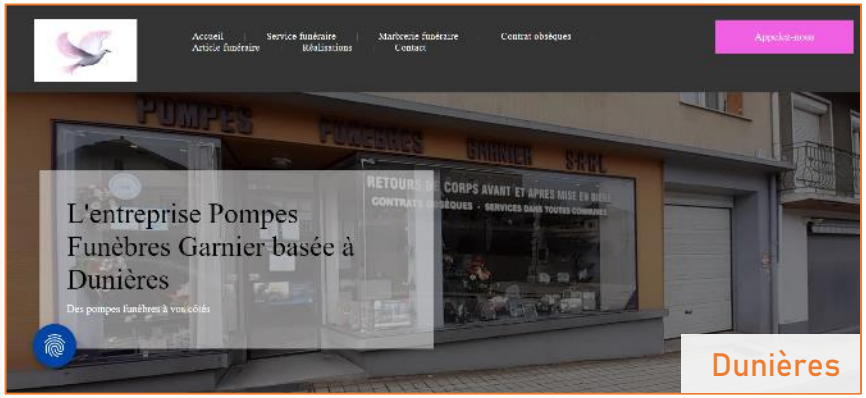
Montfaucon-en-Velay

Montfaucon-en-Velay

Montfaucon-en-Velay

Montfaucon-en-Velay

Dunières

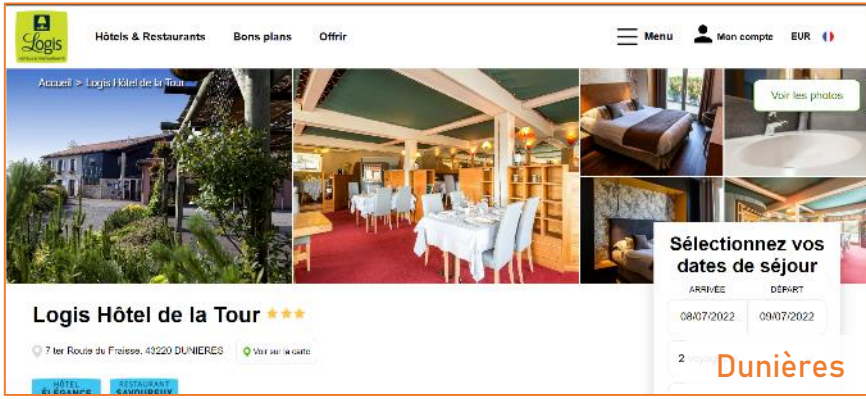

Accueil
Service funéraire
Marbrerie funéraire
Contrat obsèques
Appelez-nous
L'entreprise Pompes Funèbres Garnier basée à Dunières
Des pompes funèbres à vos côtés
Dunières

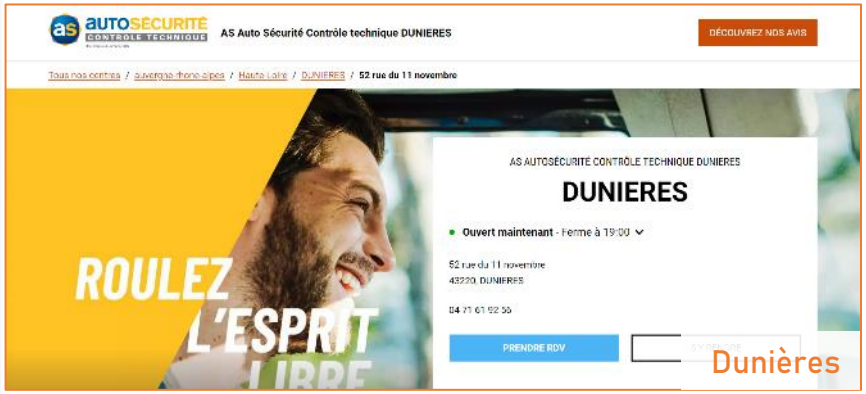
CAISSE D'EPARGNE
Accéder au site Caisse d'Epargne
Votre agence à
DUNIERES
Nouvelle recherche
Agence DUNIERES
Caisse d'Epargne Auvergne Limousin
9, RUE DU 11 NOVEMBRE
04.71.66.77.13
Dunières

Just'un regard
MAGASINS
LUNETTES
ESSILOR
ENFANT
OPTIKID
SPORT
BASSE VISION
AUDITION
ACTU
CONTACT
OPTICIEN DUNIÈRES
Dunières

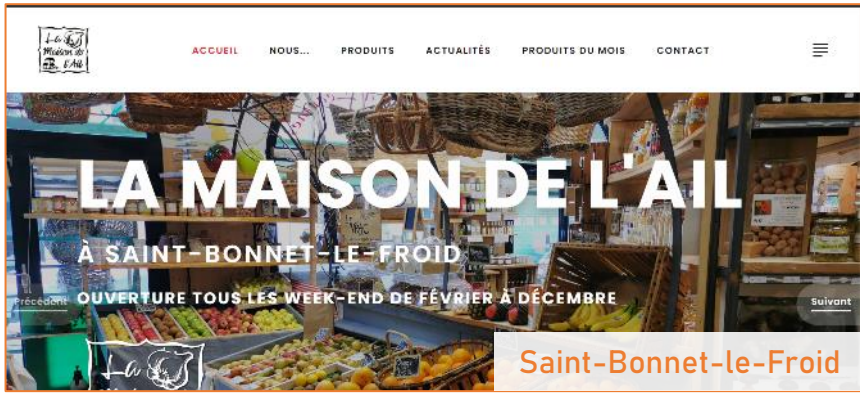
MENU
Dunières

2 Place Saint-Martin - 43220 Dunières
04 71 66 80 92
Espace Patient
Altipharma
Pharmacie Régionale
Promotions
Accueil
Gardes
Ordonnance
Prendre RDV
À domicile
Conseils
Annuaire
Contact
Dunières


Logis
Hôtels & Restaurants
Bons plans
Offrir
Menu
Mon compte
EUR
Logis Hôtel de la Tour
Voir les photos
Sélectionnez vos dates de séjour
ARRIVÉE
DÉPART
08/07/2022
09/07/2022
Logis Hôtel de la Tour
7 ter Route du Fraisse, 43220 DUNIERES
Dunières



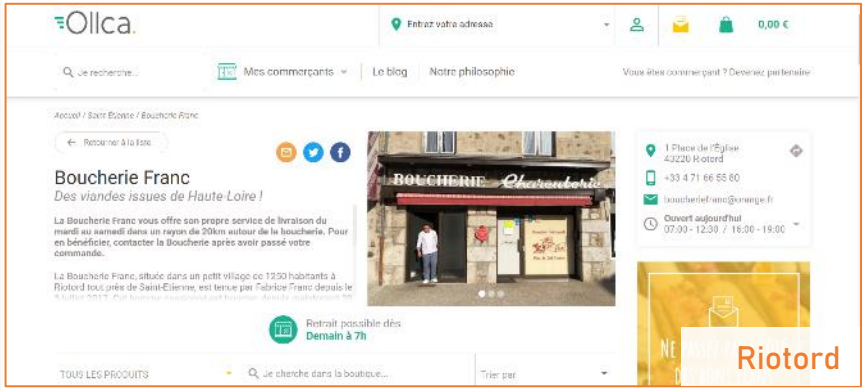
Dunières



Saint-Bonnet-le-Froid

Riotord

Saint-Bonnet-le-Froid



Riotord

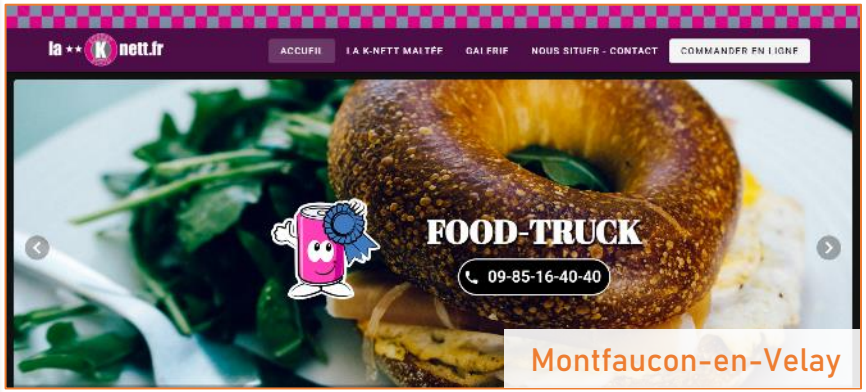
PLACE DE MARCHE = OLLCA

Saint-Bonnet-le-Froid

4.4.6. EXEMPLE DE VISUELS LOCAUX CORRESPONDANT A LA NOTE 8

Montfaucon-en-Velay

Saint-Bonnet-le-Froid



Montfaucon-en-Velay

Saint-Bonnet-le-Froid

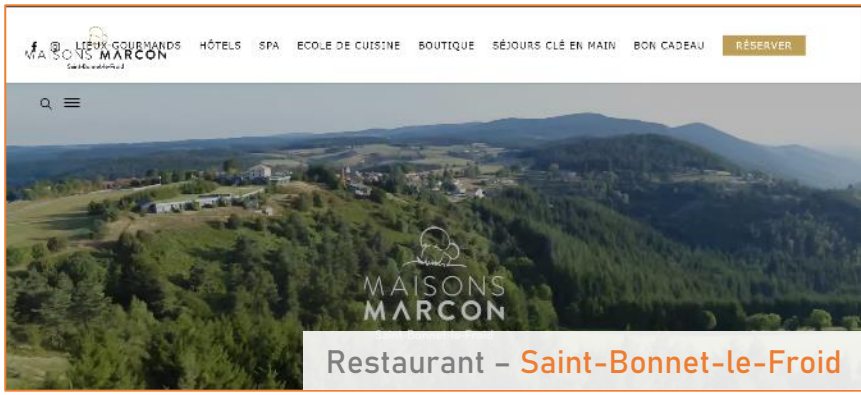
Saint-Bonnet-le-Froid

4.4.7. EXEMPLE DE VISUELS LOCAUX CORRESPONDANT A LA NOTE 9

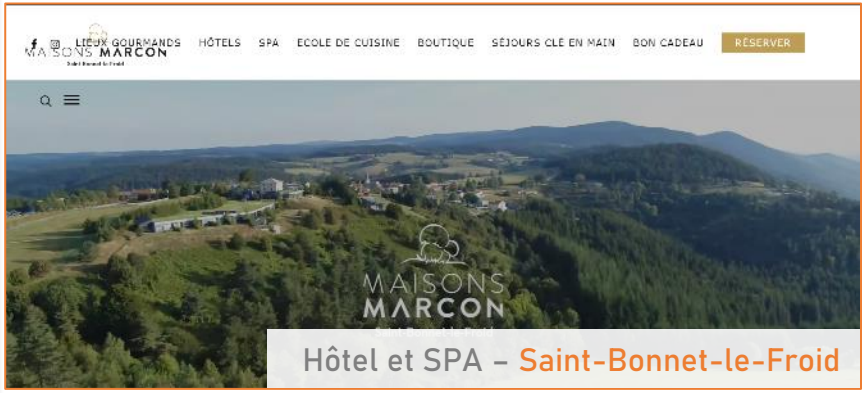
Boulangerie La Chanterelle – Saint-Bonnet-le-Froid

Saint-Bonnet-le-Froid

Auberge Bistrot La Coulemelle – Saint-Bonnet-le-Froid

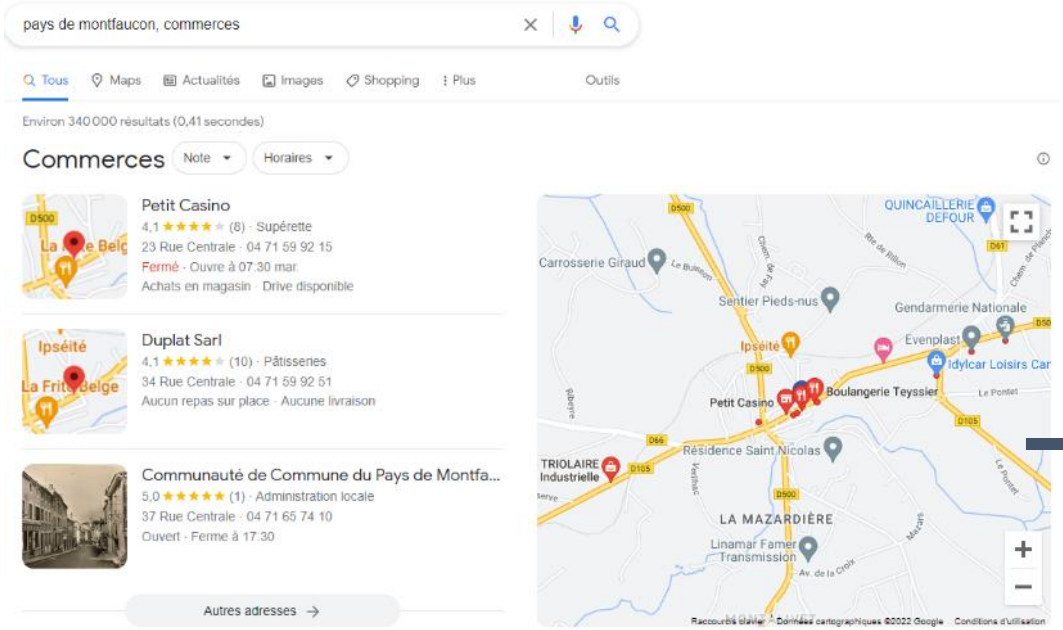


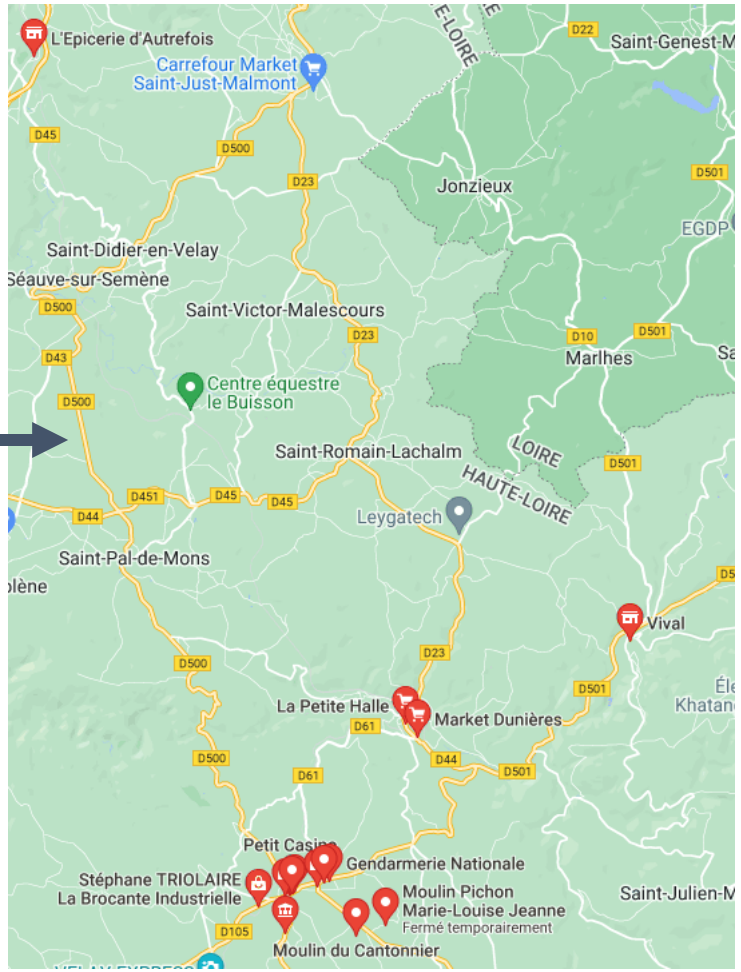
Restaurant – Saint-Bonnet-le-Froid



Hôtel et SPA – Saint-Bonnet-le-Froid

4.5. ANALYSE NUMERIQUE DU PAYS DE MONTFAUCON





Une recherche générique sur le terme commerce montre ici pour Pays de Montfaucon qu'il y a une concentration des commerces trouvés à Montfaucon en Velay et quelques autres dans les communes voisines, mais est loin de représenter la réalité de l'offre du territoire.

Les résultats proposés à partir de la recherche générique montre un très gros point fort de référencement : l'url paysdemontfaucon.fr truste les 5 premières réponses, l'ensemble de la première page. Cela est extrêmement rare et mérite d'être souligné.

https://paysdemontfaucon.fr › Économie

Commerce local

Locaux commerciaux disponibles · **Commerce** local · Fonds d'intervention local · **Commerces** de la Communauté de Communes du **Pays de Montfaucon**.

https://paysdemontfaucon.fr › Actualités

BROCHURE DE PROMOTION DU COMMERCE ET DES ...

8 juil. 2020 — BROCHURE DE PROMOTION DU **COMMERCE** ET DES PRODUCTEURS LOCAUX ... la Communauté de Communes du **Pays de Montfaucon** a décidé de faire…

https://paysdemontfaucon.fr › economie

Économie - Communauté de communes du Pays de Montfaucon

Lien vers Office de Tourisme. Icône **Commerce** local. **Commerce** local. Lien vers **Commerce** local. Icône Catalogue des bibliothèques. Catalogue des bibliothèques.

https://paysdemontfaucon.fr › Économie

Annuaires des entreprises

Retrouvez les entreprises de la Communauté de Communes du **Pays de Montfaucon** ... La Chambre de **Commerce** et d'Industrie de la Haute-Loire

https://paysdemontfaucon.fr

Communauté de communes du Pays de Montfaucon: Accueil

Retrouvez sur le site de la Communauté de Communes du **Pays de Montfaucon** les informations sur nos 8 communes, les conseils ... Icône **Commerce** local.

Le premier lien amenant vers le site semble être celui qui nous intéresse le plus puisqu'il s'agit de la partie du site dédié aux commerces. Voici donc ci-dessus un visuel du site, on note la présence de l'image d'une caissière avec des clients, image pleine de couleurs rappelant aussi l'univers commercial. Le site est construit en sections de manière classique mais cela donne un ensemble homogène et facile d'utilisation.

https://paysdemontfaucon.fr/economie/commerce/

COMMERCE LOCAL

Découvrez toutes les activités commerciales sur le territoire de la Communauté de Communes

CONTACT

M. CHARBONNIER

Tél : 04.71.65.74.12

Locaux commerciaux disponibles

Retrouvez ici les locaux commerciaux disponibles sur l'ensemble de nos Communes.

Commerce local

Retrouvez ci-après en ligne une brochure de promotion du commerce et des producteurs locaux de l'ensemble du territoire communautaire – (c) Studio Sourisdom – 43220 Dunières – juin 2020.

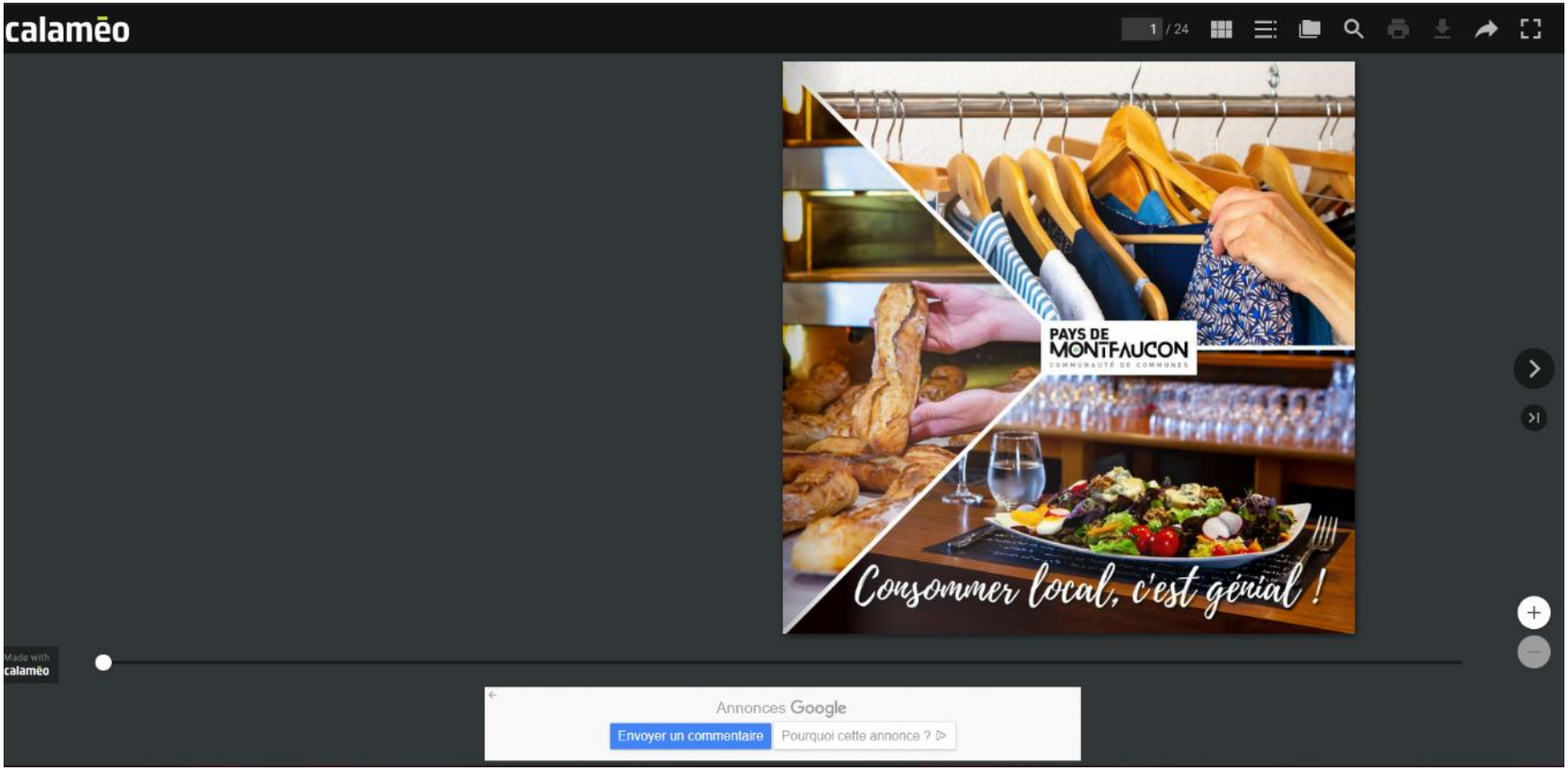
Pour ce qui est du contenu, la page commence par nous présenter deux éléments : d'abord un lien vers un site listant les différents locaux commerciaux disponibles dans la région et ensuite un lien vers une brochure de « promotion du commerce et des producteurs locaux ».

Fonds d'intervention local

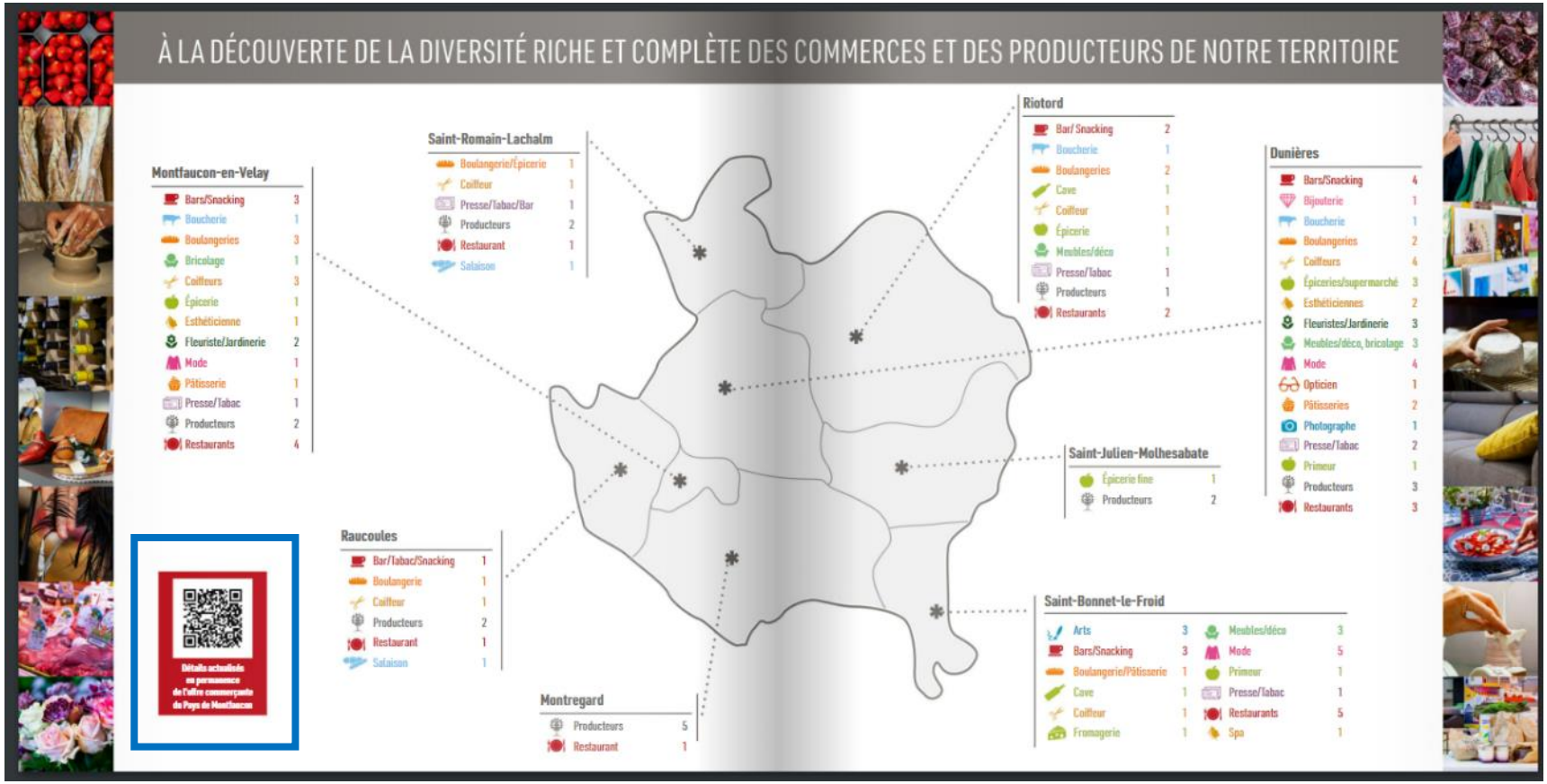
La Communauté de Communes a mis en place une aide financière à destination des commerces : le « Fonds d'Intervention Local » :

- Contenu : aide à la rénovation des commerces, acquisition de matériels, création site internet…
- Entreprises éligibles : artisanales et commerciales
- Plafond aide CCPM : 5 000 € (activités commerciales)
- Aide mobilisable uniquement en cas de cofinancement avec un financement régional ou européen LEADER

Enfin, cette même page nous informe sur l'existence d'un fonds d'intervention local, information utile aux entreprises et commerçants concernés.



L'élément intéressant à retenir sur cette page est la brochure (première page visible ci-dessus) qui est un excellent moyen de présentation et promotion des commerces/commerçants, extrêmement qualitative.


À LA DÉCOUVERTE DE LA DIVERSITÉ RICHE ET COMPLÈTE DES COMMERCES ET DES PRODUCTEURS DE NOTRE TERRITOIRE
Montfaucon-en-Velay
Bars/Snacking 3
Boucherie 1
Boulangeries 3
Bricolage 1
Coiffeurs 3
Épicerie 1
Esthéticienne 1
Fleuriste/Jardinerie 2
Mode 1
Pâtisserie 1
Presse/Tabac 1
Producteurs 2
Restaurants 4
Saint-Romain-Lachalm
Boulangerie/Épicerie 1
Coiffeur 1
Presse/Tabac/Bar 1
Producteurs 2
Restaurant 1
Saison 1
Riotord
Bar/Snacking 2
Boucherie 1
Boulangeries 2
Cave 1
Coiffeur 1
Épicerie 1
Meubles/déco 1
Presse/Tabac 1
Producteurs 1
Restaurants 2
Dunières
Bars/Snacking 4
Bijouterie 1
Boucherie 1
Boulangeries 2
Coiffeurs 4
Épiceries/supermarché 3
Esthéticiennes 2
Fleuristes/Jardinerie 3
Meubles/déco, bricolage 3
Mode 4
Opticien 1
Pâtisseries 2
Photographe 1
Presse/Tabac 2
Primeur 1
Producteurs 3
Restaurants 3
Saint-Julien-Molhesabate
Épicerie fine 1
Producteurs 2
Raucoules
Bar/Tabac/Snacking 1
Boulangerie 1
Coiffeur 1
Producteurs 2
Restaurant 1
Saison 1
Montregard
Producteurs 5
Restaurant 1
Saint-Bonnet-le-Froid
Arts 3
Bars/Snacking 3
Boulangerie/Pâtisserie 1
Cave 1
Coiffeur 1
Fromagerie 1
Meubles/déco 3
Mode 5
Primeur 1
Presse/Tabac 1
Restaurants 5
Spa 1
Détails actualisés en permanence de l'offre commerçante du Pays de Montfaucon

L'odeur du pain juste cuit qui exhale dans la boulangerie ravit les papilles et comble de bonheur nos envies de déguster des produits de qualité réalisés avec une technique ancestrale. Cet aliment de base traditionnel depuis toujours se décline en flûte, tradition et autres spécialités que nous avons plaisir à retrouver au quotidien dans nos repas.
C'est avec passion et un savoir-faire sans cesse renouvelé que les artisans du territoire nous invitent à partager leurs produits authentiques. **Miam !** Quel régal de croquer à pleine dents dans ces bons pains.

BOULANGERIES

« La pâtisserie et l'amour, c'est pareil : une question de fraîcheur et que tous les ingrédients, même les plus amers, tournent au délice. » (Christian Bobin).
La pâtisserie a de magique cette faculté à transporter tout un chacun vers des mondes sucrés où **la gourmandise** est légion. Et c'est très bien comme cela ! Les pâtisseries/chocolateries du territoire perpétuent au quotidien ces voyages gourmets en nous mettant à disposition, avec originalité, un savoir-faire et une disponibilité, des myriades de créations sans cesse renouvelées.
Alors, pourquoi hésiter encore à prendre cet entremet et ces chocolats ?

PÂTISSERIES

Où se donner rendez-vous ?

Aux 3 épis *(Dunières)*
Boulangerie Merelle *(Dunières)*
Boulangerie Giraud *(Montfaucon)*
Boulangerie Paulet *(Montfaucon)*
Boulangerie Teyssier *(Montfaucon)*
Boulangerie Arsac *(Raucoules)*
Boulangerie Gibernon *(Riotord)*
Calipain *(Riotord)*
La Chanterelle *(Saint-Bonnet-le-Froid)*
Boulangerie Le Laëtitia *(Saint-Romain-Lachalm)*

Les Gourmands Disent *(Dunières)*
Pâtisserie La Duneira *(Dunières)*
Pâtisserie Duplat *(Montfaucon)*
La Chanterelle *(Saint-Bonnet-le-Froid)*

BOUCHERIES
SALAISONS
Fin gras, volailles fermières... Autant de dénominations qui nous sont familières et qui bercent notre quotidien culinaire. Sélectionnant avec rigueur et exigence les viandes, les bouchers de notre territoire ont à cœur d'être des ambassadeurs du bon goût et du terroir. Dans le respect le plus strict des règles de traçabilité et votre satisfaction gastronomique chevillée au corps, ces professionnels vous conseillent et vous proposent les meilleurs morceaux pour votre entière délectation.
A vos grillades, à vos rôtissoires, à vos poêles... Ils sont là pour vous !
Animés par l'art de la salaison, les professionnels du territoire perpétuent au quotidien le savoir-faire traditionnel pour partager la saveur de l'authenticité des produits du terroir. Saucissons, godiveaux, jambons ou encore terrines et autres pâtés sont les fruits de sélections rigoureuses des meilleurs bêtes.
Avec une qualité et une traçabilité irréprochable, leurs produits vous apporteront une satisfaction culinaire et gustative incomparable au même titre que leurs conseils sont un gage de délices gourmands.
Où se donner rendez-vous ?
Boucherie Dantony (Dunières)
Boucherie Bonnefoy (Montfaucon)
Boucherie Franc (Riotord)
Salaison Dantony/Pichon (Raucoules)
Salaison Chavassieux (Saint-Romain-Lachalm)
Conseil
Local
Savoir-faire

Prendre le temps d'un café ou d'une boisson entouré de proches et d'amis, autant de **moments de convivialité** offerts par les bars de notre territoire. Tour à tour lieux de passage, de fêtes, de rencontres, de découvertes musicales, ces lieux de vies constituent des petits îlots d'accueil et d'échanges. L'offre, multiple et diversifiée pouvant convenir à tout un chacun, est pérennisée par des professionnels mettant leur hospitalité à votre disposition.
En parallèle, notre territoire est riche de lieux de gourmandises façon snacking en restauration sur place ou à emporter et faire que toutes les envies insatiables soient étanchées !

BARS / SNACKING

Où se donner rendez-vous ?

Kebab Dunièrois *(Dunières)*	Hôtel-Restaurant La Tour *(Dunières)*	Auberge La Riboule *(Riotord)*
Le B'Obar *(Dunières)*	L'Insouciant *(Dunières)*	Auberge des Myrtilles *(Saint-Bonnet-le-Froid)*
Pizzeria Bonnet *(Dunières)*	Restaurant La Bascule *(Dunières)*	La Coulemelle *(Saint-Bonnet-le-Froid)*
Univerr' Café *(Dunières)*	Hôtel-Restaurant Les Platanes *(Montfaucon)*	Le Fort du Pré *(Saint-Bonnet-le-Froid)*
Bar du Midi *(Montfaucon)*	Ipseite Restaurant *(Montfaucon)*	Les Genêts d'Or *(Saint-Bonnet-le-Froid)*
Café de la Poste *(Montfaucon)*	La Source de la Fontaine *(Montfaucon)*	Restaurant Régis et Jacques Marcon *(Saint-Bonnet-le-Froid)*
Central Pizza *(Montfaucon)*	Restaurant de l'Avenue *(Montfaucon)*	La Coquelle des Coissous *(Saint-Romain-Lachalm)*
Bar des Chasseurs *(Raucoules)*	La Petite Auberge *(Montregard)*	
Bar le Passage *(Riotord)*	La Détente *(Raucoules)*	
Pizzeria Le Phenix *(Riotord)*	Restaurant Chez Cou'Tou *(Riotord)*	
Bar de Païs *(Saint-Bonnet-le-Froid)*		
Bar les Genêts d'Or *(Saint-Bonnet-le-Froid)*		
Champisnack *(Saint-Bonnet-le-Froid)*		
Bar/Tabac L'Estancot *(Saint-Romain-Lachalm)*		

« Il n'y a pas de bonne cuisine si au départ elle n'est pas faite par amitié pour celui ou celle à qui elle est destinée. » (Paul Bocuse).

De l'auberge à l'établissement gastronomique, les chefs du territoire vous accueillent avec passion dans leur maison. Car il s'agit bien de partage auquel vous êtes conviés. Vos palais sortent enchantés de la rencontre avec les créations culinaires et c'est avec un plaisir non dissimulé que vos papilles exultent d'un **Miam** renouvelé à chaque visite. Le savoir-faire, la gourmandise, l'excellence et l'hospitalité guident celles et ceux qui vous ouvrent les portes de leur établissement.

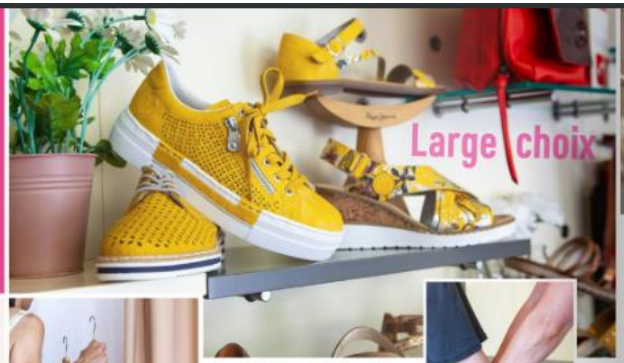
RESTAURANTS

VÊTEMENTS

MODE

CHAUSSURES

PRESSING



NOUVELLE COLLECTION

Accueil

Fashion, colorée, fun, sobre ou **parfaite !**, la mode est multiple et fait partie de notre quotidien. Tout est présent sur notre territoire pour trouver son bonheur vestimentaire ainsi que les services associés.
Ne vous y trompez pas : en plus de mettre à disposition de tout un chacun des produits et des services diversifiés et de grande qualité, nos professionnels de la mode sont des mines de conseils et de bons plans pour faire que le top ça soit vous et pas quelqu'un d'autre !

Où se donner rendez-vous ?

Christelle Chaussures *(Dunières)*
E.M. Shopping *(Dunières)*
Jolie Môme *(Dunières)*
Pressing *(Dunières)*
La Maison de Lory *(Montfaucon)*
Blanneige *(Saint-Bonnet-le-Froid)*
Crazy Ranch *(Saint-Bonnet-le-Froid)*
La Cabane du Chasseur *(Saint-Bonnet-le-Froid)*
La Chouette *(Saint-Bonnet-le-Froid)*
Saint Bonnet en Laine *(Saint-Bonnet-le-Froid)*

La transparence et l'écrin... Deux qualificatifs communs et si évocateurs de **la finesse** d'un bijou et d'une paire de lunettes. Avec des mains d'orfèvre, les bagues, colliers et autres boucles d'oreilles sont imaginés, forgés et polis avec passion et créativité. Celles et ceux qui les portent sont alors transportés de bonheur à leur vue. Il en va alors de même lorsque vous posez cette monture sur votre visage et que votre vision en est alors améliorée.
Dans les deux cas, c'est toute votre personnalité qui est mise en avant et qui s'en trouve sublimée !

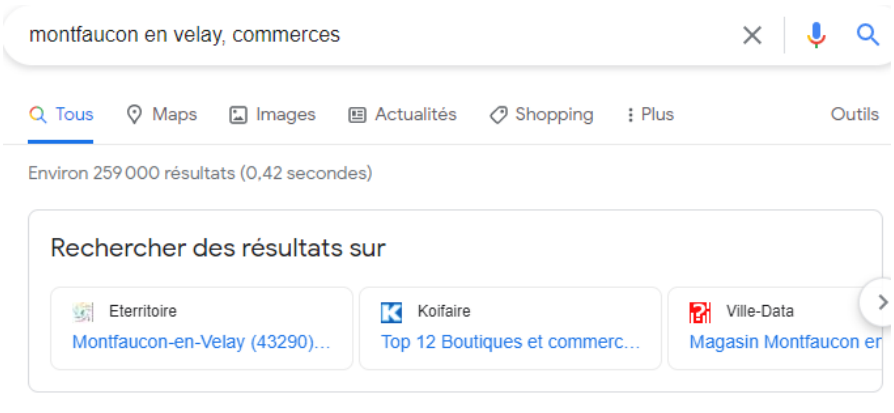
Où se donner rendez-vous ?

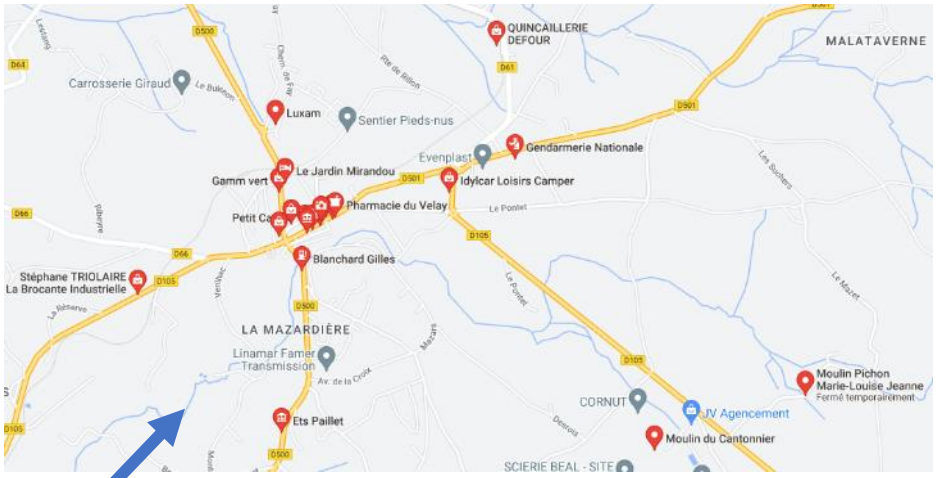
Bijouterie
Les Bijoux de Lucille (Dunières)

Opticien
Just'un Regard (Dunières)

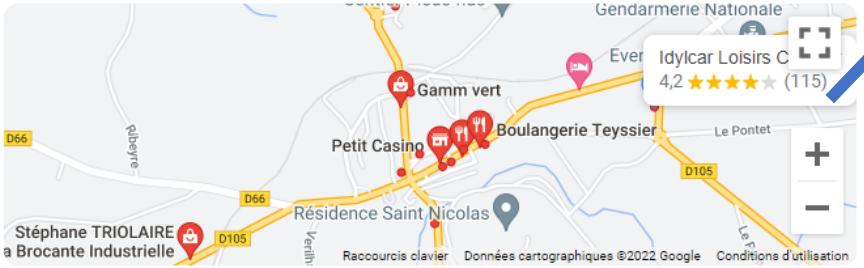
Cette brochure est de grande qualité, « exemplaire ». En effet, celle-ci présente de manière qualitative les 9 principaux secteurs d'activités de la région. On retrouve des photos professionnels imageant de façon complète le métier présenté, une présentation soignée pour chaque métier, des mots clés logiques et surtout les références des enseignes partenaires avec les communes dans lesquelles elles se trouvent (voir encadrés rouges). Tout ce contenu est d'ailleurs amorcé par une carte permettant de bien situer chacune des communes concernées ainsi que les commerces s'y trouvant. Carte en dessous de laquelle on peut trouver un QR code permettant de se tenir informé sur les actualités commerciales de la région. Le tout englobé dans un format agréable, donnant envie de lire et de venir découvrir les commerçants de la région. Seul bémol après vérification, le QR code renvoie à la brochure, sans mise à jour ou actualité.

4.6. ANALYSE NUMERIQUE DE MONTFAUCON-EN-VELAY





Commerces



https://montfauconenvelay.fr › Économie

Nos commerçants

Alimentation · Boucherie, charcuterie · Boulangeries · Cafés, bars · Fleuriste, atelier d'art floral · Informatique, maintenance informatique · Jardinerie, végétaux, ...
Vous avez consulté cette page le 07/07/22.

https://www.eterritoire.fr › territoires › haute-loire › mo...

Montfaucon-en-Velay (43290) - Commerces & Services

Commerces & Services présent dans la commune · Supérette. 1. Supérette · Quincaillerie - Droguerie. 1. Quincaillerie - Droguerie · Banque. 2. Banque · Boulangerie - ...

https://www.koifaire.com › auvergne › boutiques

Top 12 Boutiques et commerces à Montfaucon en velay 43290

Le classement des meilleurs Boutiques et **commerces** à **Montfaucon En Velay** 43290, commentés et notés par les internautes. Tous les horaires, les tarifs des ...

https://www.journaldunet.com › ville › ville-43141 › e...

Entreprises, commerces et services à Montfaucon en Velay ...

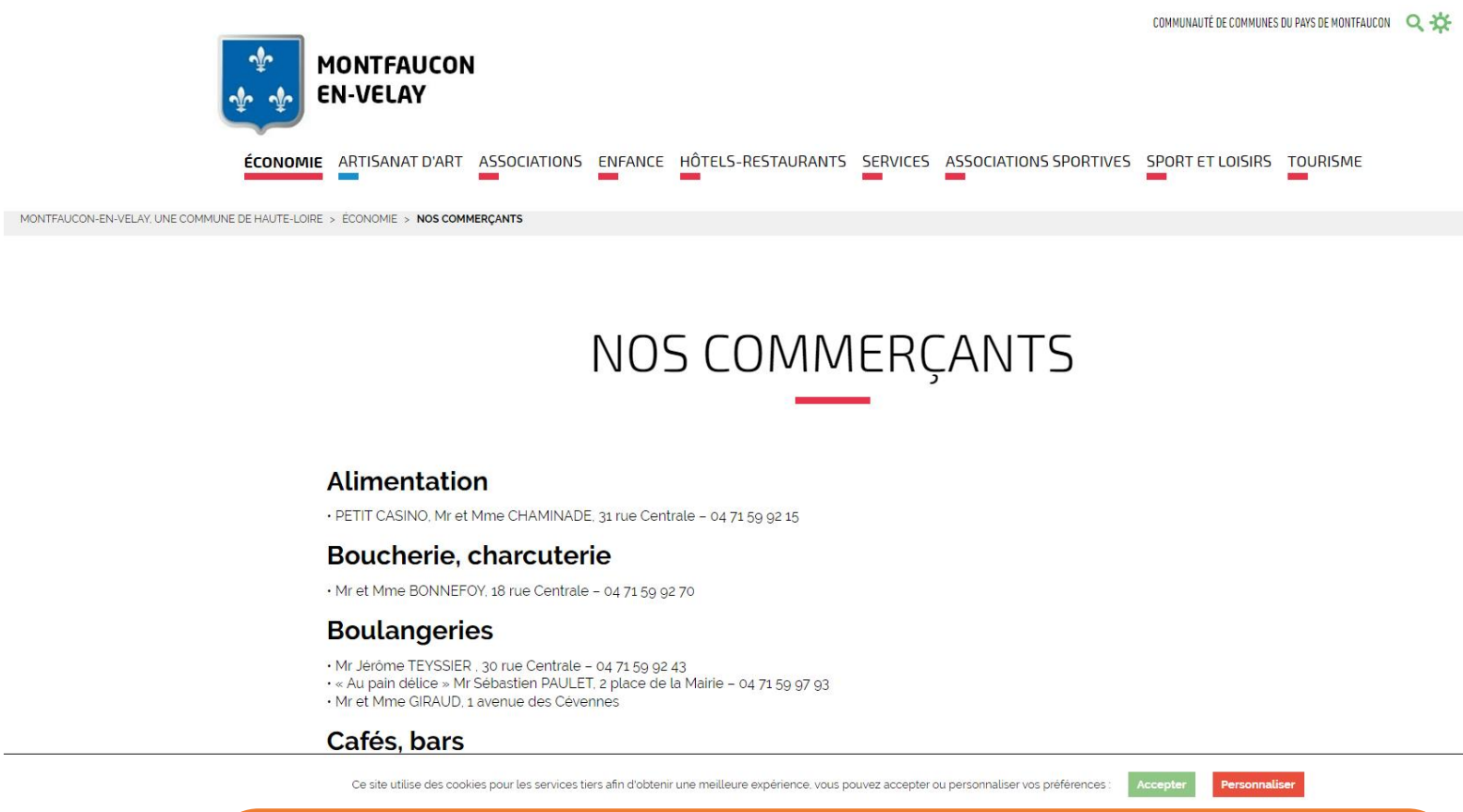
Nombre d'entreprises, créations d'entreprises, **commerces** : toutes les informations sur les entreprises de **Montfaucon en Velay** (43290, Haute-Loire)

https://ville-data.com › Magasin › Haute Loire

Magasin Montfaucon en Velay 43 - Ville-Data.com

1 juil. 2022 — 15 Magasins à **Montfaucon en Velay** pour votre shopping. Carte des Magasins avec coordonnées, avis et photos. Liste de tous les **commerces** ...

Une recherche générique sur le terme commerce montre ici une concentration de commerces dans le centre de la commune. Aussi, on voit que le premier site sortant dans les résultats est local ce qui représente un bon point, cependant le reste des sites proposés est d'ordre national et sans intérêt.



Le premier résultat de la recherche renvoie vers le site local de la mairie : montfauconenvelay.fr. Nous sommes directement dirigés vers la page dédiée aux commerces, notre objet de recherche à donc bien été pris en compte. La page en elle-même est construite simplement avec une majorité de blanc, laissant néanmoins un sentiment de vide. La présentation des commerces, est quant à elle assez limitée. En effet, cette page se « contente » de nous transmettre les adresses et numéros de téléphone des commerçants classés par secteur d'activités, sans lien ni informations spécifiques complémentaires par rapport à une simple requête sur un moteur de recherche (on est même en dessous en niveau d'information), dans la majorité des cas.

https://montfauconenvelay.fr/economie/commerces/

Fleuriste, atelier d'art floral

• L'ATELIER DAUREL

carrefour principal, à l'angle de la rue Notre-Dame et la rue du 19-Mars-1962.

ouvert du mardi au samedi de 9 h 30 à 12 heures et de 14 h 30 à 18 h 30, le dimanche de 9 h 30 à 12 heures.

Téléphone : 06 47 44 78 47

facebook

Informatique, maintenance informatique

• CEPHAS, 7 place du ruisseau
04 71 59 91 24

site internet

Jardinerie, végétaux, articles de jardin

• AGRI SUD EST, 25 avenue du 19 Mars 1962
Tél : 04 71 59 92 74 – Fax : 04 77 27 59 52

Mercerie, pressing, retouches, vêtements, cadeaux

• LA MAISON DE LORY, Mlle Lauriane TRAPEAUX, 20 rue Centrale

facebook

Négoce de bestiaux

• Ets PAILLET, 32 avenue des Cévennes
Tél : 04 71 59 92 71 – Fax : 04 71 65 62 21
bureau.paillet-souvignet@wanadoo.fr

Patisserie

• SARL DUPLAT, 26 rue Centrale – 04 71 59 92 51

Pizza à emporter

• PIZZA CENTRALE, 57 rue Centrale – 04 71 61 92

facebook

Vente de véhicules, camping car

• LOISIRS CAMPER, Mr Sébastien TAVERNIER, 6 Faubourg Saint Claude – 04 71 59 97-30

mail :loisirs.camper@hotmail.fr

Quelques précisions sont parfois apportées concernant l'emplacement exact du commerce en question. Certains établissement proposent aussi un lien vers une page Facebook, un email ou bien un site internet (très peu mis en valeur : petite police d'écriture…)

Informatique, maintenance informatique

• CEPHAS, 7 place du ruisseau
04 71 59 91 24

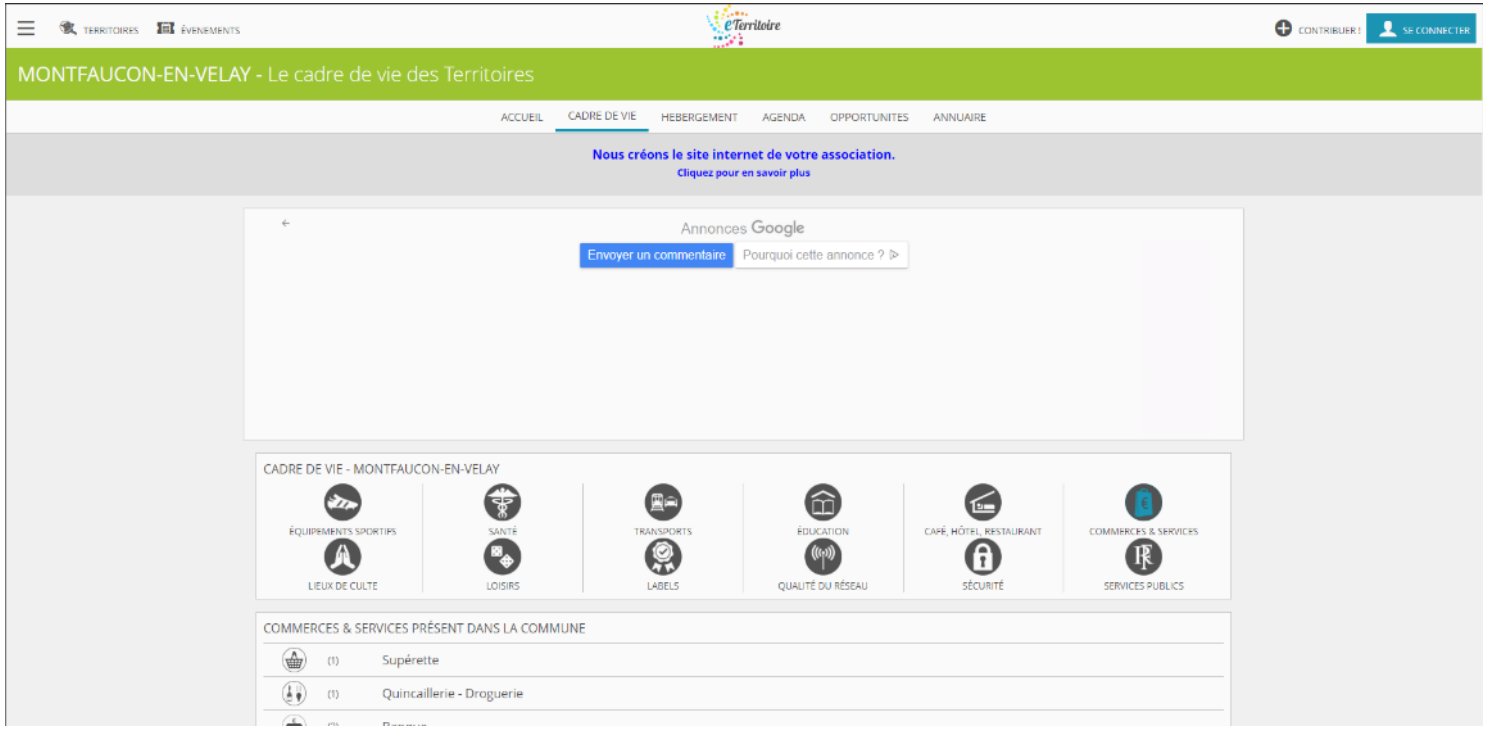
site internet

Mercerie, pressing, retouches, vêtements, cadeaux

• LA MAISON DE LORY, Mlle Lauriane TRAPEAUX, 20 rue Centrale

facebook

On constate toutefois que ces liens sont bien fonctionnels et que les sites internet et les pages Facebook sont accessibles.



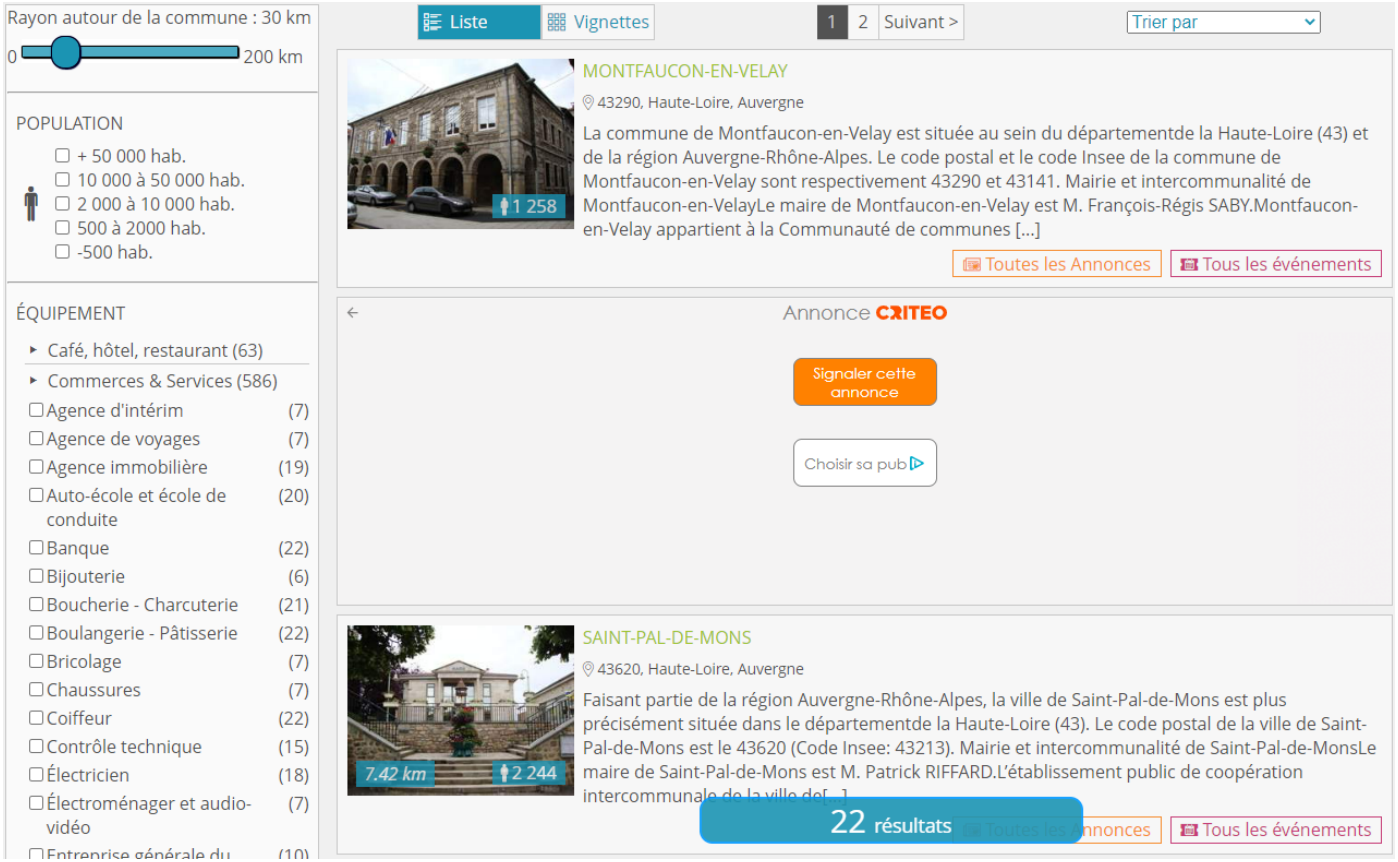
Le second lien nous renvoie vers un site national: eterritoire. Il comporte un système de filtres permettant d'orienter notre recherche ; Manque de couleurs, le site parait froid ; Présence d'un annuaire, mais ne comporte pas de numéro de téléphone ; Tout type de commerces répertories ; intitulé en bleu stipulant que « qu'ils » peuvent créer un site internet pour une commune en une semaine (on ne sait pas qui …). Le site dispose de 6 sections principales (ci-dessus la page d'accueil nous plaçant par défaut dans la catégorie « cadre de vie »). En haut à droite il est possible de se connecter à son compte ainsi que de contribuer au site (>poster une publication de notre choix gratuitement …)

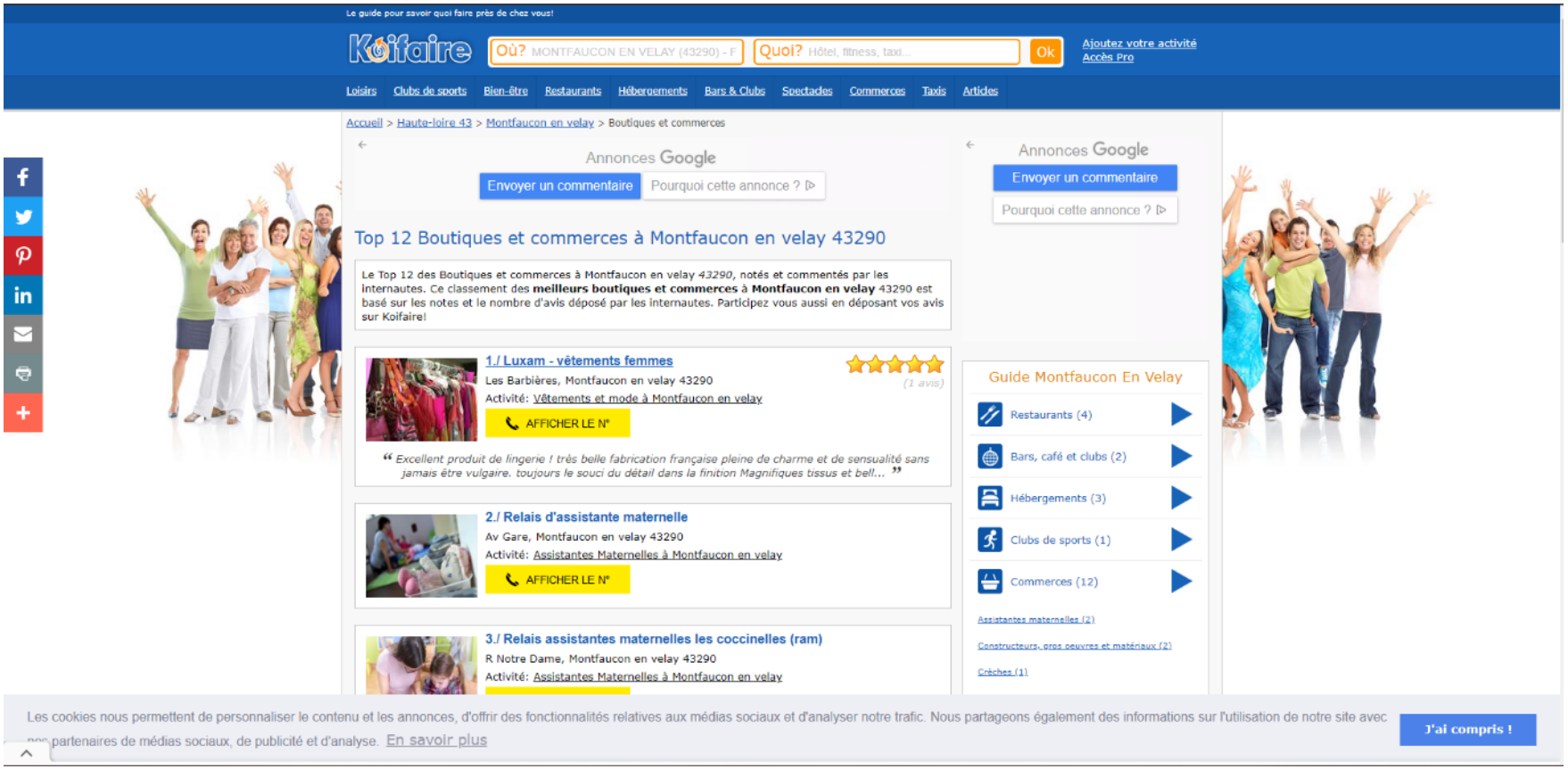
https://www.eterritoire.fr/territoires/auvergne-rhone-alpes/haute-loire/montfaucon-en-velay/43141/16854?cadre-vie=commerces-et-services

GROS Problème → Si on clique sur l'une des catégories proposées (ici en commerces et services)

Exemple : (1) Supérette

Nous n'obtenons pas les résultats attendus puisque le site nous propose les différentes villes du département au lieu de nous proposer les supérettes à Montfaucon en Velay.





Le troisième lien nous renvoie vers un site « vieillissant » n'annonçant que 12 commerces sur Montfaucon-en-Velay: mise en forme non-intuitive, couleurs trop vives, aucun numéro disponible, citations « aguicheuses », boutiques ne sont pas mises en valeurs (photos / description), images googles simples ne provenant pas des commerces, laisse penser à une sorte d'arnaque

Plusieurs pubs apparaissent sur la page (images, vidéos, textes ...) et perturbent la prise d'information et la compréhension de celles-ci.

https://www.koifaire.com/auvergne/montfaucon,en,velay-43290/boutiques/

7./ Duplat bernard
R Grands Fossés, Montfaucon en velay 43290
Activité: Taxis à Montfaucon en velay
AFFICHER LE N°

8./ Neyron frères (sarl)
Av Vivarais, Montfaucon en velay 43290
Activité: Constructeurs, gros oeuvres et matériaux à Montfaucon en velay
AFFICHER LE N°

9./ Neyron (sarl)
Av Vivarais, Montfaucon en velay 43290
Activité: Constructeurs, gros oeuvres et matériaux à Montfaucon en velay
AFFICHER LE N°

10./ Agri sud est centre
19 Bis Av 19 Mars 1962, Montfaucon en velay 43290
Activité: Jadineries et Pepinières à Montfaucon en velay
AFFICHER LE N°

11./ Pharmacie cathelain
38 R Centrale, Montfaucon en velay 43290
Activité: Pharmacies et parapharmacies à Montfaucon en velay
AFFICHER LE N°

12./ Jacobs benedicte
38 R Centrale, Montfaucon en velay 43290
Activité: Pharmacies et parapharmacies à Montfaucon en velay
AFFICHER LE N°

3./ Relais assistantes maternelles les coccinelles (ram)
R Notre Dame, Montfaucon en velay 43290
Activité: Assistantes Maternelles à Montfaucon en velay
AFFICHER LE N°

3./ Relais assistantes maternelles les coccinelles (ram)
R Notre Dame, Montfaucon en velay 43290
Activité: Assistantes Maternelles à Montfaucon en velay
08 92 60 01 67 Service 2,99 € / appel + prix appel

* Ce numéro valable 5 minutes n'est pas le numéro du destinataire mais le numéro d'un service permettant la mise en relation avec celui-ci. Ce service est édité par le site www.koifaire.com. Pourquoi ce numéro ?

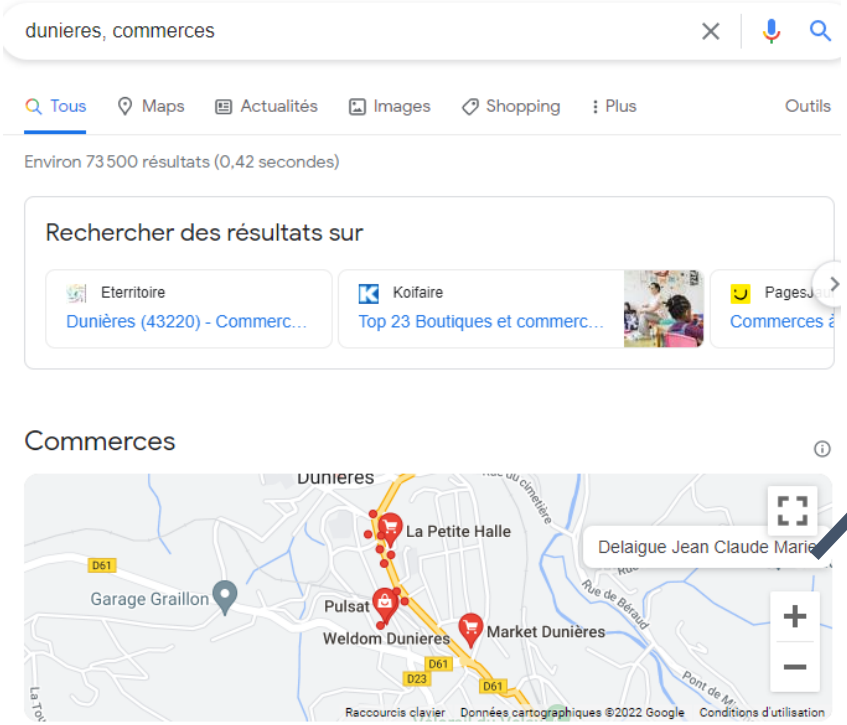
Listing faisant penser aux pages jaunes, sauf qu'ici il n'y a que les adresses postales et le type d'activité > quel intérêt ?

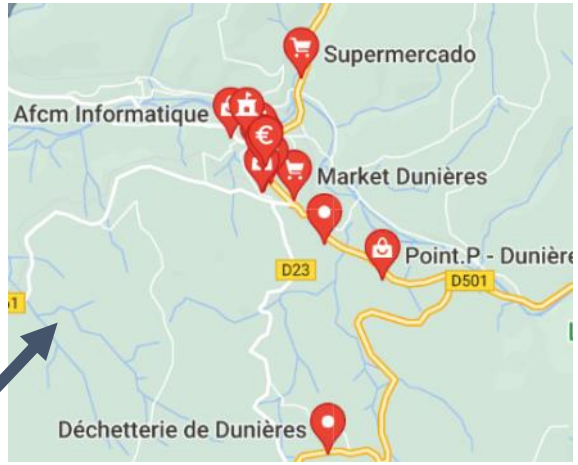
Les encadrés cliquables « afficher le numéro » ramènent en réalité systématiquement au service d'appel payant présenté ci-dessus

Des filtres servant à orienter sa recherche sont présents sur le côté droit

Ces filtres sont eux-mêmes redivisés en plusieurs sous-catégories de manière à être le plus précis possible

4.7. ANALYSE NUMERIQUE DE DUNIERES





https://www.koifaire.com › auvergne › boutiques

Top 23 Boutiques et commerces à Dunieres 43220 - Koifaire

Le classement des meilleurs Boutiques et **commerces** à **Dunieres** 43220, commentés et notés par les internautes. Tous les horaires, les tarifs des meilleurs ...

https://www.pagesjaunes.fr › annuaire › dunieres-43 › c...

Commerces à Dunières - PagesJaunes

Carrefour Market · Les Gourmands Disent · Aux 3 Epis · Boulangerie Merelle · La Petite Halle · La Pensée Sauvage · Petit Casino · Vival.

https://www.journaldunet.com › dunieres › ville-43087

Entreprises, commerces et services à Dunières (43220) - JDN

Nombre d'entreprises, créations d'entreprises, **commerces** : toutes les informations sur les entreprises de **Dunieres** (43220, Haute-Loire)

https://www.au-magasin.fr › Départements › Haute Loire

Magasins à Dunières (43220) : Horaires, Adresse et Avis

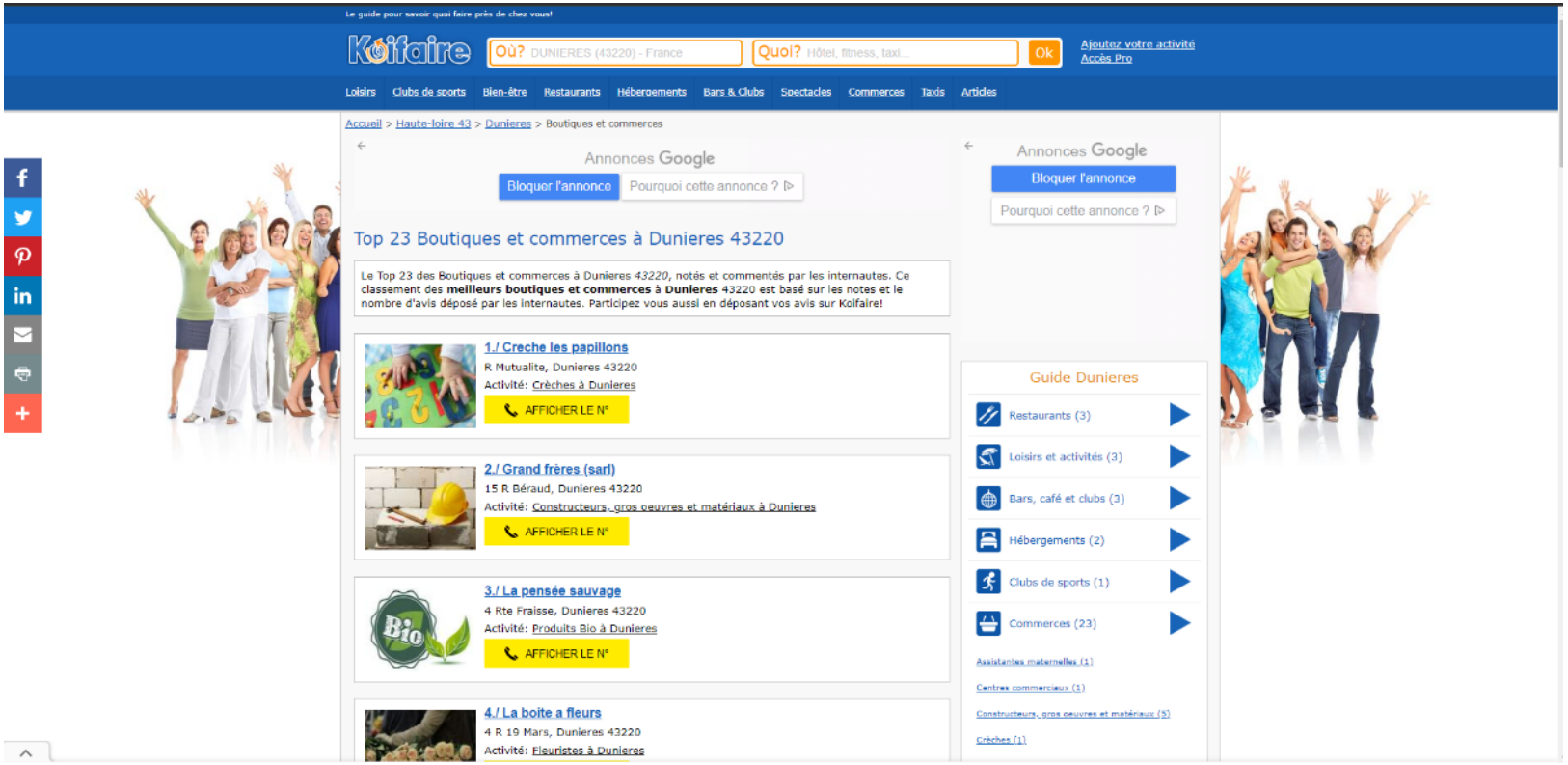
Liste des Magasins, Boutiques, **Commerces** à **Dunières** (43220) : Horaires d'ouverture, adresse, avis clients et numéro de téléphone.

https://www.annuaire-mairie.fr › ... › Dunières › Entreprises

Commerce à Dunières - Annuaire Mairie

Commerce à **Dunières**. Toutes les entreprises présentes sur la commune de **Dunières** section **Commerce** ; réparation d'automobiles et de motocycles.

Une recherche générique sur le terme commerce semble montrer qu'il n'y a que peu de commerces sur Dunières, très loin de la réalité.
Cela se retranscrit dans les résultats puisque aucun site local ne nous est mis à disposition en première page ; seulement des sites d'ordre national tels que Koifaire, pagesjaunes, Eterritoire…



Le premier lien nous renvoie vers un site « vieillissant », annonçant 23 commerces sur Dunières: mise en forme non-intuitive, couleurs trop vives, aucun numéro disponible, citations « aguicheuses », boutiques ne sont pas mises en valeurs (photos / description), images googles simples ne provenant pas des commerces, laisse penser à une sorte d'arnaque

Plusieurs pubs apparaissent sur la page (images, vidéos, textes …) et perturbent la prise d'information et la compréhension de celles-ci.

https://www.koifaire.com/auvergne/dunieres-43220/boutiques/

8./ Tournier
16 R 11 Novembre, Dunieres 43220
Activité: Opticiens à Dunieres
AFFICHER LE N°

9./ F2jt opticiens
16 R 11 Novembre, Dunieres 43220
Activité: Opticiens à Dunieres
AFFICHER LE N°

10./ Optique just'un regard
16 R Du 11 Novembre, Dunieres 43220
Activité: Opticiens à Dunieres
AFFICHER LE N°

11./ Optique géant
Galerie Champion R Forestière, Dunieres 43220
Activité: Opticiens à Dunieres
AFFICHER LE N°

12./ Taxi grange
14 Av Bel Air, Dunieres 43220
Activité: Taxis à Dunieres
AFFICHER LE N°

13./ Service de soins à domicile
1 R Eglise, Dunieres 43220
Activité: Services à domicile et aide à la personne à Dunieres
AFFICHER LE N°

21./ L encre bleue
18 R Onze Novembre, Dunieres 43220
Activité: Librairies généralistes à Dunieres
AFFICHER LE N°

21./ L encre bleue
18 R Onze Novembre, Dunieres 43220
Activité: Librairies généralistes à Dunieres
08 90 26 81 25 Service 2,99 € / appel + prix appel

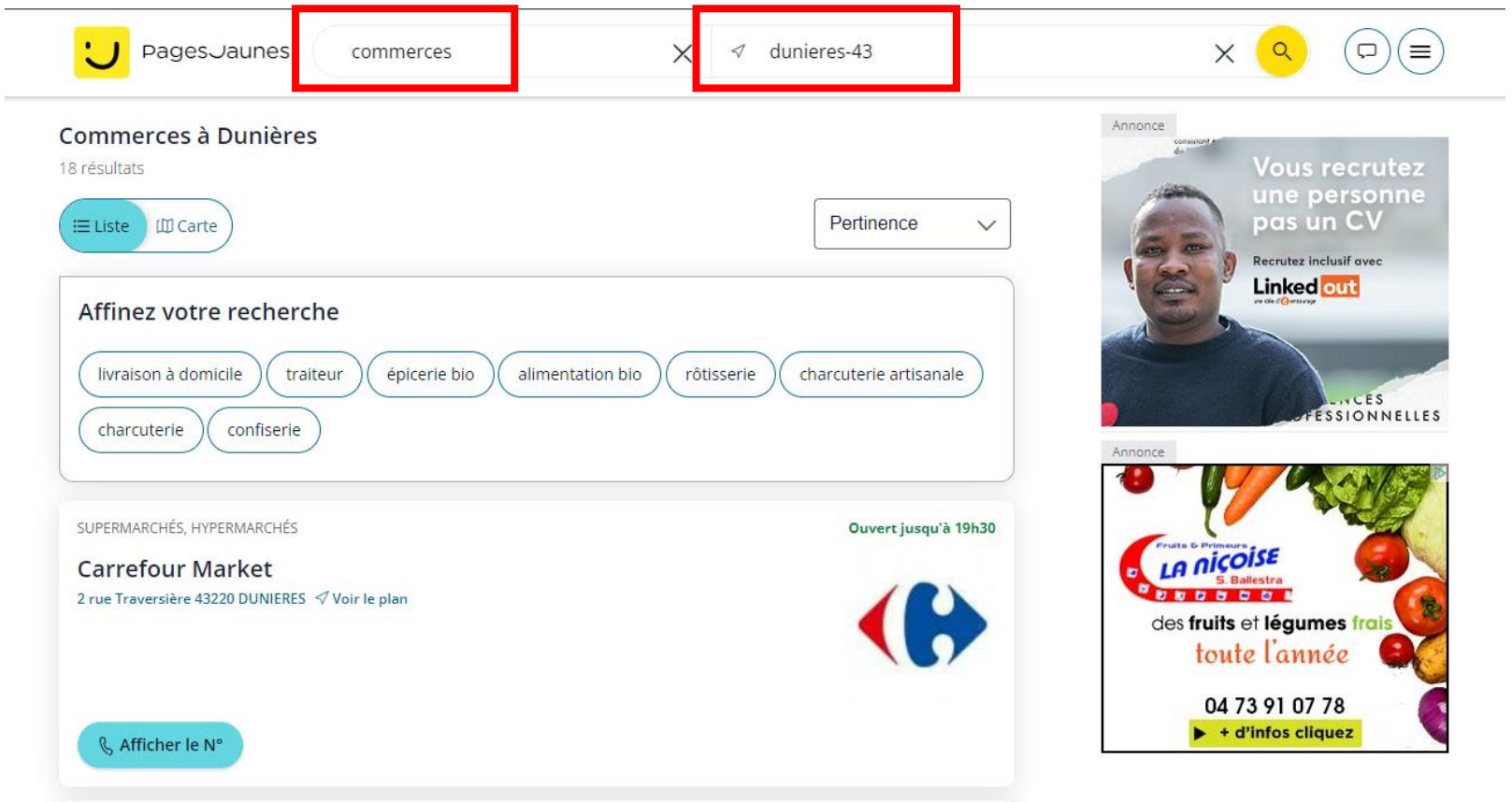
* Ce numéro valable 5 minutes n'est pas le numéro du destinataire mais le numéro d'un service permettant la mise en relation avec celui-ci. Ce service est édité par le site www.koifaire.com. Pourquoi ce numéro ?

Listing faisant penser aux pages jaunes, sauf qu'ici il n'y a que les adresses postales et le type d'activité > quel intérêt ?

Les encadrés cliquables « afficher le numéro » ramènent en réalité systématiquement au service d'appel payant présenté ci-dessus

Des filtres servant à orienter sa recherche sont présents sur le côté droit

Ces filtres sont eux-mêmes redivisés en plusieurs sous-catégories de manière à être le plus précis possible



Le deuxième site proposé dans les résultats de notre recherche Google est pagesjaunes.fr. Celui-ci nous annonce un total de 18 commerces trouvés (très très loin de la réalité), chacun d'eux est présenté à travers un encadré regroupant les informations essentielles les concernant, l'ensemble est mis sous le format d'une liste que l'on peut faire défiler simplement. On précise que chacun des encadrés représente une interface cliquable permettant d'accéder à une page plus détaillé concernant le commerce en tant que tel.

https://www.pagesjaunes.fr/annuaire/dunieres-43/commerces

BOULANGERIES-PÂTISSERIES (ARTISANS) **Ouvert jusqu'à 19h00**

Boulangerie Merelle

★ 5 **voir 1 avis**

30 rue 11 Novembre 43220 Dunières Voir le plan

Découvrez de nombreux bon pain ou pâtisseries au sein de notre boulangerie-pâtisserie. Ici, vous pourrez acheter plusieurs variétés de pain et des confiseries. Goûtez nos petits-fours sucrés ou salés et nos chocolats de Noël ou de Pâques. Vous allez vous régaler avec nos pizzas, n...

boissons à emporter | pain de campagne | pâtisserie sur commande | pain aux céréales | petit four sucré | sandwich | ...

Avis Très bien reçut par l'employée vous êtes très c... - Découvrir l'avis

Afficher le N°

PRIMEURS **Ouvert jusqu'à 19h15**

La Petite Halle

voir 1 avis

5 place St Martin 43220 Dunières Voir le plan

mondial relay | relais colis

Avis Accueil,service au top, de très bons légumes et... - Découvrir l'avis

Afficher le N°

Quelques exemples de commerces présents dans cette liste … avec très peu d'avis

VÊTEMENTS FEMMES **Fermé maintenant**

Jolie Môme

26 rue 11 Novembre 43220 Dunières Voir le plan

Jolie môme vous souhaite la bienvenue. Nous proposons du prêt-à-porter et des accessoires femmes qui répondent à tous les goûts. Contactez-nous également pour les cadeaux de naissance.

prêt à porter | caraco | parking | gants | bijoux | ceinture | écharpe | foulard

Afficher le N°

MAGASINS DE CHAUSSURES

Chaussures Chrystelle

4 rue St Martin 43220 DUNIERES Voir le plan

Afficher le N°

SUPERMARCHÉS, HYPERMARCHÉS +1

Vival

4,9 km de Dunières

3 montée Grotte 43220 Riotord Voir le plan

Notre supérette de proximité à Riotord met à votre disposition de nombreux articles pour le quotidien ! Dans notre commerce, du fromage ou de la charcuterie à la coupe de même que des produits bio sont à votre disposition....

Afficher le N°

On retrouve plusieurs variables pouvant être retrouvés dans ses encadrés:

★ 5 voir 2 avis

Avis Accueil,service au top, de très bons légumes et... - Découvrir l'avis

Un système d'avis qui comprend aussi l'option de la notation.

Ouvert jusqu'à 19h00

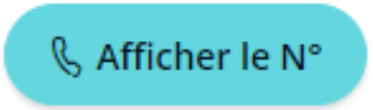
Les commerces peuvent indiquer si ceux-ci sont ouverts ou fermés

Découvrez de nombreux bon pain ou pâtisseries au sein de notre boulangerie-pâtisserie. Ici, vous pourrez acheter plusieurs variétés de pain et des confiseries. Goûtez nos petits-fours sucrés ou salés et nos chocolats de Noël ou de Pâques. Vous allez vous régaler avec nos pizzas, n...

Certains font le choix de proposer une description de leur activité, ce qui ne peut être que bénéfique quant à leur attractivité.

prêt à porter | caraco | parking | gants | bijoux | ceinture | écharpe | foulard

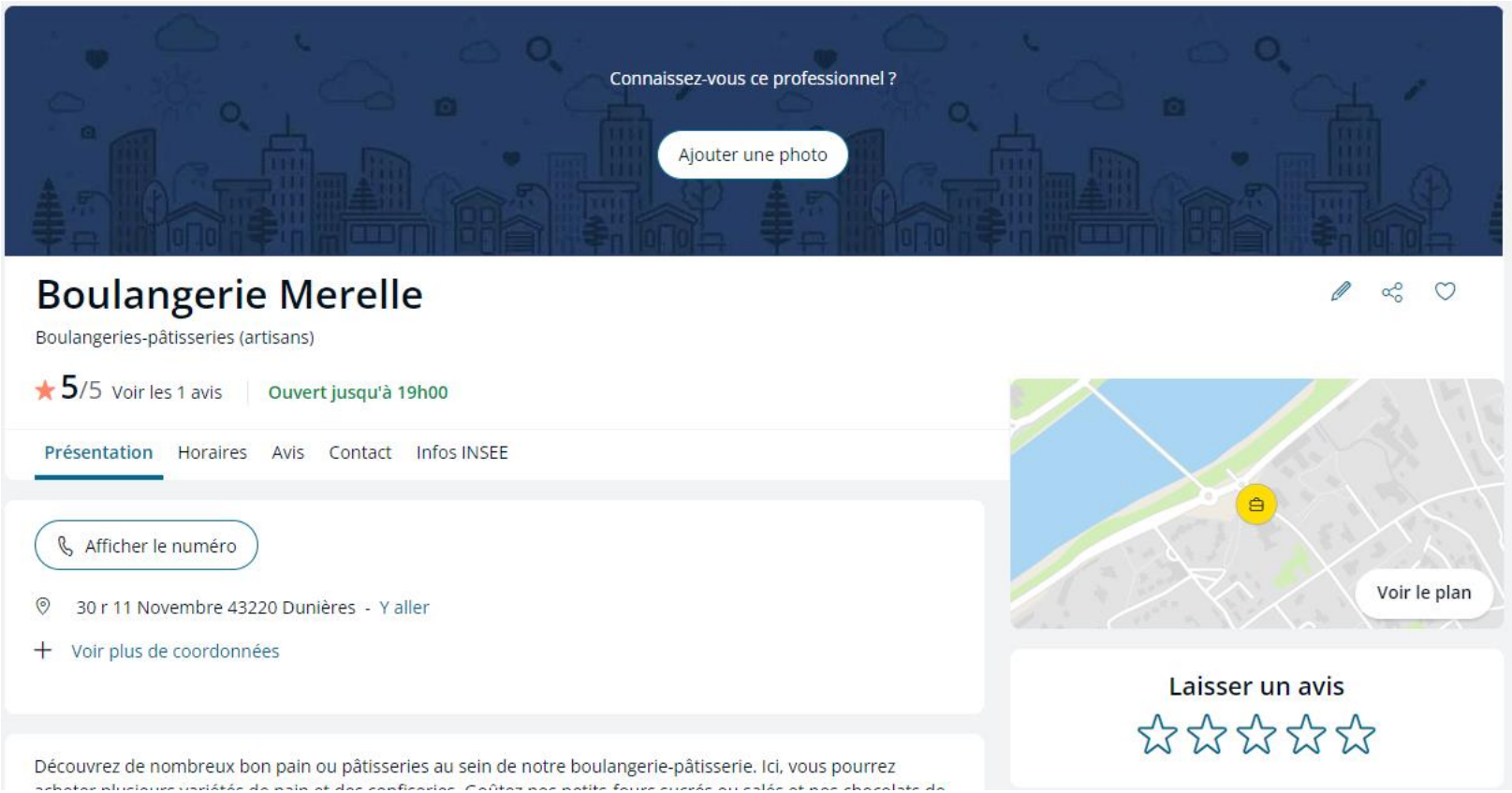
Il leur est aussi possible d'appliquer des « tags » pour indiquer plus précisément la nature de leur activité.



Tél : .09 74 56 49 97
Tél : .03 84 66 06 81

Aussi, lorsque l'on clique sur l'interface « Afficher le N° », celui-ci ou ceux-ci s'affiche(nt) réellement.

La fonction d'annuaire que propose le site est donc dès lors remplie.



En accédant à la page détaillant les informations concernant le commerce sélectionné, on remarque directement une fonctionnalité assez particulière. Il est possible pour n'importe qui d'ajouter une photo du commerce à cette page. Toutefois, on peut se demander si un réel contrôle est effectué et si l'on ne peut pas plutôt ajouter une photo complètement différente. Mise à part cela, la présentation est optimal, tout est clair et il est facile de s'y retrouver grâce à la catégorisation des informations mise à disposition (voir encadré rouge). On note cependant ici que le commerce n'a pas de photos ou d'images mettant en valeur son établissement.

Découvrez de nombreux bon pain ou pâtisseries au sein de notre boulangerie-pâtisserie. Ici, vous pourrez acheter plusieurs variétés de pain et des confiseries. Goûtez nos petits-fours sucrés ou salés et nos chocolats de Noël ou de Pâques. Vous allez vous régaler avec nos pizzas, nos quiches ou nos sandwiches. Nous proposons un service de pâtisseries sur commande.

Budget

Prix moyen : Baguette de pain à partir de 0.9 euros

C'est mon entreprise, **je mets à jour mes infos.**

Informations pratiques

Horaires

Lundi (Aujourd'hui) 06h00 - 19h00

Horaires incorrects ? **Je suggère une modification.**

Contacter

Boulangerie Merelle

boulangeries-pâtisseries (artisans)

30 r 11 Novembre 43220 Dunières

Ajouter ce pro aux favoris

Afficher le numéro

En défilant le long de la page on peut observer le détail et la multitude des informations mises à notre disposition.

Prestations

- boissons à emporter
- pâtisserie sur commande

Produits

- pain de campagne
- petit four sucré
- tarte salée
- pizza
- pain au levain
- pain de mie
- chocolat de Noël
- petit four salé
- pain aux céréales
- sandwich
- quiche
- pain de seigle
- pain complet
- confiserie
- chocolat de Pâques

Cette liste de services est incomplète ? **Je suggère une modification.**

Avis

5/5

Très bien

1 avis

Écrire un avis

Tous nos avis sont modérés. En savoir plus

Plus d'informations sur le service de dépôt d'avis, notre politique de modération et de fiabilisation des avis en ligne : Conditions Générales des services du compte

damienroyon4343

Tence

★ 5/5

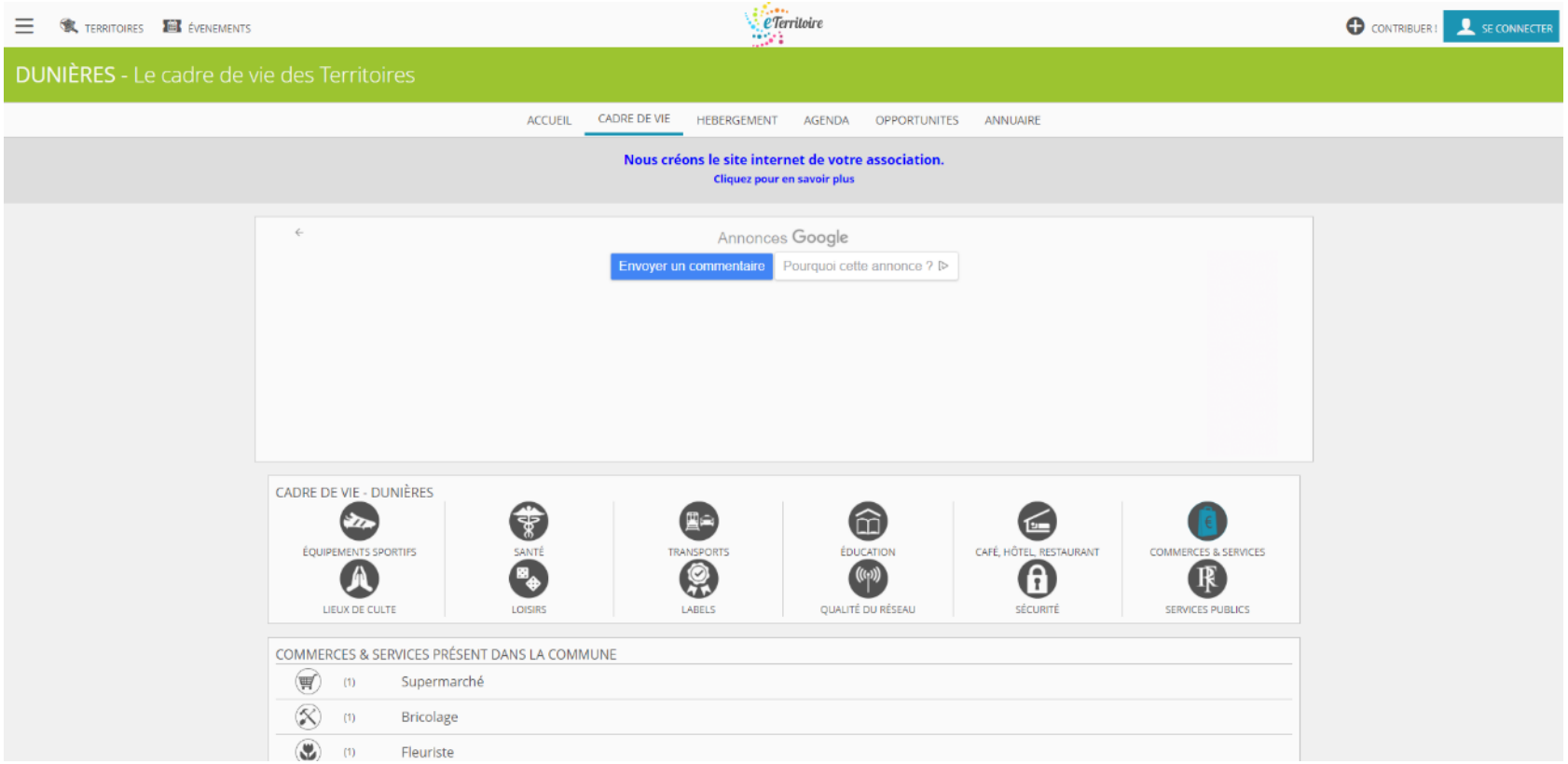
Le 22 septembre 2020 au sujet de Boulangeries-pâtisseries (artisans)
Expérience vécue le 22 septembre 2020

Très bien reçut par l'employée vous êtes très charmante

Propriétaire, répondez | Signalez un abus

J'aime

On peut donc aisément dire que le site pagesjaunes.fr nous donnent un panel informations bien plus intéressant que celui proposé par les deux autres sites vus précédemment.



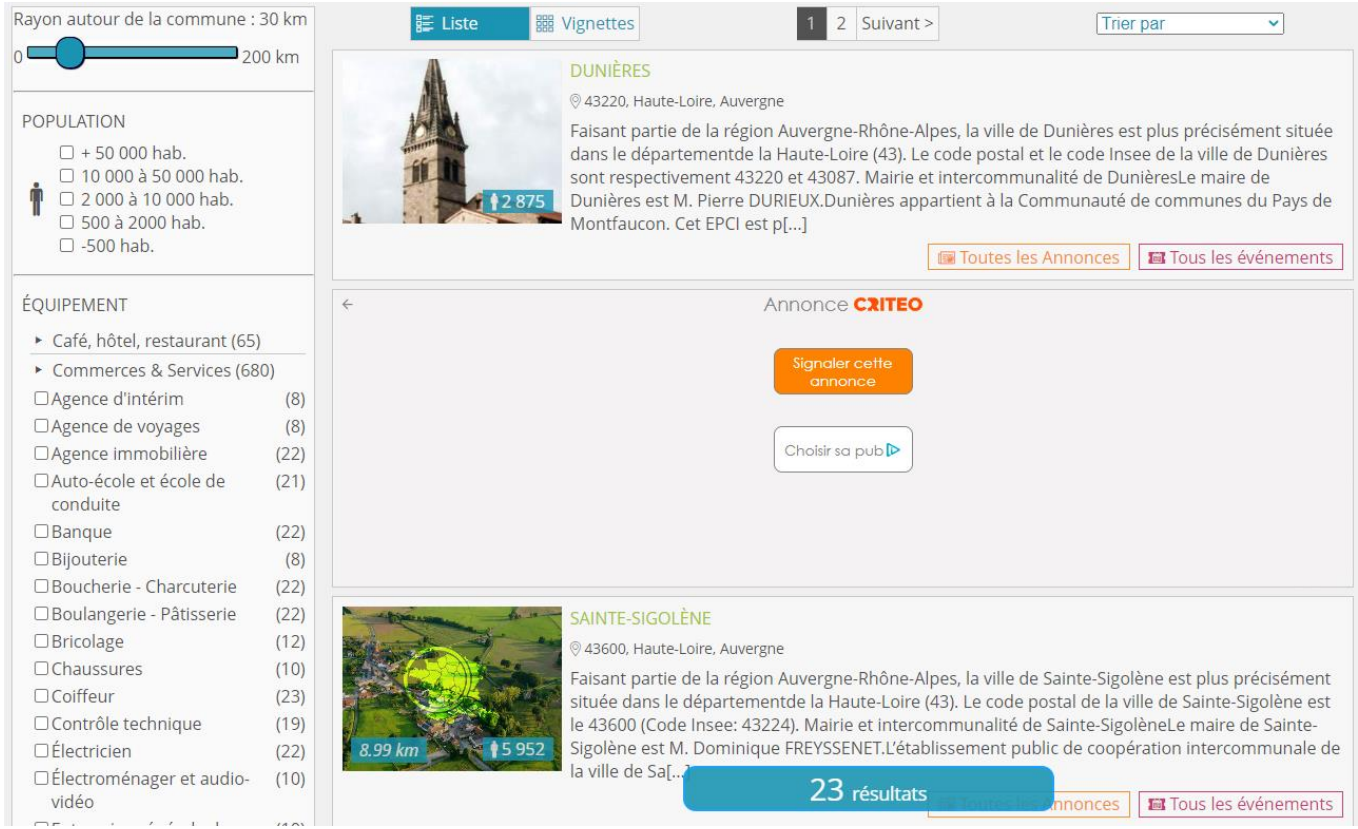
Le troisième lien renvoie vers e-territoire:
système de filtres permettant d'orienter notre recherche ; Manque de couleurs, le site parait froid ; Présence d'un annuaire, mais ne comporte pas de numéros de téléphone ; Tout type de commerces répertories ; intitulé en bleu stipulant que « qu'ils » peuvent créer un site internet pour une commune en une semaine (on ne sait pas qui …). Le site dispose de 6 sections principales (ci-dessus la page d'accueil nous plaçant par défaut dans la catégorie « cadre de vie »). En haut à droite il est possible de se connecter à son compte ainsi que de contribuer au site (>poster une publication de notre choix gratuitement …)

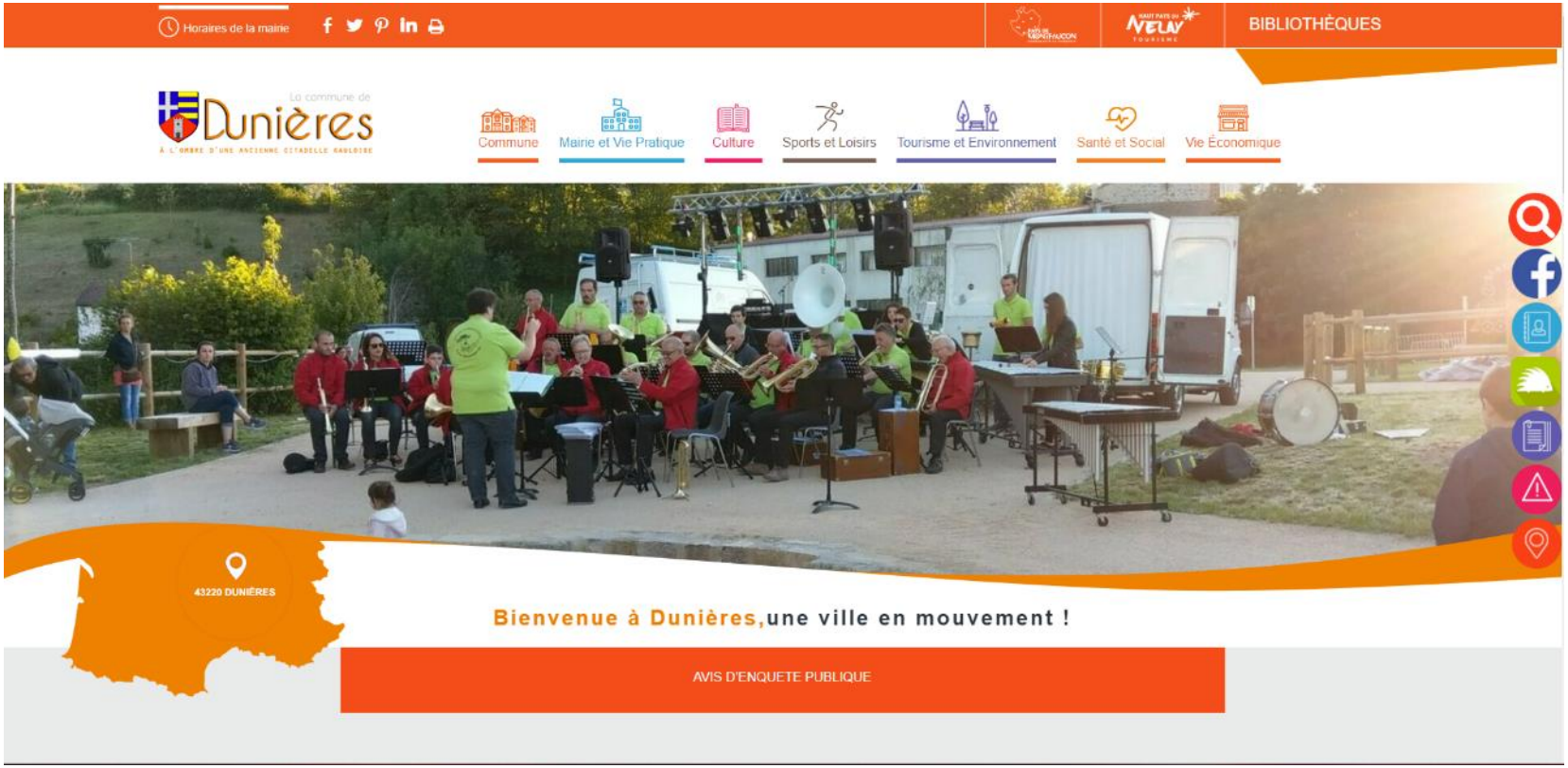
https://www.eterritoire.fr/territoires/auvergne-rhone-alpes/haute-loire/dunieres/43087/16800?cadre-vie=commerces-et-services

GROS Problème → Si on clique sur l'une des catégories proposées (ici en commerces et services)

Exemple : (1) Supermarché

Nous n'obtenons pas les résultats attendus puisque le site nous propose les différentes villes du département au lieu de nous proposer les supermarchés à Dunières.





Bien que celui-ci ne soit pas mentionné dans les résultats de notre recherche, la ville de Dunières possède bel et bien un site internet. On va donc s'intéresser ici au contenu dédié aux commerces que celui-ci propose.

https://www.dunieres43.fr/

VIE ÉCONOMIQUE

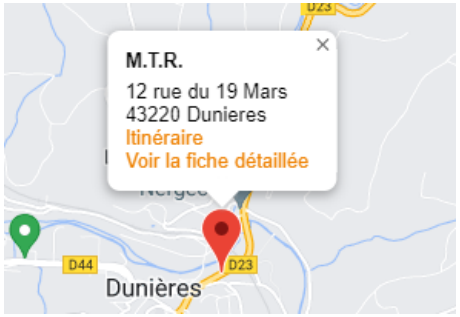
Vie Economique

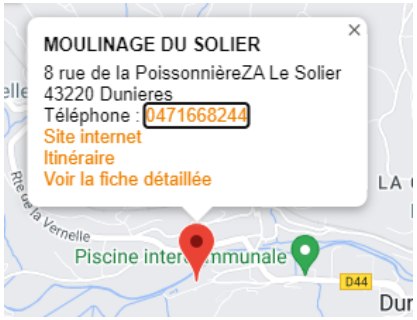
Votre entreprise

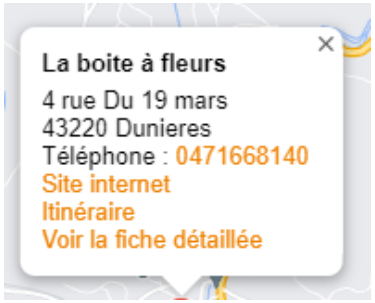
Tous | Commerces & Artisans | Artisan | industrie | Libéral | Indépendant

- Tous
- **Commerces & Artisans**
- M.T.R.
- MOULINAGE DU SOLIER
- ETS CROUZOULON
- ROUCHON TRAVAUX PUBLIC
- SAS CARROSSERIE COSTET
- La boite à fleurs
- CONTROLE TECHNIQUE DUNIEROIS
- GARAGE BEAL SARL
- Pâtisserie La Duneira

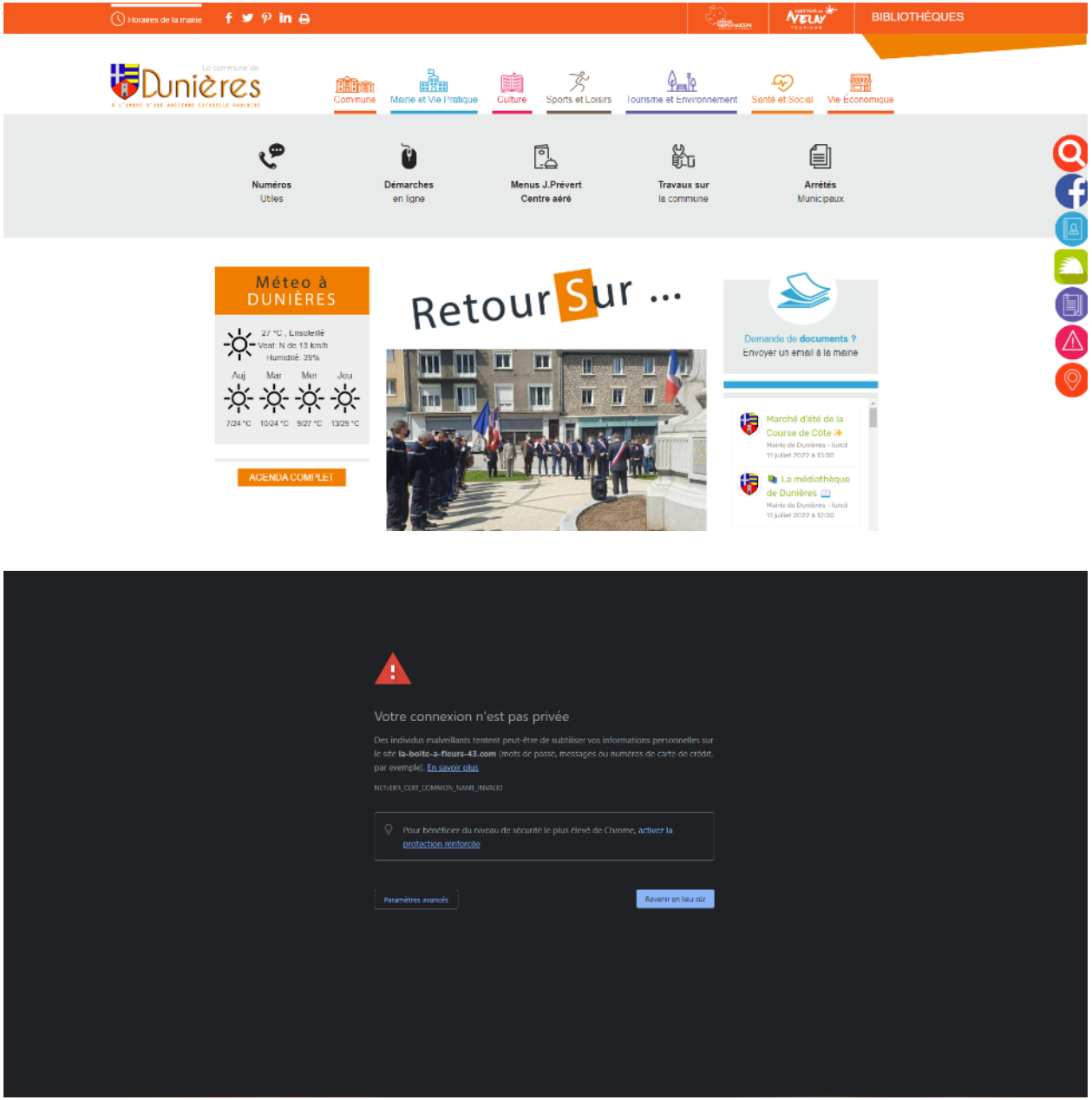
C'est en se rendant dans la section « Vie économique » que l'on va pouvoir trouver ce que l'on cherche. En effet, on peut voir ici une catégorie « Commerces et Artisans » dans laquelle on peut retrouver 9 commerçants, petit nombre comparé à la réalité. De plus que l'interface que le site nous propose est inadaptée.





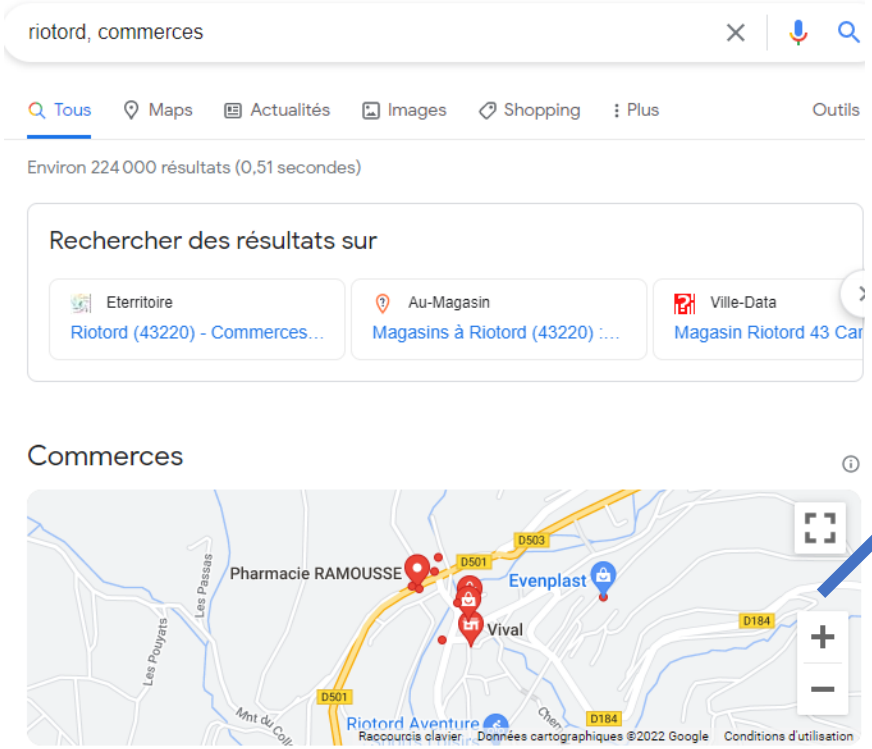


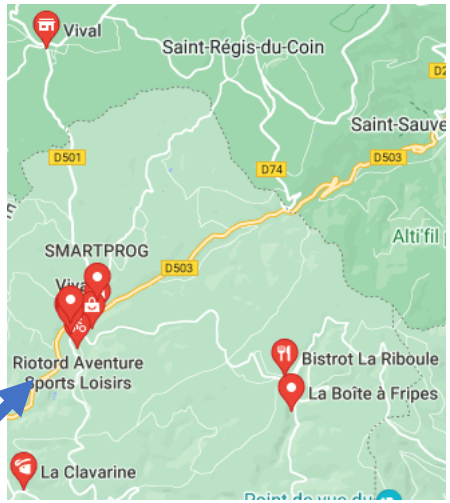
Effectivement, en cliquant sur le nom de l'enseigne souhaitée, on voit apparaitre un onglet de ce type à l'emplacement du commerce sur la carte. On retrouve comme informations l'adresse, le numéro de téléphone ainsi qu'un lien vers le site internet lorsqu'il y en a un. Pour autant il n'y a pas de page dédiée à chacun des commerces ce qui peut mettre en difficulté la bonne compréhension des informations.



Pour ce qui est des sites internet, l'un renvoie tout simplement à la page d'accueil du site de la ville de Dunières et l'autre ne semble pas être fiable. En d'autres termes ces liens ne sont pas réellement fonctionnels.

4.8. ANALYSE NUMERIQUE DE RIOTORD





https://www.eterritoire.fr › territoires › haute-loire › riot...

Riotord (43220) - Commerces & Services - eTerritoire

Commerces & Services présent dans la commune · Banque. 1. Banque · Boulangerie - Pâtisserie. 2. Boulangerie - Pâtisserie · Coiffeur. 1. Coiffeur · Librairie ...

https://www.au-magasin.fr › Départements › Haute Loire

Magasins à Riotord (43220) : Horaires, Adresse et Avis

Liste des magasins à **Riotord** (43220) ; La Poste **Riotord**. 2 Rue Du Pont - 43220 **Riotord**. Service postal ; Vival **Riotord**. 3 Montee De La Grotte - 43220 **Riotord**.

https://www.journaldunet.com › riotord › ville-43163

Entreprises, commerces et services à Riotord (43220) - JDN

Nombre d'entreprises, créations d'entreprises, **commerces** : toutes les informations sur les entreprises de **Riotord** (43220, Haute-Loire)

https://www.riotord.fr › riotord-artisans-commercants_fr

Riotord artisans commerçants

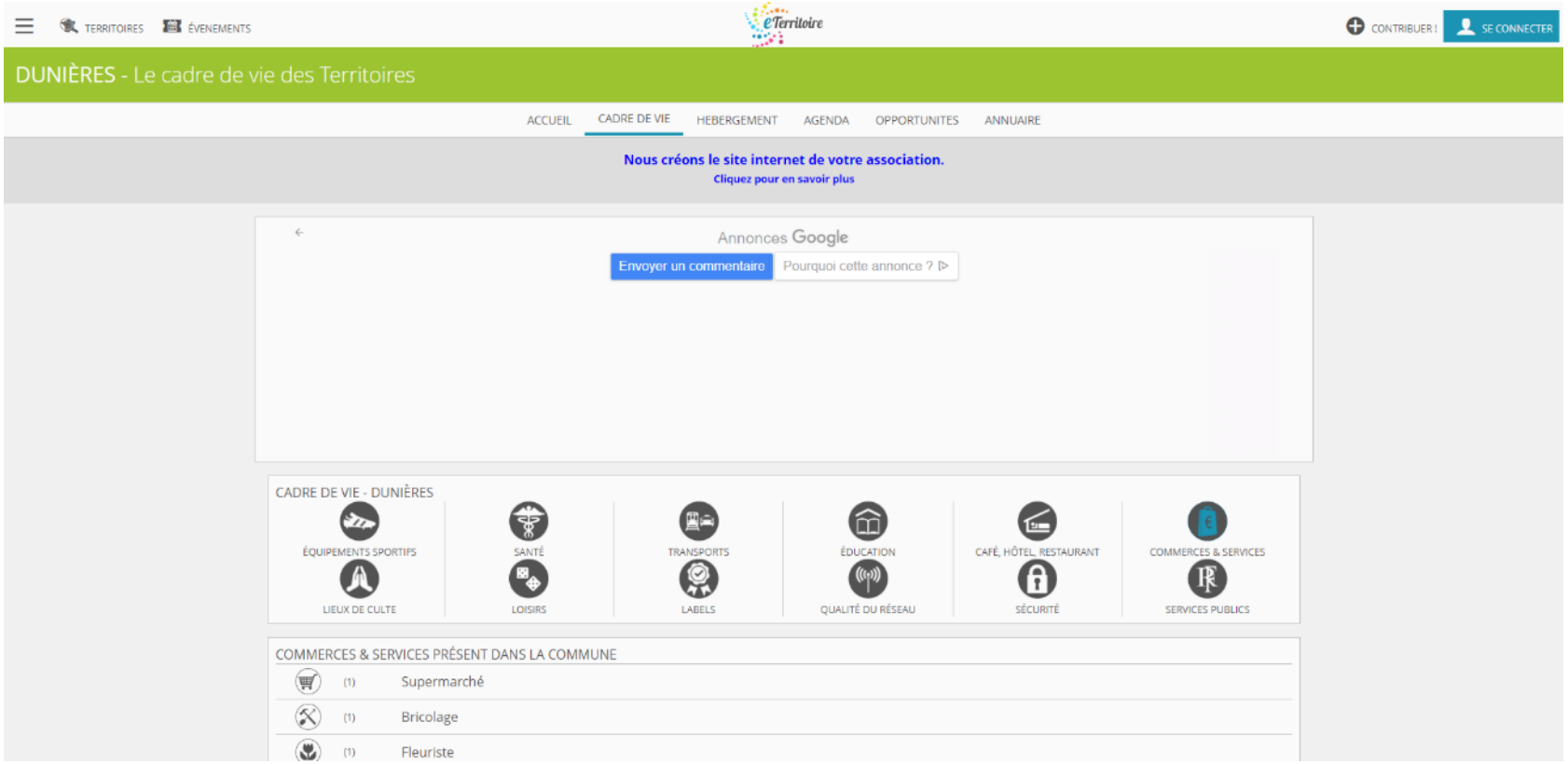
Artisans & Commerçants de la Commune de **Riotord** · AGENCEMENT 43. AGENCEMENT 43. Fabrication de meubles. · LA RIBOULE. LA RIBOULE. Les Setoux · A A Z TRADUCTION. Vous avez consulté cette page le 08/07/22.

https://ville-data.com › Magasin › Haute Loire

Magasin Riotord 43 Carte des magasin, avis et horaires

1 juil. 2022 — 5 Magasins à **Riotord** pour votre shopping. Carte des Magasins avec coordonnées, avis et photos. Liste de tous les **commerces** postez vos ...

Une recherche générique sur le terme commerce pour Riotord montre ici un peu moins d'incohérence concernant les commerces situés sur la Maps comparé aux autres communes vues précédemment. Toutefois, pour ce qui est des résultats le schéma reste le même avec un site local et quelques sites nationaux sortant. Le site de la commune ressort en 4ème position tout de même.



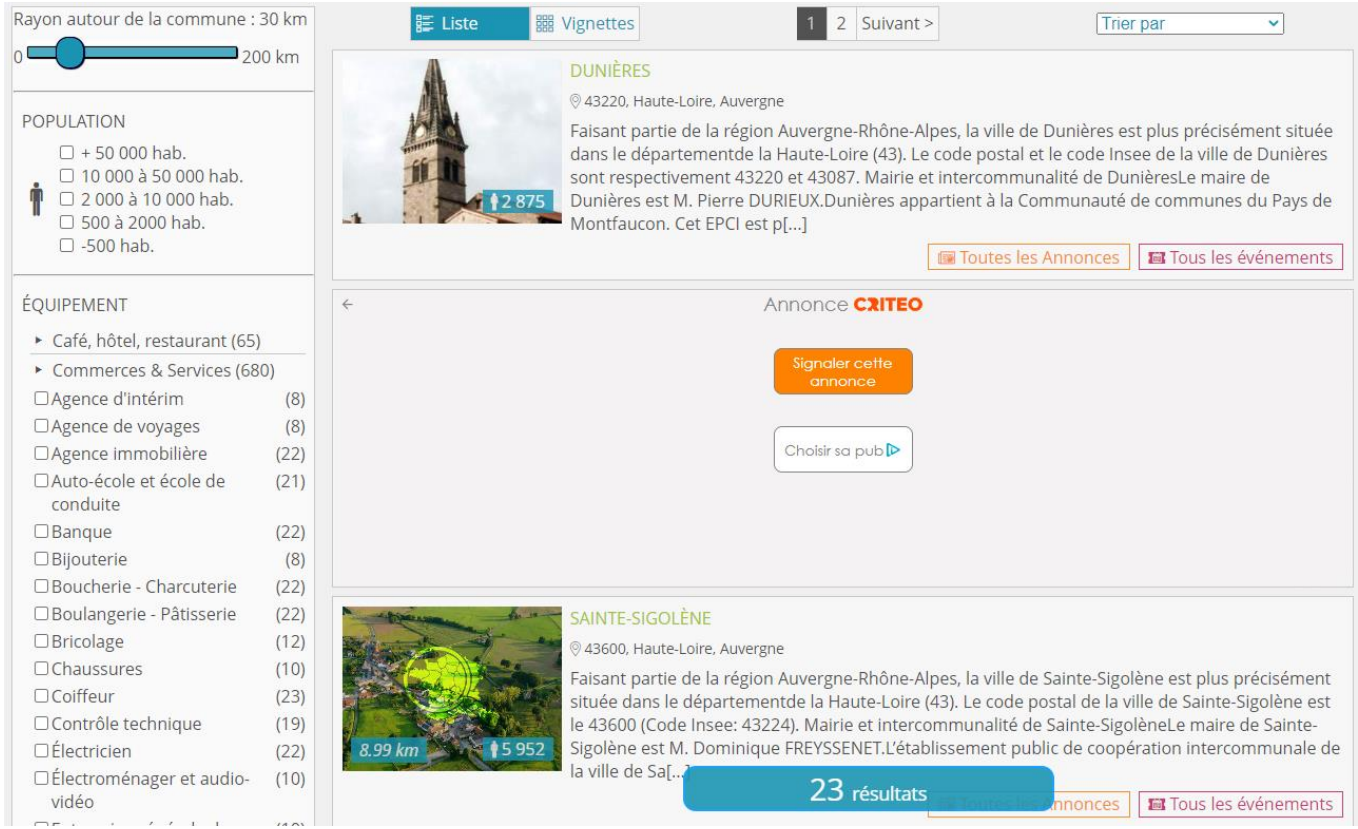
Le premier lien renvoie vers e-territoire:
système de filtres permettant d'orienter notre recherche ; Manque de couleurs, le site parait froid ; Présence d'un annuaire, mais ne comporte pas de numéros de téléphone ; Tout type de commerces répertories ; intitulé en bleu stipulant que « qu'ils » peuvent créer un site internet pour une commune en une semaine (on ne sait pas qui …). Le site dispose de 6 sections principales (ci-dessus la page d'accueil nous plaçant par défaut dans la catégorie « cadre de vie »). En haut à droite il est possible de se connecter à son compte ainsi que de contribuer au site (>poster une publication de notre choix gratuitement …)

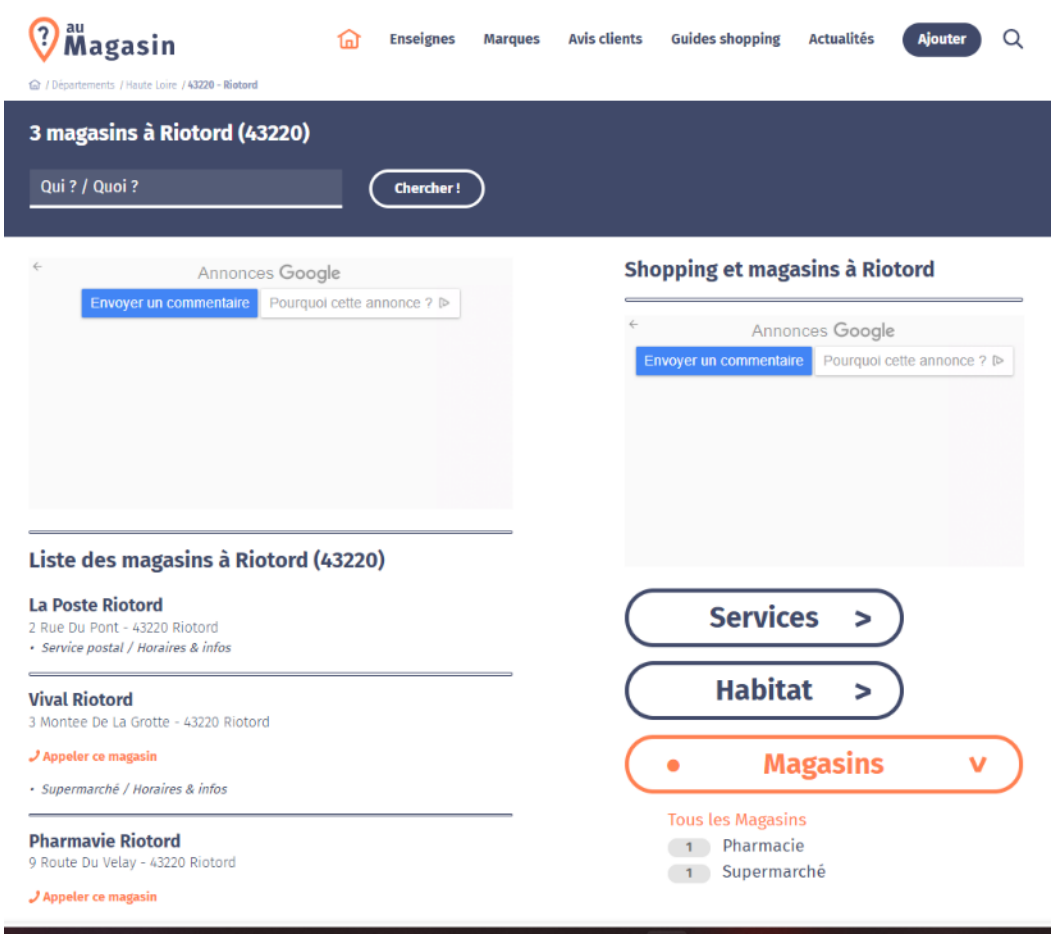
https://www.eterritoire.fr/territoires/auvergne-rhone-alpes/haute-loire/dunieres/43087/16800?cadre-vie=commerces-et-services

GROS Problème → Si on clique sur l'une des catégories proposées (ici en commerces et services)

Exemple : (1) Supermarché

Nous n'obtenons pas les résultats attendus puisque le site nous propose les différentes villes du département au lieu de nous proposer les supermarchés à Dunières.





Le second lien renvoie vers « Au magasin » qui ne recense que 3 commerces sur Riotord!

Site de recensement, pas de mise en valeur des commerces, vise à transmettre les coordonnées de ceux-ci.
Possibilité de recherche ciblée par une barre de recherche : « Qui/Quoi ? ».
Les couleurs sont ok.
Site national.

La Poste Riotord
2 Rue Du Pont - 43220 Riotord
• *Service postal / Horaires & infos*

Vival Riotord
3 Montee De La Grotte - 43220 Riotord
Appeler ce magasin
• *Supermarché / Horaires & infos*

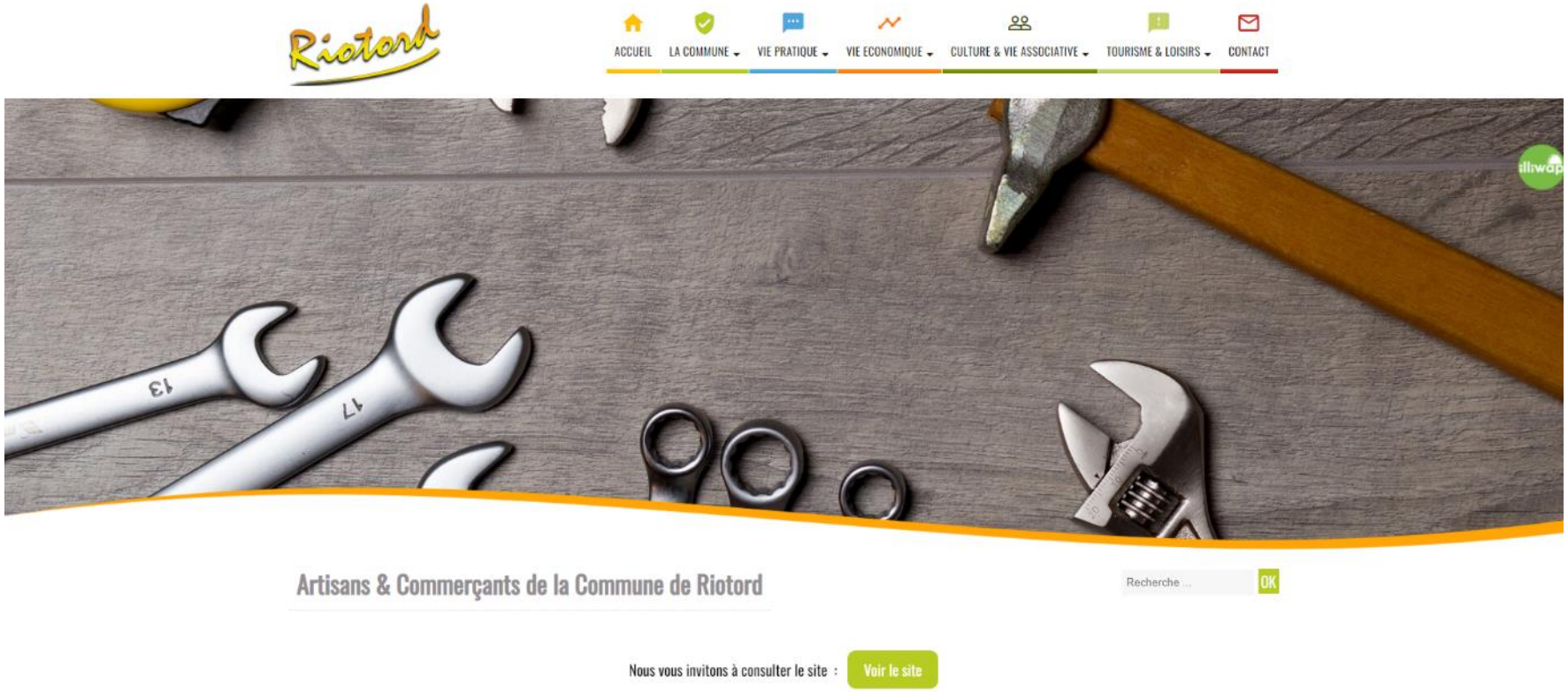
Pharmavie Riotord
9 Route Du Velay - 43220 Riotord
Appeler ce magasin
• *Pharmacie / Horaires & infos*

La Poste Riotord
2 Rue Du Pont - 43220 Riotord
• *Service postal / Horaires & infos*

Vival Riotord
3 Montee De La Grotte - 43220 Riotord
04 71 75 33 97
• *Supermarché / Horaires & infos*

Pharmavie Riotord
9 Route Du Velay - 43220 Riotord
04 71 75 37 87
• *Pharmacie / Horaires & infos*

Les éléments de texte « appeler ce magasin » fonctionne et donne réellement les numéros des commerces associés, équivalent de pages jaunes



Voici le site local de Riotord, arrivé en 4ème position de la recherche. Il ne s'agit pas du même modèle que les autres sites locaux que l'on a pu voir précédemment, celui-ci prend aussi en compte les artisans. Au niveau de la forme la présence d'une image et de multiples couleurs contribuent bien à la bonne compréhension des informations.
Par contre, le visuel choisi (outils) interroge car à notre connaissance, il n'y a pas de magasin de bricolage à Riotord.

https://www.riotord.fr/riotord-artisans-commercants_fr.html

Artisans & Commerçants de la Commune de Riotord

AGENCEMENT 43

En savoir plus

Za de Mauras
43220 RIOTORD
04 71 59 66 29

LA RIBOULE

En savoir plus

Les Setoux
43220 Riotord
04 71 75 38 49
06 66 37 48 10

Visitez le site internet

A A Z TRADUCTION

En savoir plus

1, Impasse de Merdary
43220 Riotord

VIVAL

En savoir plus

3 Montée de la Grotte
43220 Riotord
04 71 75 33 97

UN HAIR DE DETENTE

En savoir plus

04 71 58 44 51
6 Route du Velay
43220 Riotord

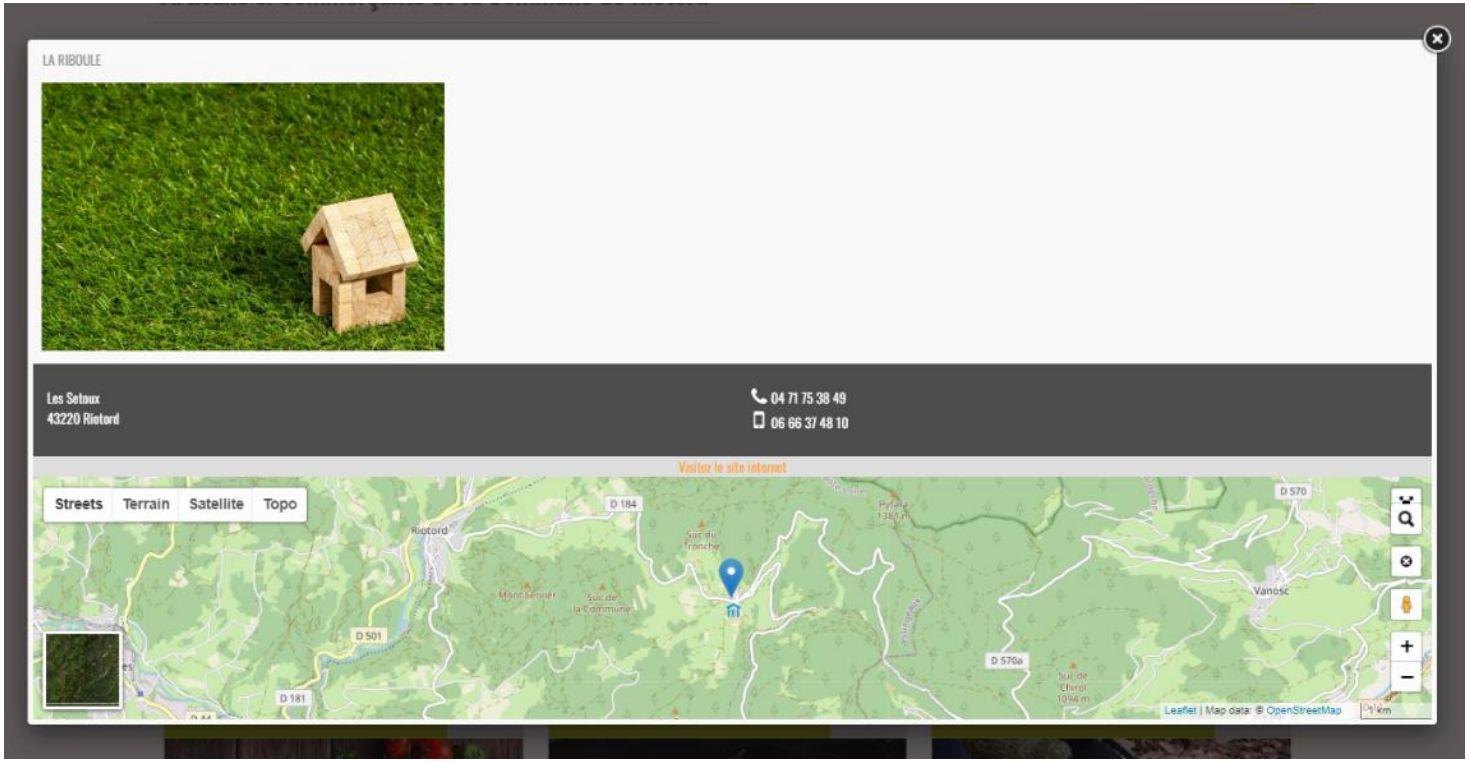
SAGNOL DAVID - TRAVAUX FORESTIERS

En savoir plus

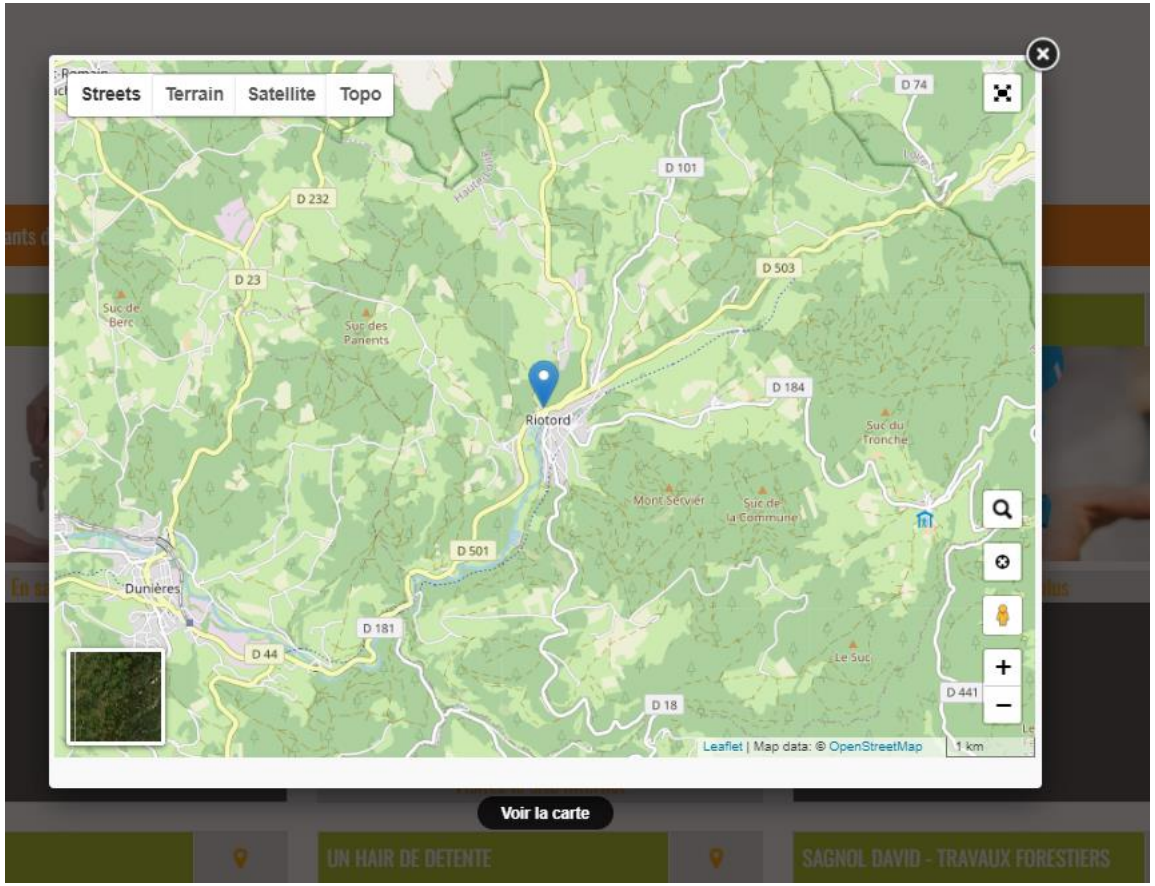
Lieu dit Les Buffes
43220 Riotord
04 71 75 33 65
06 30 82 48 64

En faisant défiler la page on retrouve une liste de 15 commerces, pour lesquels nous est transmis géolocalisation, moyen de contact, adresse. Une image servant à distinguer le secteur d'activité du commerce est affiliée à chaque enseigne.

En savoir plus

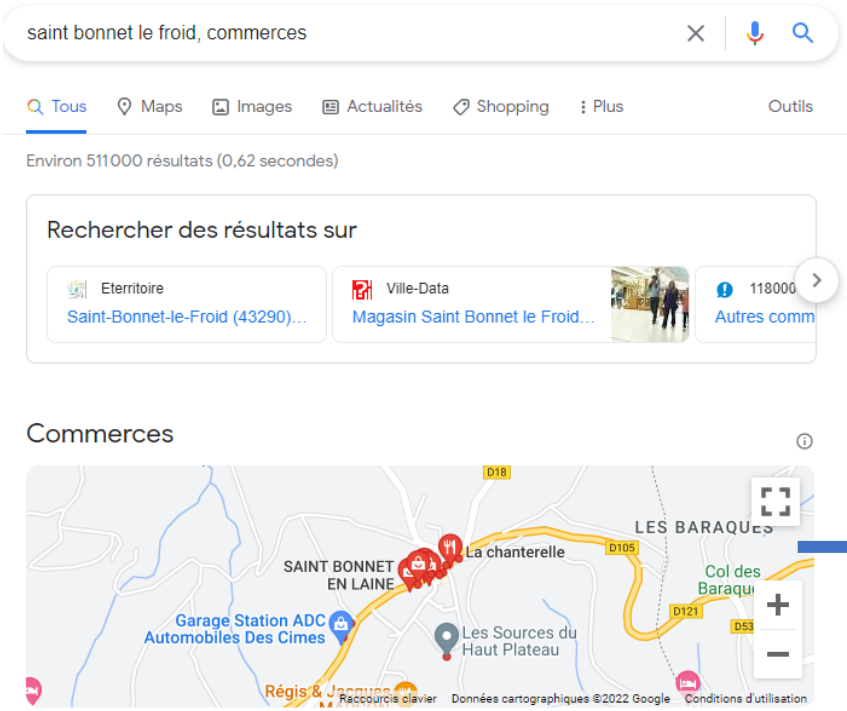


En cliquant sur « En savoir plus », il est aussi possible d'ouvrir un onglet dédié au commerce sélectionné mais en réalité aucune information n'y est ajouté.



On note aussi que la géolocalisation des commerces est fonctionnelle.

4.9. ANALYSE NUMERIQUE DE SAINT-BONNET-LE-FROID



https://saintbonnetlefroid.fr › commerces

Commerces

Commerces. En un clic. Icône Office de Tourisme. Office de Tourisme ... **Saint-Bonnet-le-Froid**, une commune de Haute-Loire. Ville de. **Saint-Bonnet-le-Froid**.

https://www.eterritoire.fr › territoires › haute-loire › sai...

Saint-Bonnet-le-Froid (43290) - Commerces & Services

Commerces & Services présent dans la commune · Fleuriste. 1. Fleuriste · Boucherie - Charcuterie. 1. Boucherie - Charcuterie · Coiffeur. 2. Coiffeur · Garage ...

https://station.illiwap.com › public › actu › commerces-...

COMMERCES OUVERTS A ST BONNET LE FROID

27 mars 2020 — **COMMERCES** OUVERTS A **ST BONNET LE FROID** · La Chanterelle (Boulangerie-Pâtisserie) : Du jeudi au lundi de 7H à 13H · Fromagerie des Cimes : Du jeudi ...

https://www.journaldunet.com › ville › ville-43172 › e...

Entreprises, commerces et services à - Saint-Bonnet-le-Froid

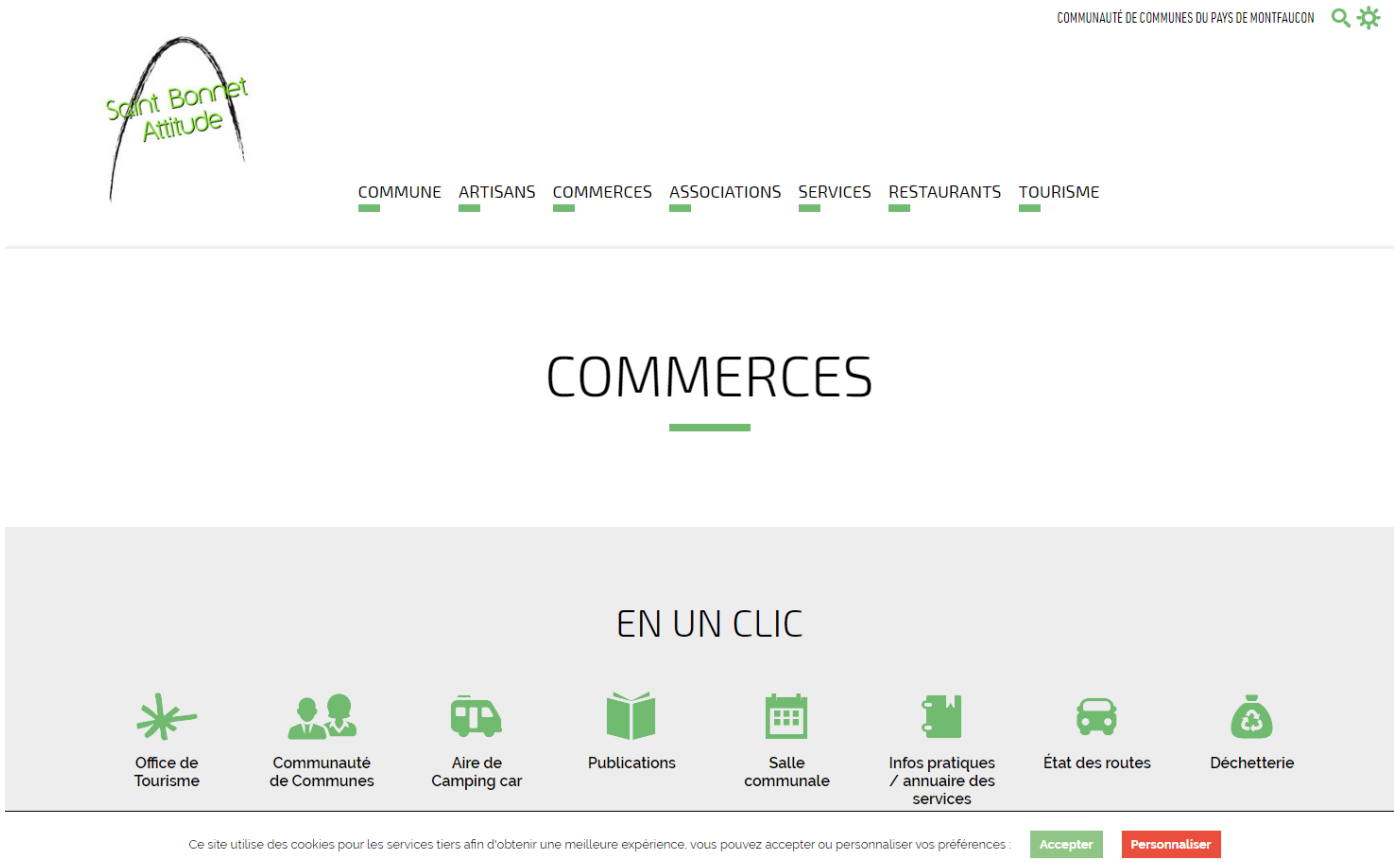
Nombre d'entreprises, créations d'entreprises, **commerces** : toutes les informations sur les entreprises de **Saint Bonnet le Froid** (43290, Haute-Loire)

https://ville-data.com › Magasin › Haute Loire

Magasin Saint Bonnet le Froid 43 - Ville-Data.com

9 Magasins à **Saint Bonnet le Froid** pour votre shopping. Carte des Magasins avec coordonnées, avis et photos. Liste de tous les **commerces** postez vos ...

Une recherche générique sur le terme commerce pour Saint Bonnet le Froid nous montre ici qu'il semble y avoir un problème de concordance entre les commerces affichés sur la Maps et ceux de Saint Bonnet le Froid. La Maps prend en compte deux supermarchés présents sur une autre commune. Concernant les résultats, le premier site internet proposé est local ce qui représente un très bon point. Toutefois, tous les autres sites proposés après celui-ci sont eux d'ordre national.



Voici donc la page que nous propose le site local saintbonnetlefroid.fr. Tout d'abord, on voit que l'objet de notre recherche a bien été pris en compte puisque cette page est dédiée aux commerces. Cependant, on s'aperçoit qu'il n'y a en réalité aucun contenu de disponible sur la page en question. Comme on peut le voir ci-dessus, mise à part l'intitulé « COMMERCES », rien d'autre n'est consultable sur la page. La forme elle est correcte.

https://saintbonnetlefroid.fr/commerces/

CRAZY RANCH

Sellerie, équipement western

Tout pour le cavalier et sa monture :

Selles toute discipline
Accessoires
Vêtements…

Produits et conseils professionnels

Horaires d'ouvertures

Samedi : 9h30 à 12h00 et de 14h00 à 18h00
Dimanche : 9h30 – 12h00

CONTACT

Route de la Saint Bonnette
43290 Saint-Bonnet-le-Froid
04 71 59 67 71
sarl.crazyranch@gmail.com

Cependant, si l'on se penche sur la section « Commerces » présente en haut de page, on se rend compte qu'il y a bel et bien des commerces présents sur ce site mais que c'est en réalité le lien sur lequel on a cliqué qui est dysfonctionnel. On peut le voir ci-dessus avec l'enseigne « Crazy Ranch » qui dispose bien d'une page spécifique sur laquelle on peut retrouver moyen de contact, horaires d'ouvertures ou encore types services proposés.

Certains des commerces présents au site ont des pages très riches en information. L'exemple de St Bonnet en Laine ci-contre en est la preuve. On retrouve plusieurs photographies de l'intérieur du magasin, un texte de présentation, un lien vers un site internet et même une photo de la propriétaire.

ST BONNET EN LAINE

CONTACT

04 71 65 21 16
06 59 05 79 12
boutique@saint-bonnet-en-laine.fr
Suivez-nous sur Facebook

SITE INTERNET

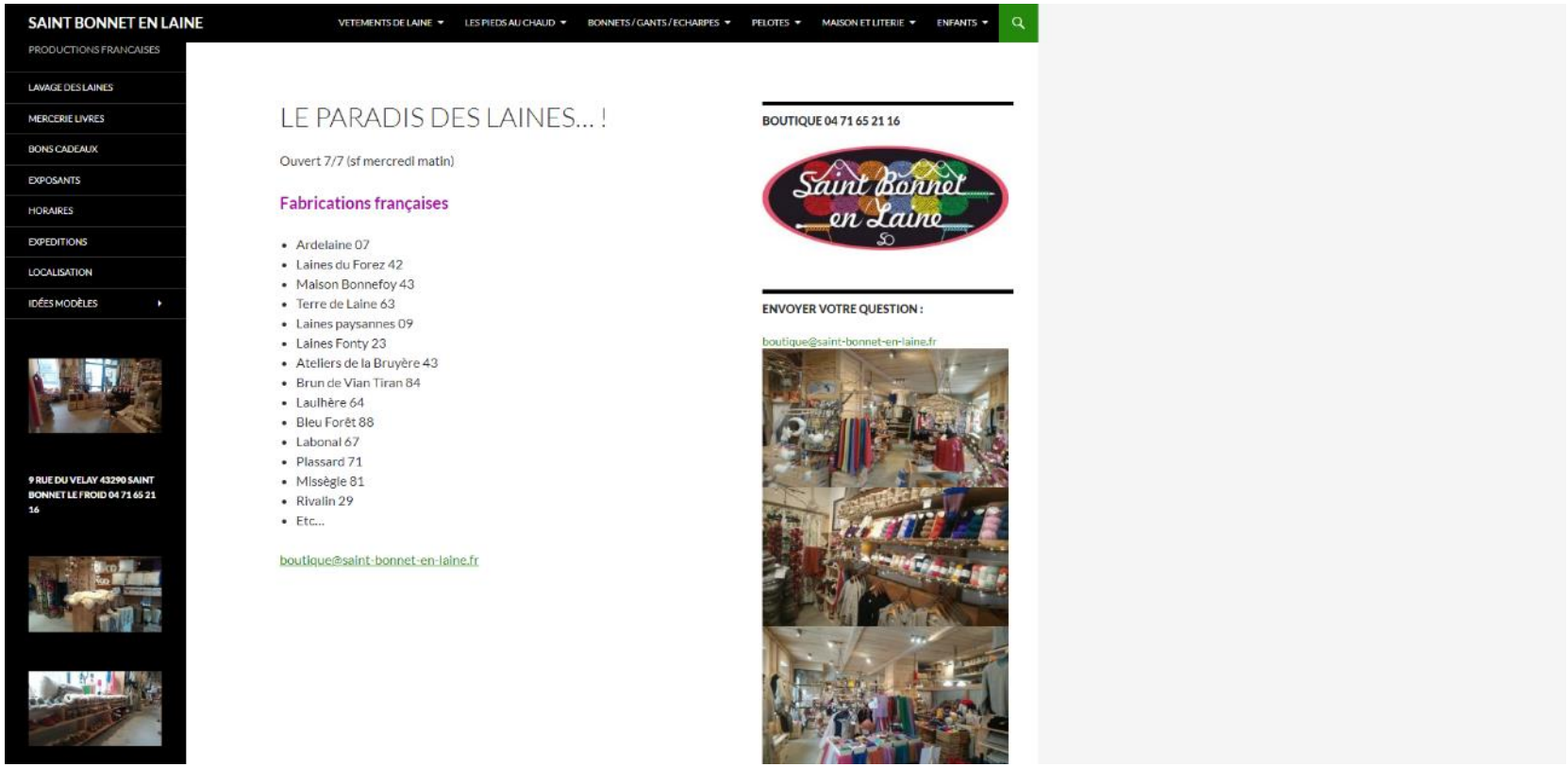
Sophie SAMICA

Une boutique sur le thème de la laine à St Bonnet le Froid... Vous y trouverez pulls, vestes, cadeaux, chaussons, chaussettes, écharpes, gants, sacs et bien sûr des bonnets !!! Ainsi qu'un bel espace tricotage pour vos loisirs avec mérinos, angora, mohair, coton, soie... Le tout en privilégiant les laines et fils naturels de nos beaux terroirs...

Horaires d'ouverture :
7j/7 même les dimanches et jours fériés (fermeture uniquement le mercredi matin).

Retrouvez les dernières actualités et nouveautés sur le SITE INTERNET de la boutique en cliquant ICI.

La boutique Saint-Bonnet en Laine, propose des ateliers tricot d'une heure, pour tous niveaux. **Retrouvez toutes les dates** ici!



On note que ce site internet est tout à fait fonctionnel et accessible bien que pas totalement calibré (problème de format ci-dessus).

COMMERCES ASSOCIATIONS

- CRAZY RANCH
- ST BONNET EN LAINE
- LA CABANE DU CHASSEUR
- BOULANGERIE / PÂTISSERIE / SALON DE THÉ LA CHANTERELLE
- VINS MARCON
- LA BOITE À FROMAGE
- LA MAISON DE L'AIL
- TABAC / PRESSE / BAR LES GENETS D'OR
- BAR DE PAÏS / VINS – BIÈRES – COCKTAILS
- LES ÉPILOBES
- AU COIN DU BOIS
- LA CHOUETTE

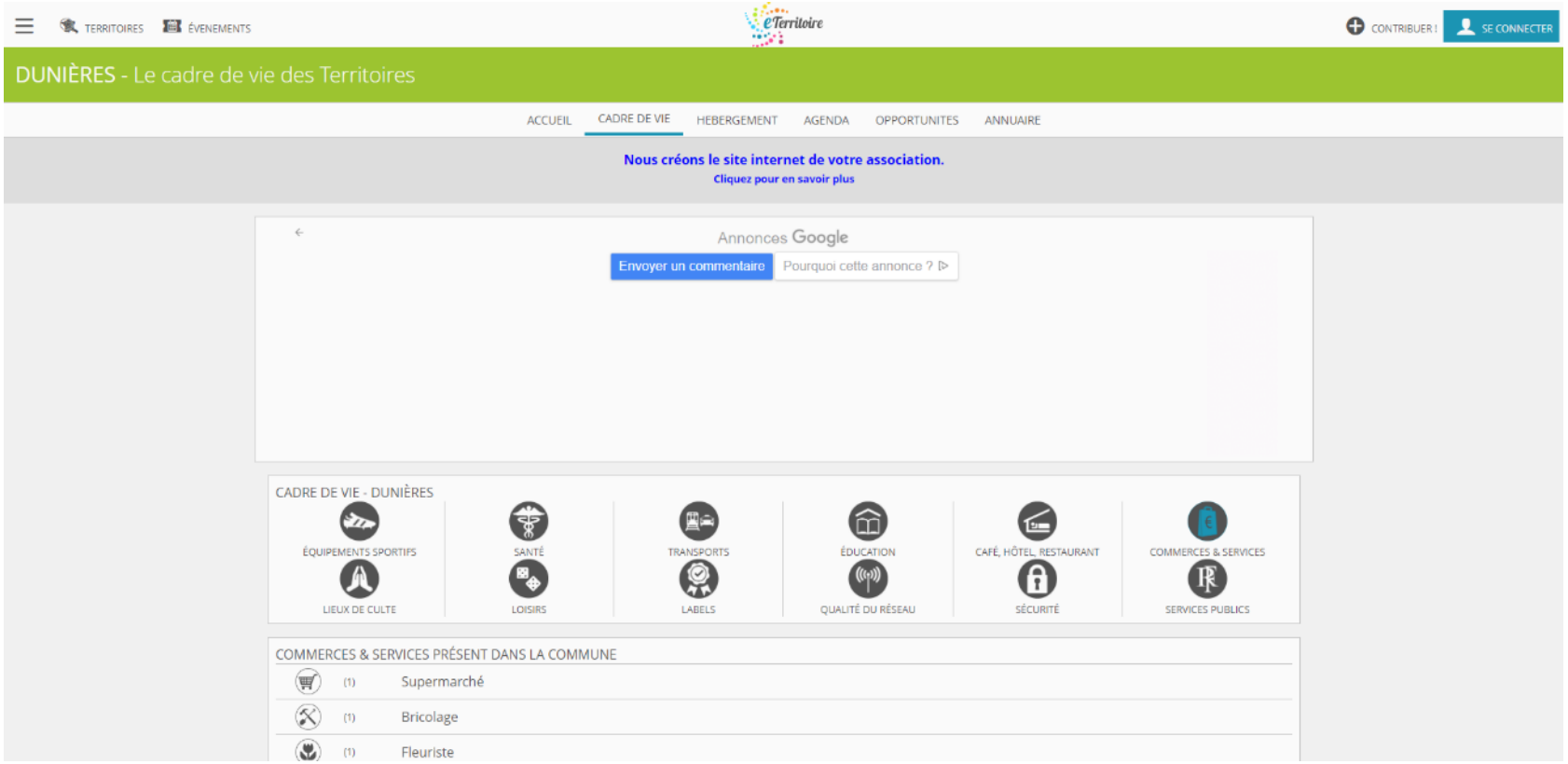
ARTISANS **COMMERCES** AS

- ADJAO MAISON
- VISUAL COIFFURE
- GARAGE AUTOMOBILE DES CIMES
- MOBE, PIERRE PLATON, MENUISERIE, CHARPENTE, OSSATURE BOIS
- SYLVAIN BOUILLOT
- LA CUEILLEUSE – SANDRA REYNIER

RESTAURANTS TOURISME

- LES GENETS D'OR
- BISTROT LA COULEMELLE
- HÔTEL RESTAURANT RÉGIS ET JACQUES MARCON
- HÔTEL RESTAURANT LE FORT DU PRÉ
- CHAMPISNACK
- AUBERGE DES MYRTILLES

Finalement c'est 12 commerces, 6 artisans et 6 restaurants qui sont présents sur le site de St Bonnet le Froid.



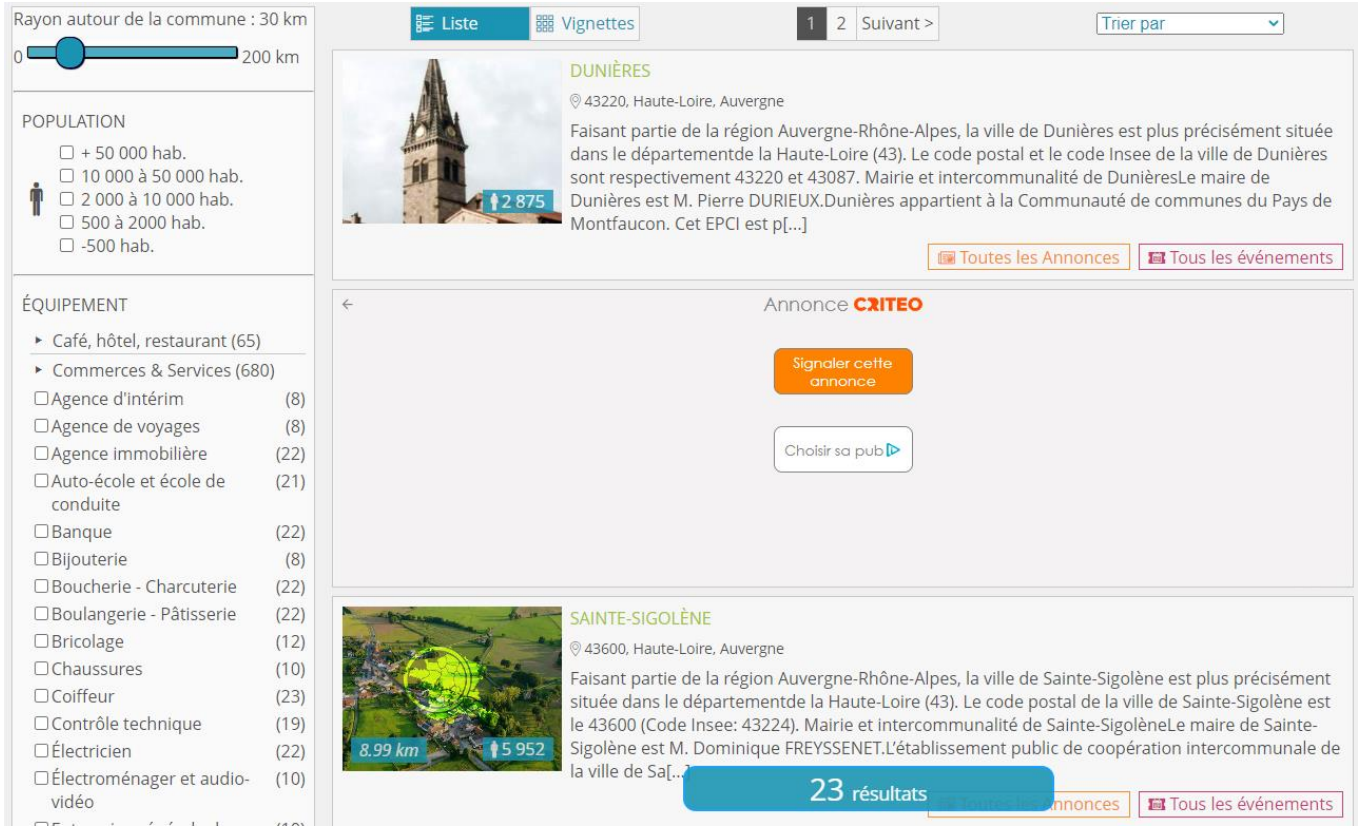
Le second lien renvoie vers e-territoire:
système de filtres permettant d'orienter notre recherche ; Manque de couleurs, le site parait froid ; Présence d'un annuaire, mais ne comporte pas de numéros de téléphone ; Tout type de commerces répertories ; intitulé en bleu stipulant que « qu'ils » peuvent créer un site internet pour une commune en une semaine (on ne sait pas qui … . Le site dispose de 6 sections principales (ci-dessus la page d'accueil nous plaçant par défaut dans la catégorie « cadre de vie »). En haut à droite il est possible de se connecter à son compte ainsi que de contribuer au site (>poster une publication de notre choix gratuitement …)

https://www.eterritoire.fr/territoires/auvergne-rhone-alpes/haute-loire/dunieres/43087/16800?cadre-vie=commerces-et-services

GROS Problème → Si on clique sur l'une des catégories proposées (ici en commerces et services)

Exemple : (1) Supermarché

Nous n'obtenons pas les résultats attendus puisque le site nous propose les différentes villes du département au lieu de nous proposer les supermarchés à Dunières.



illiwap

MAIRIE DE SAINT-BONNET-LE-FROID

Votre mairie / Actualités / **COMMERCES OUVERTS A ST BONNET LE FROID**

COMMERCES OUVERTS A ST BONNET LE FROID

27/03/2020

Liste des commerces ouverts à St Bonnet le Froid :

- **La Chanterelle (Boulangerie-Pâtisserie)** : Du jeudi au lundi de 7H à 13H
- **Fromagerie des Cimes** : Du jeudi au dimanche de 9H à 12H
- **La Maison de l'Ail (Epicerie et primeur)** : Du jeudi au dimanche de 9H à 12H
- **Cave Marcon (Boissons)** : Du lundi au samedi de 10H à 12H et de 14H à 18 H - Dimanche de 10H à 12H
- **Garage des Cimes** aux horaires habituels, si besoin contact au 06.50.74.33.73.

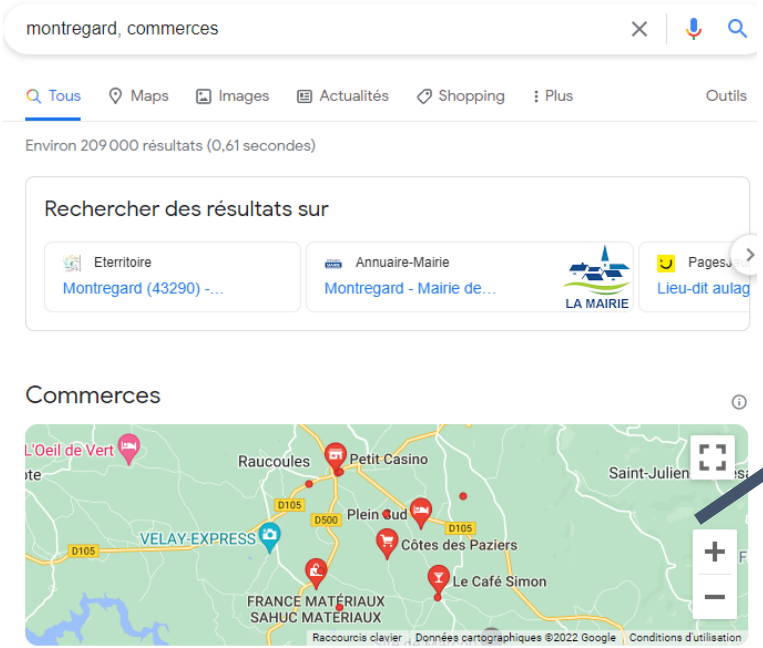
Partagez l'article

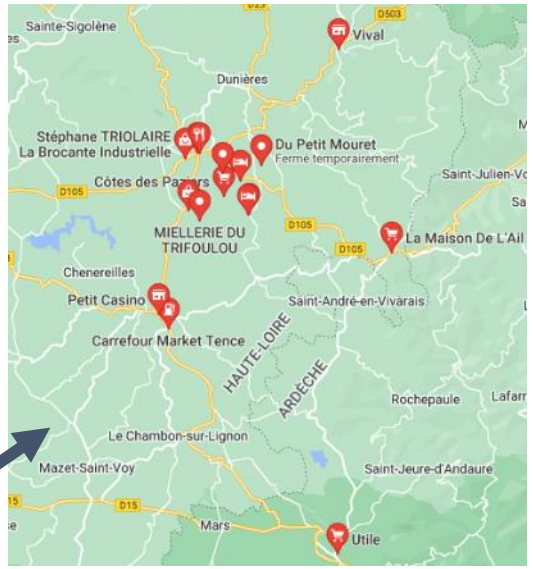
Ce site utilise des cookies et vous donne le contrôle sur ceux que vous souhaitez activer ✓ Tout accepter ✗ Tout refuser Personnaliser

Concernant ce troisième et dernier lien analysé, il renvoie vers le site de Saint Bonnet le Froid, mais dans la rubrique actualités… plus vraiment d'actualité, car il s'agit d'une information datant du 27 Mars 2020, en plein premier confinement, qui liste 5 commerces ouverts sur la commune à l'époque!

https://station.illiwap.com/fr/public/43172/actu/commerces-ouverts-a-st-bonnet-le-froid-2

4.10. ANALYSE NUMERIQUE DE MONTREGARD





https://www.eterritoire.fr › territoires › haute-loire › mo...

Montregard (43290) - Commerces & Services - eTerritoire

Montregard - Le cadre de vie des Territoires · Cadre de vie - **Montregard** · **Commerces** & Services présent dans la commune · **Commerces** & Services à proximité de la ...

http://www.journaldunet.com › montregard › ville-43142

Entreprises, commerces et services à Montregard (43290) - JDN

Nombre d'entreprises, créations d'entreprises, **commerces** : toutes les informations sur les entreprises de **Montregard** (43290, Haute-Loire)

https://supermarches.grandes-enseignes.com › 43142-m...

Carte des supermarchés, hypermarchés, grandes surface et ...

Dans un rayon de 10km aux alentours de **Montregard** (43290), vous pouvez trouver 2 magasins Carrefour Market (Dunieres, Tence), 2 magasins Petit Casino (Tence ...

https://actuacity.com › commerces_5

Commerces à Montregard (43290) - Actuacity

Commerces à **Montregard** (43290) : les meilleur(e)s **Commerces** à **Montregard** et du reste de la France.

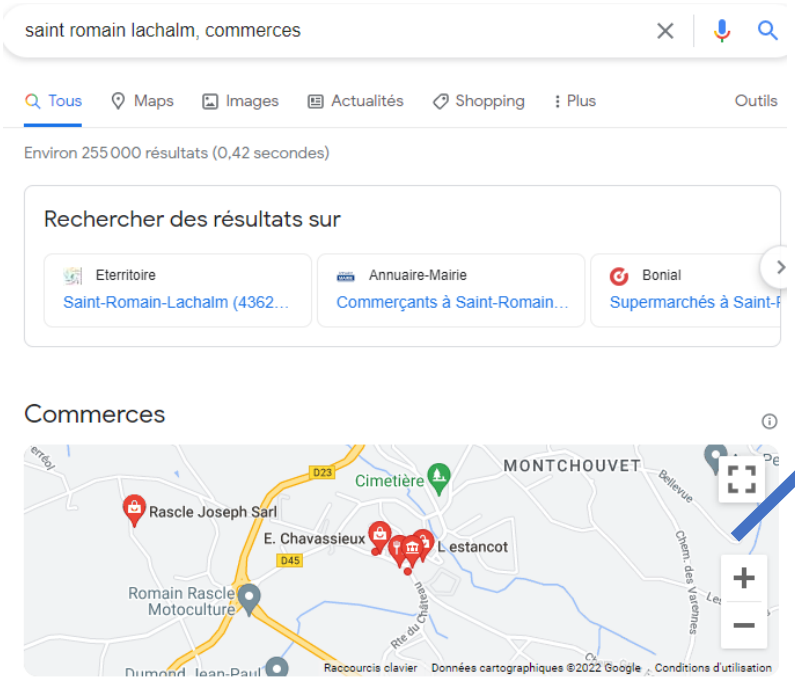
https://entreprises.lefigaro.fr › montregard › ville-43142

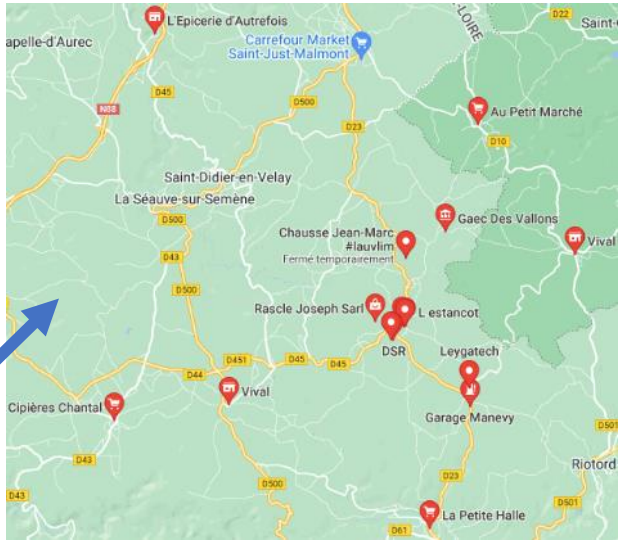
Entreprises à Montregard (43290)

La commune de **Montregard** dépend du Registre du **commerce** et des sociétés de Le Puy-en-Velay. Les villes voisines de **Montregard**. Montfaucon-en-Velay (43290) ...

Une recherche générique sur le terme commerce montre ici que la commune de Montregard ne dispose pas d'environnement numérique dédié aux commerces puisque aucun site local n'a été trouvé, c'est à peine si des sites nationaux type annuaire ont été trouvés. Aussi, Maps confirme cela en faisant apparaître des commerces dans plusieurs communes différentes et non pas seulement à Montregard.

4.11. ANALYSE NUMERIQUE DE SAINT-ROMAIN-LACHALM





https://saint-romain-lachalm.fr › Économie

Commerces de Saint-Romain-Lachalm

Commerces de **Saint-Romain-Lachalm** · L'Agence Postale Communale : · Le salon Tendance Coiffure · Le Multiple Rural Le Laëtitia (boulangerie, épicerie) · Le Bar Tabac ...

https://www.eterritoire.fr › territoires › haute-loire › sai...

Saint-Romain-Lachalm (43620) - Commerces & Services

Commerces & Services présent dans la commune · Boulangerie - Pâtisserie. 1. Boulangerie - Pâtisserie · Boucherie - Charcuterie. 1. Boucherie - Charcuterie.

https://supermarches.grandes-enseignes.com › 43223-sa...

Supermarches, hypermarches, grandes surfaces a Saint ...

La liste sur une carte des supermarches, hypermarches, grandes surfaces et autres **commerces** de proximite a **Saint-Romain-Lachalm** (43620) ou a proximite de la ...

http://www.journaldunet.com › ville › ville-43223 › ent...

Entreprises, commerces et services à - Saint-Romain-Lachalm

Nombre d'entreprises, créations d'entreprises, **commerces** : toutes les informations sur les entreprises de **Saint Romain Lachalm** (43620, Haute-Loire)

https://www.annuaire-mairie.fr › commercants-saint-romai...

Commerçants à Saint-Romain-Lachalm - Horaires et coordonnées

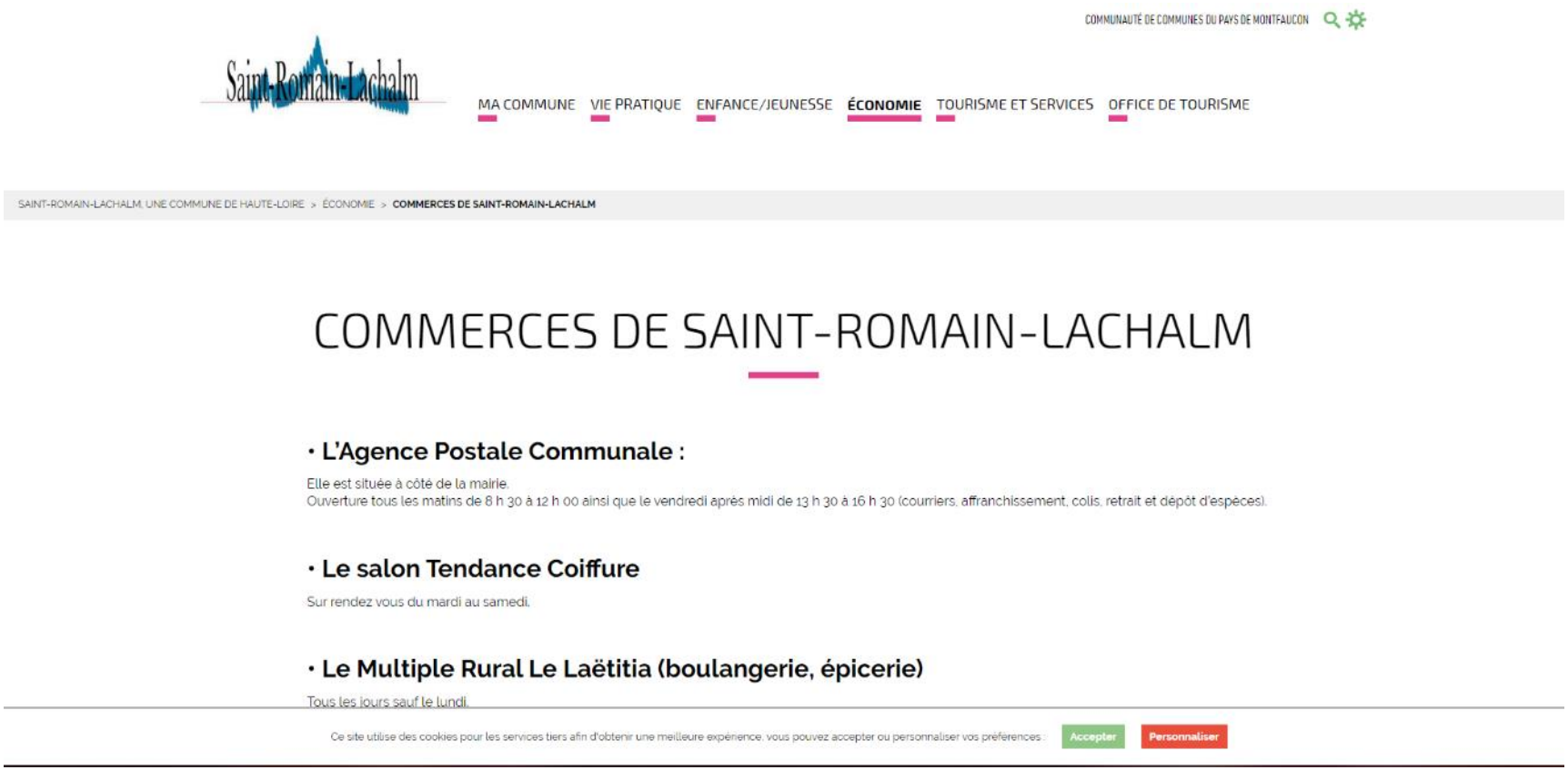
Veuillez trouver ci-dessous les principales boucheries de de **Saint-Romain-Lachalm** avec leurs coordonnées (adresse et numéro de téléphone).

https://www.annuaire-mairie.fr › entreprise-saint-romain-l...

Entreprises à Saint-Romain-Lachalm - Annuaire Mairie

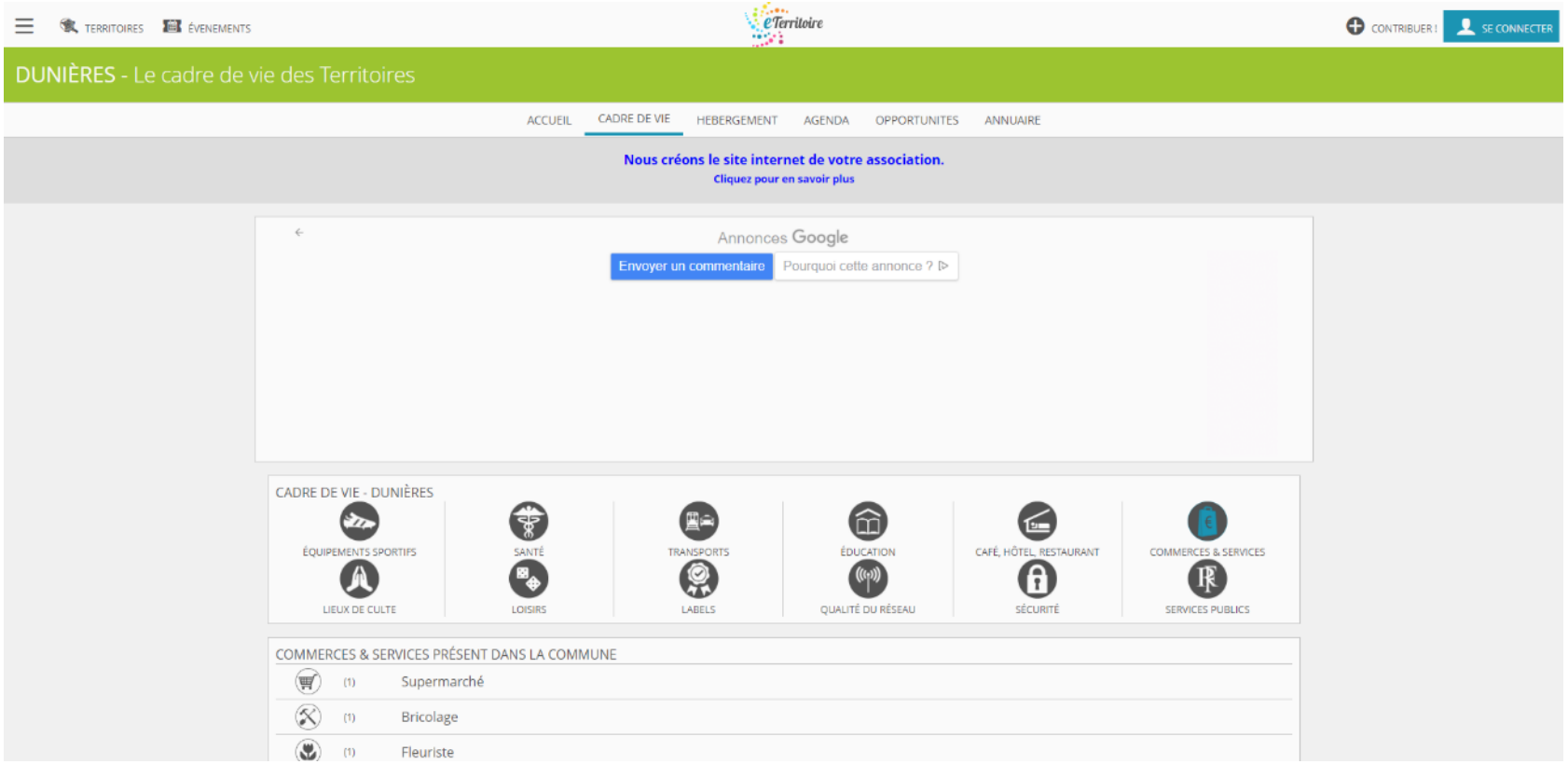
Commerce — **Commerce** ; réparation d'automobiles et de motocycles ... M. Tanguy Duplay, Bel-air, le Bourg, 43620 **Saint Romain Lachalm**.

Une recherche générique sur le terme commerce montre toujours un problème concernant les localisations des commerces pour Saint-Romain-Lachalm, en effet Maps élargi de manière trop importante le secteur analysé.
Par contre, le site de la commune ressort en premier dans la liste des liens proposés, devant tous les sites nationaux classiques et inutiles.



Voici le visuel que nous propose le site de saint-romain-lachalm.fr. Cette fois-ci le site propose bel et bien du contenu en rapport avec les commerces. Cette page remplit une fonction d'annuaire en nous annonçant pour chaque enseigne les horaires/jours d'ouvertures et le type de service proposé. Même si cela reste le minimum, il y a au moins une base de contenu. On retrouve au total 5 commerces sur cette page.

https://saint-romain-lachalm.fr/economie/commerces-de-saint-romain-lachalm/



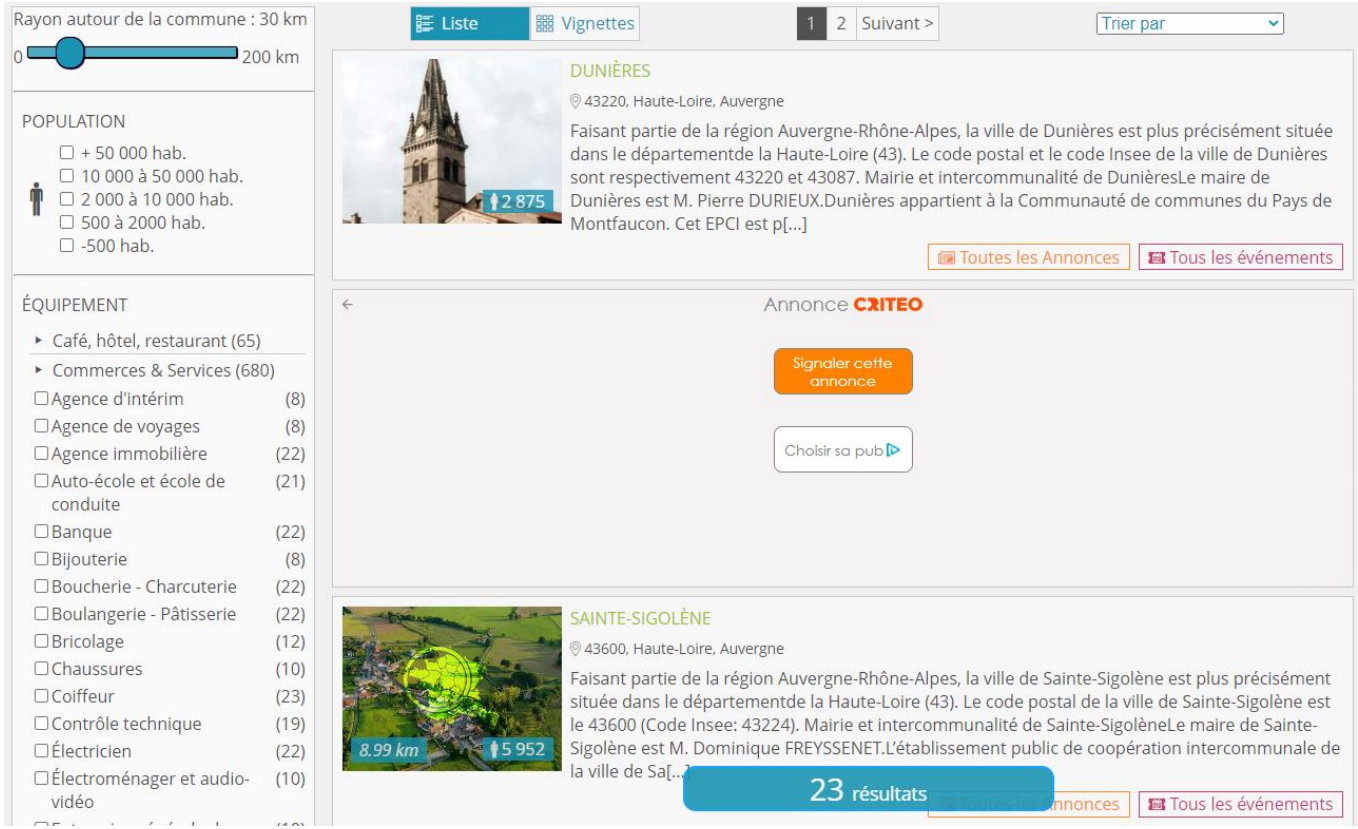
Le second lien renvoie vers e-territoire:
système de filtres permettant d'orienter notre recherche ; Manque de couleurs, le site parait froid ; Présence d'un annuaire, mais ne comporte pas de numéros de téléphones ; Tout type de commerces répertories ; intitulé en bleu stipulant que « qu'ils » peuvent créer un site internet pour une commune en une semaine (on ne sait pas qui …). Le site dispose de 6 sections principales (ci-dessus la page d'accueil nous plaçant par défaut dans la catégorie « cadre de vie »). En haut à droite il est possible de se connecter à son compte ainsi que de contribuer au site (>poster une publication de notre choix gratuitement …)

https://www.eterritoire.fr/territoires/auvergne-rhone-alpes/haute-loire/dunieres/43087/16800?cadre-vie=commerces-et-services

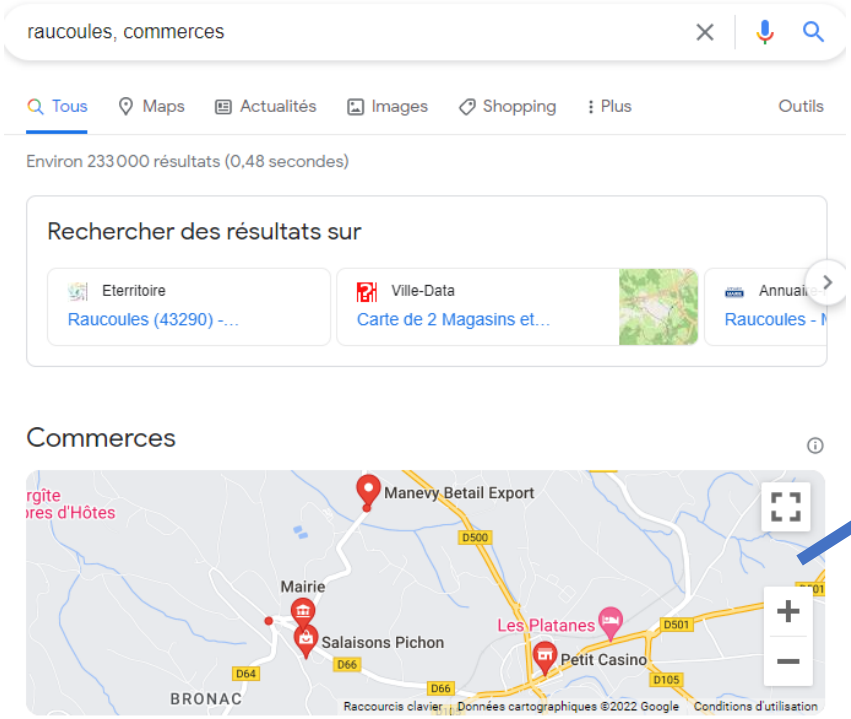
GROS Problème → Si on clique sur l'une des catégories proposées (ici en commerces et services)

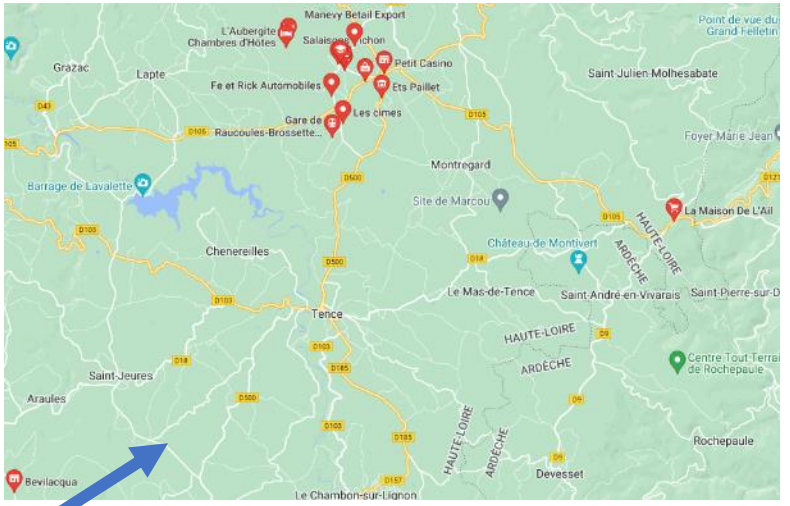
Exemple :

Nous n'obtenons pas les résultats attendus puisque le site nous propose les différentes villes du département au lieu de nous proposer les supermarchés à Dunières.



4.12. ANALYSE NUMERIQUE DE RAUCOULES





https://www.eterritoire.fr › territoires › haute-loire › rau...

Raucoules (43290) - Commerces & Services - eTerritoire

Commerces & Services présent dans la commune · Boulangerie - Pâtisserie. 1. Boulangerie - Pâtisserie · Boucherie - Charcuterie. 1. Boucherie - Charcuterie.

https://raucoules.fr › Vivre à Raucoules

Entreprises et commerces

Raucoules, une commune de Haute-Loire ... Entreprises et **commerces**. • GAEC du PETIT NICE. Les Mazeaux. 04 71 65 69 12. • MACONNERIE BRUYERE. Les Lardons.

https://raucoules.fr › ... › Entreprises et commerces

COMMERCES - Raucoules, une commune de Haute-Loire

COMMERCES. En un clic. Icône Communauté de Communes ... **Raucoules**, une commune de Haute-Loire. Ville de. **Raucoules**. 7, rue de la Mairie 43290 **Raucoules**

https://www.journaldunet.com › raucoules › ville-43159

Entreprises, commerces et services à Raucoules (43290) - JDN

Nombre d'entreprises, créations d'entreprises, **commerces** : toutes les informations sur les entreprises de **Raucoules** (43290, Haute-Loire)

https://ville-data.com › carte › Raucoules-43-43159

Carte de 2 Magasins et Commerces de Raucoules

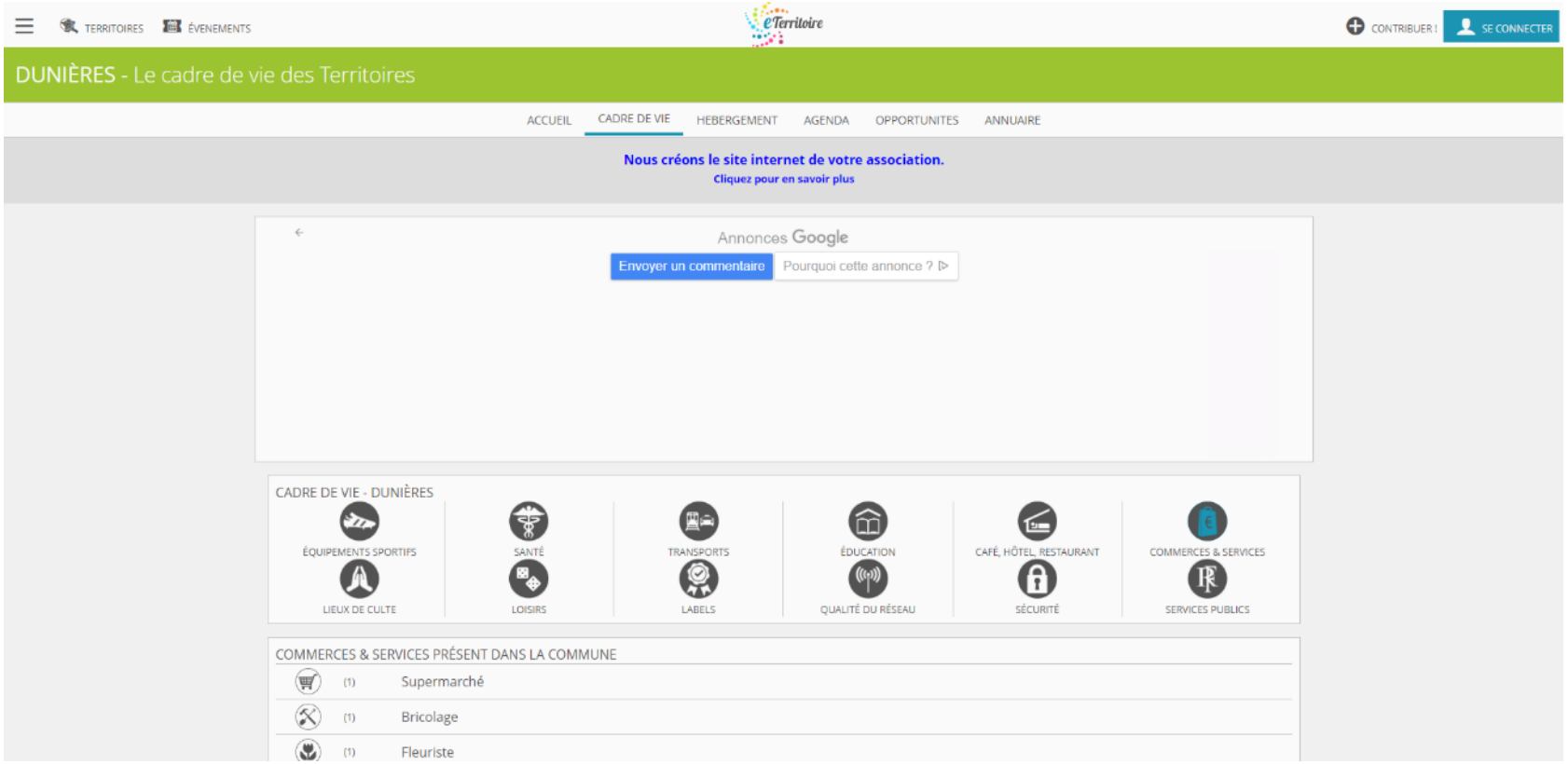
Le Saviez Vous ? Ville-data diffuse uniquement des chiffres officiels, elle les regroupe pour vous permettre une analyse objective. Ainsi savez-vous quels sont ...

https://supermarches.grandes-enseignes.com › 43159-ra...

Supermarches, hypermarches, grandes surfaces a Raucoules ...

La liste sur une carte des supermarches, hypermarches, grandes surfaces et autres **commerces** de proximite a **Raucoules** (43290) ou a proximite de la commune, ...

Une recherche générique sur le terme commerce montre encore une fois pour la commune de Raucoules un problème de localisation des commerces sur Maps. Les commerces situés ici à l'extrême Est et extrême Sud-Ouest ne devraient pas apparaître.
Pour ce qui est des résultats, on remarque le site de la mairie en seconde position, sinon que des sites nationaux.



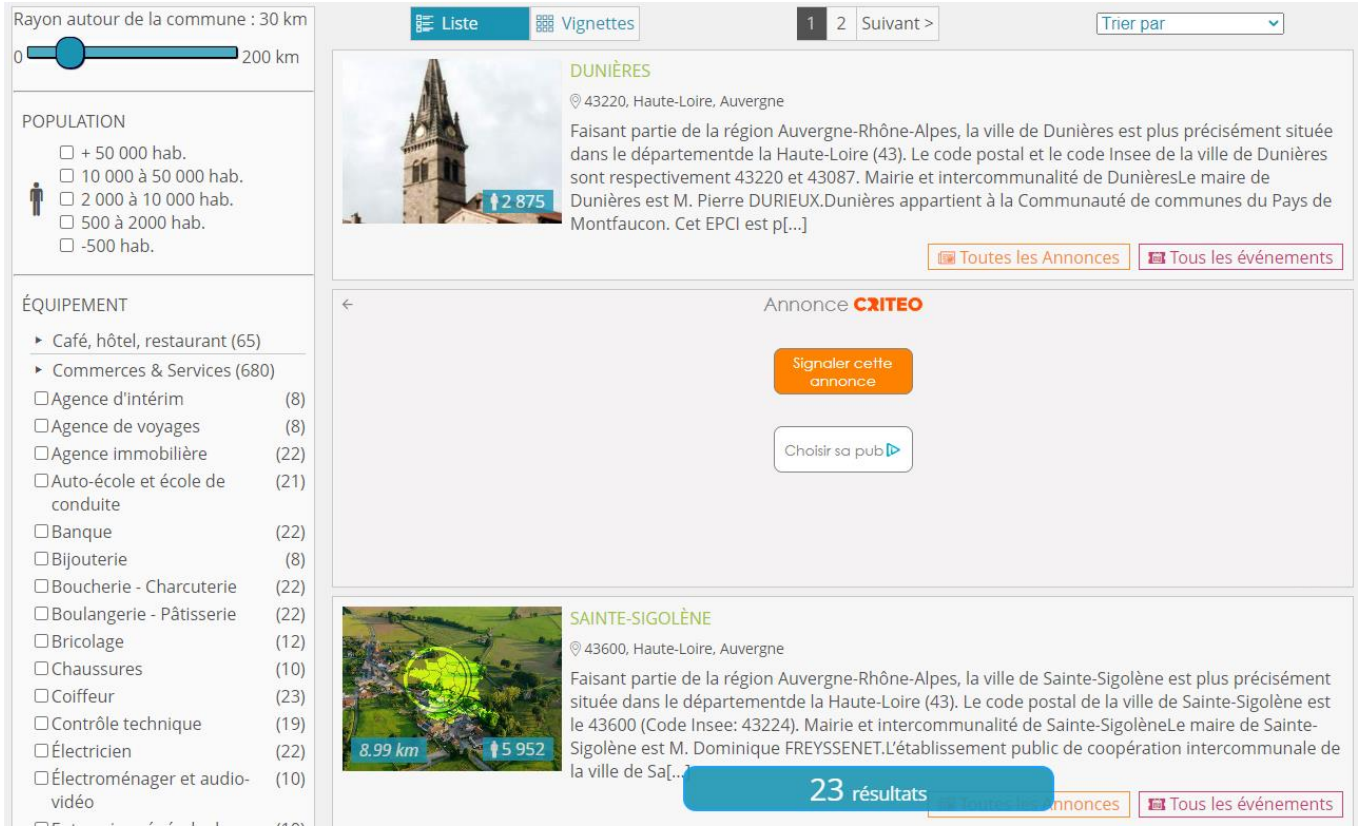
Le premier lien renvoie vers e-territoire:
système de filtres permettant d'orienter notre recherche ; Manque de couleurs, le site parait froid ; Présence d'un annuaire, mais ne comporte pas de numéros de téléphone ; Tout type de commerces répertories ; intitulé en bleu stipulant que « qu'ils » peuvent créer un site internet pour une commune en une semaine (on ne sait pas qui …). Le site dispose de 6 sections principales (ci-dessus la page d'accueil nous plaçant par défaut dans la catégorie « cadre de vie »). En haut à droite il est possible de se connecter à son compte ainsi que de contribuer au site (>poster une publication de notre choix gratuitement …)

https://www.eterritoire.fr/territoires/auvergne-rhone-alpes/haute-loire/dunieres/43087/16800?cadre-vie=commerces-et-services

GROS Problème → Si on clique sur l'une des catégories proposés (ici en commerces et services)

Exemple :

Nous n'obtenons pas les résultats attendus puisque le site nous propose les différentes villes du département au lieu de nous proposer les supermarchés à Dunières.



ENTREPRISES ET COMMERCES

- **GAEC du PETIT NICE**

Les Mazeaux

04 71 65 69 12

- **MACONNERIE BRUYERE**

Les Lardons

09 66 85 96 82 ou 06 20 60 26 17

- **SALAISONS PICHON**

27 Rue de la Salaison

04 71 59 92 76

- **PEPINIERES François PICHON**

Lestang

- **GAEC du PETIT NICE**

Les Mazeaux

04 71 65 69 12

- **MACONNERIE BRUYERE**

Les Lardons

09 66 85 96 82 ou 06 20 60 26 17

- **SALAISONS PICHON**

27 Rue de la Salaison

04 71 59 92 76

Voici présenté ci-dessus la page que nous propose le 1er des deux liens du site local de Raucoules. On voit tout de suite que le thème des commerces est respecté puisque des enseignes sont directement visibles dès l'arrivée sur le site. On peut voir que pour chaque commerces une adresse ou un lieu dit ainsi qu'un numéro de téléphone sont annoncés.

https://raucoules.fr/vivre-a-raucoules/entreprises-et-commerces/

• **GAEC du PETIT NICE**

Les Mazeaux

04 71 65 69 12

• **MACONNERIE BRUYERE**

Les Lardons

09 66 85 96 82 ou 06 20 60 26 17

• **SALAISONS PICHON**

27 Rue de la Salaison

04 71 59 92 76

• **PEPINIERES François PICHON**

Lestang

04 71 65 62 25

• **TRANSPORT EXPRESS RAUCOULOIS**
Les Lardons

04 71 65 68 51

• **TRAUCOULES COIF**
9 Place de l'Eglise

04 71 65 91 13

• **SCIERIE DANTONY André**
Le Bouchet

04 71 65 64 29

• **BAR DES CHASSEURS**
Denis MONTELLIMARD
7 Place de l'Eglise

04 71 59 92 95

• **CARROSSERIE GIRAUD**
Le Buisson

04 71 59 90 36

• **MANEVY BETAIL EXPORT**
Lestang

04 71 65 62 42

• **DISCOTHEQUE « Les Cimes »**
Oumey

04 71 59 93 21 ou 09 66 81 93 21

• **DIDIER TAXI**

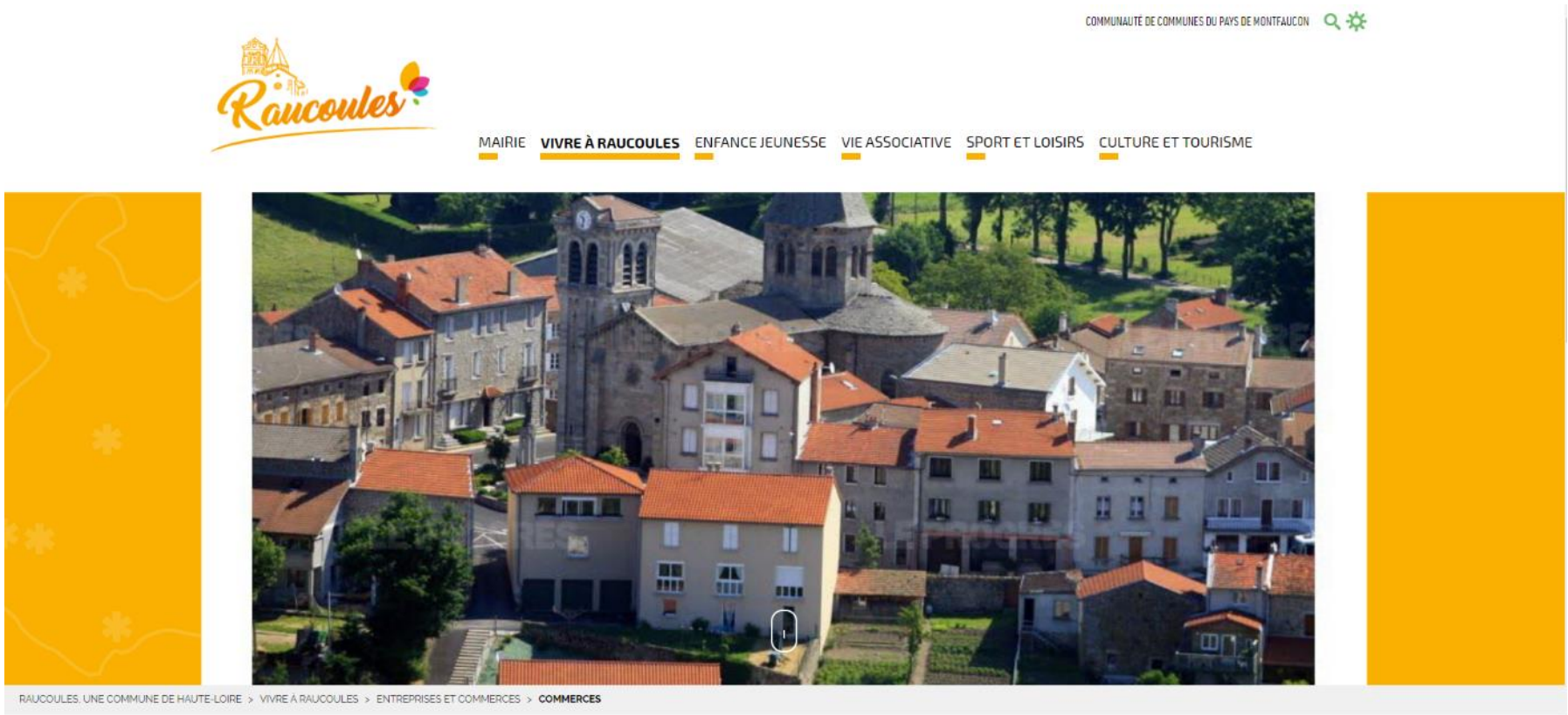
04 71 61 90 33 ou 06 47 60 11 78

• **PLOMBERIE – CHAUFFAGE Pichon Frédéric**

Oumey

06 50 76 20 15

On comptabilise un total de 13 commerces inscrits sur cette page.



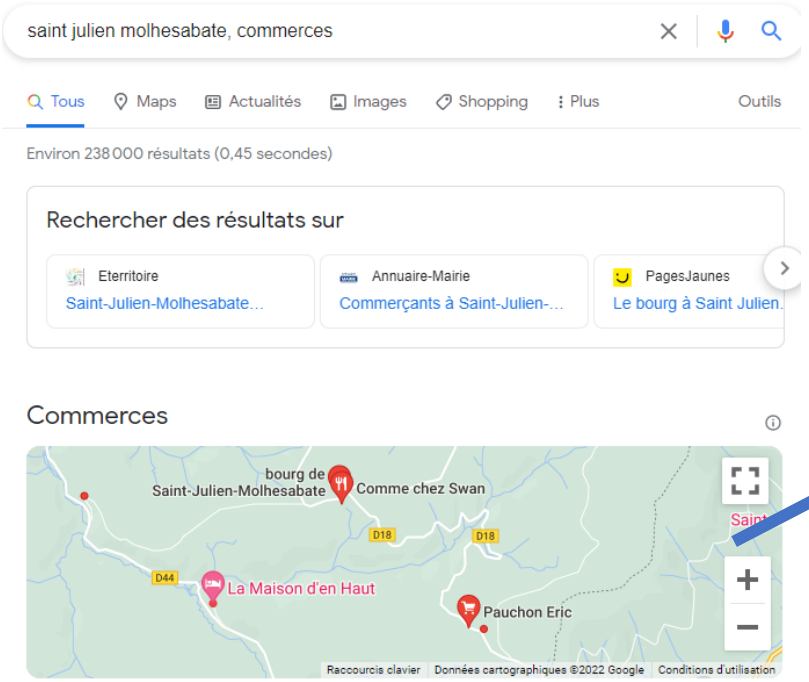
En ce qui concerne le deuxième lien que propose le site local raucoules.fr, on peut déjà énoncer le fait que notre objet de recherche soit toujours pris en compte (voir en bas à gauche de la page). Pour ce qui est de la forme de la page, on peut dire qu'il y a plus de couleurs que sur les sites locaux que l'on a pu voir précédemment, aussi un visuel de la commune est proposé.

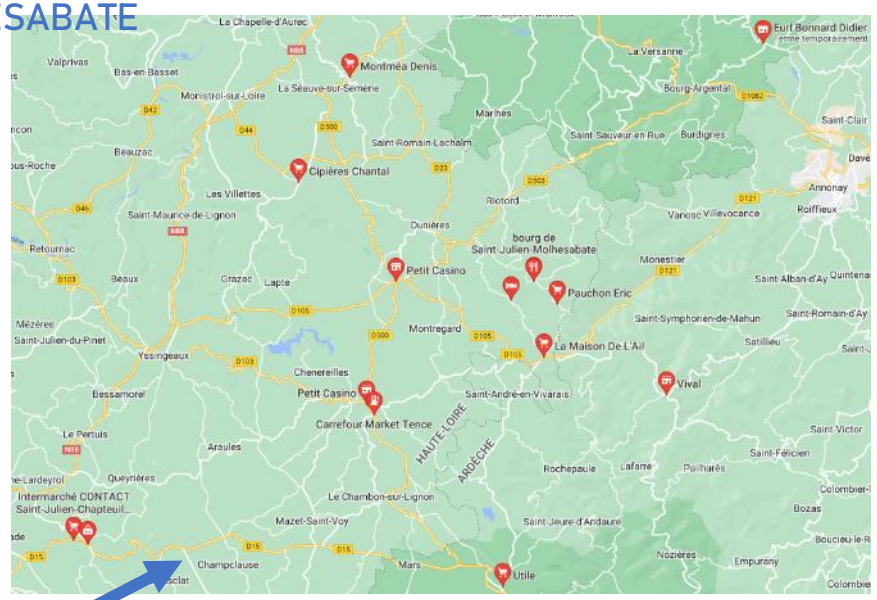
https://raucoules.fr/vivre-a-raucoules/entreprises-et-commerces/commerces/

COMMERCES

Toutefois, dès que l'on fait défiler la page c'est la douche froide, aucun commerce n'est réellement présents sur la page, celle-ci est vide. Cette partie du site ne présente donc aucun intérêt pour ce qui est commerces.

4.13. ANALYSE NUMERIQUE DE SAINT JULIEN MOLHESABATE





https://www.eterritoire.fr › territoires › haute-loire › sai...

Saint-Julien-Molhesabate (43220) - Commerces & Services

Cadre de vie - **Saint-Julien-Molhesabate** · **Commerces** & Services présent dans la commune **Commerces** & Services à proximité de la commune.

http://www.journaldunet.com › ville › ville-43204 › ent...

Entreprises, commerces - Saint-Julien-Molhesabate - JDN

Nombre d'entreprises, créations d'entreprises, **commerces** : toutes les informations sur les entreprises de **Saint Julien Molhesabate** (43220, Haute-Loire)

https://www.annuaire-mairie.fr › commercants-saint-julien...

Commerçants à Saint-Julien-Molhesabate - Annuaire Mairie

Commerçants à **Saint-Julien-Molhesabate** · Boulangeries · Boucheries · Cafés et Bars · Coiffeurs · Fleuristes · Buralistes.

https://saint-julien-molhesabate.fr › sites › 2020/11 PDF

liste-des-commerces.pdf

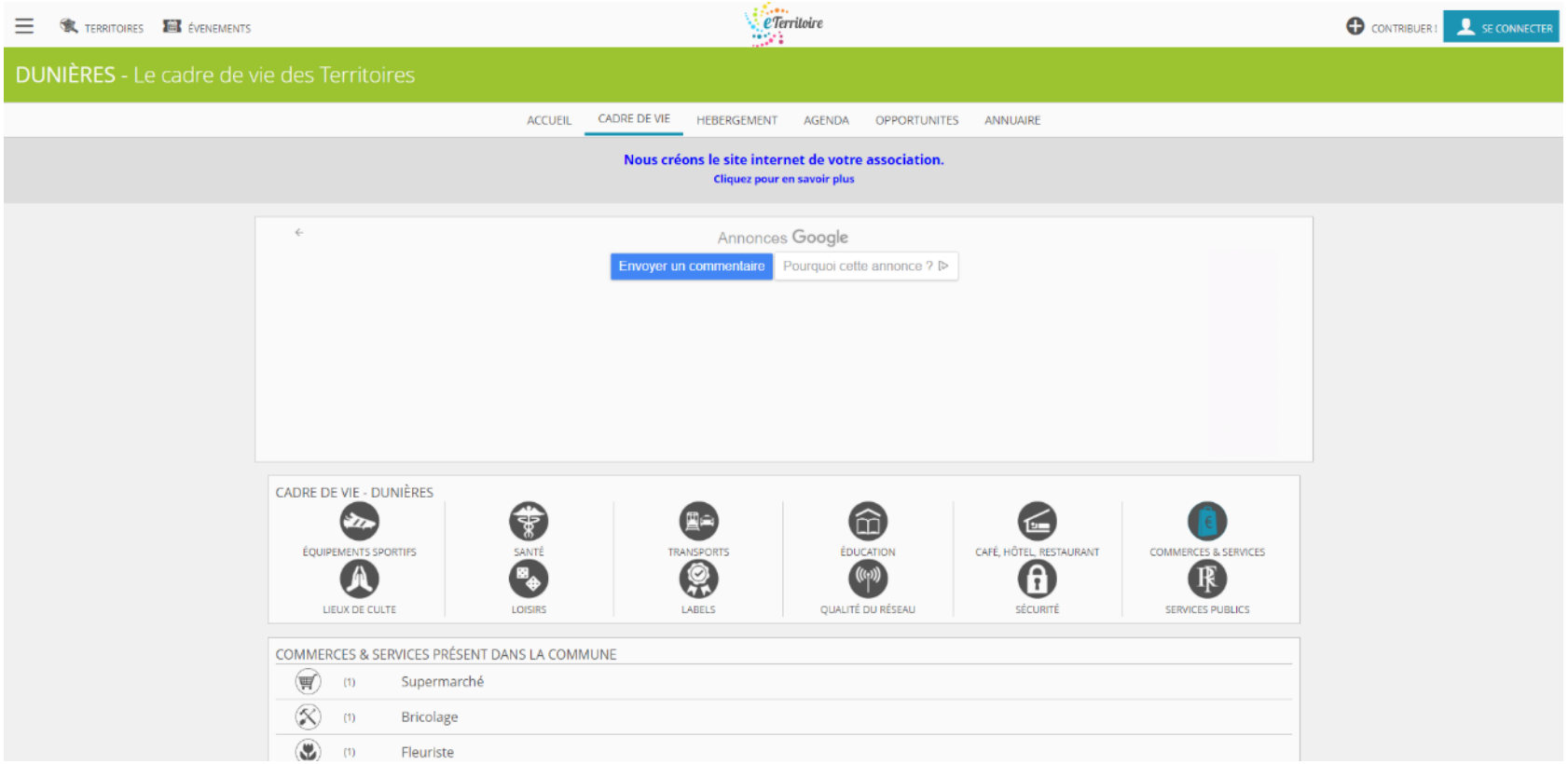
18 nov. 2020 — **St Julien Molhesabate**. INFORMATION SUR LES **COMMERCES** ALIMENTAIRES ET PHARMACIES DE PROXIMITE OUVERTS PENDANT LA PERIODE DE...
1 page

https://supermarches.grandes-enseignes.com › 43204-sa...

Supermarches, hypermarches, grandes surfaces a Saint ...

La liste sur une carte des supermarches, hypermarches, grandes surfaces et autres **commerces** de proximite a **Saint-Julien-Molhesabate** (43220) ou a proximite ...

La recherche générique sur le terme commerce à Saint Julien renvoie vers un large territoire sur Maps. En effet, on retrouve des commerces éparpillés à travers plusieurs communes, ce qui est cohérent au vu de l'absence d'offre locale (à l'exception d'un restaurant et d'un point de vente direct d'un producteur). Du côté des sites internet proposés, on distingue 1 site local placé en quatrième position ; les autres sont uniquement d'ordre national.



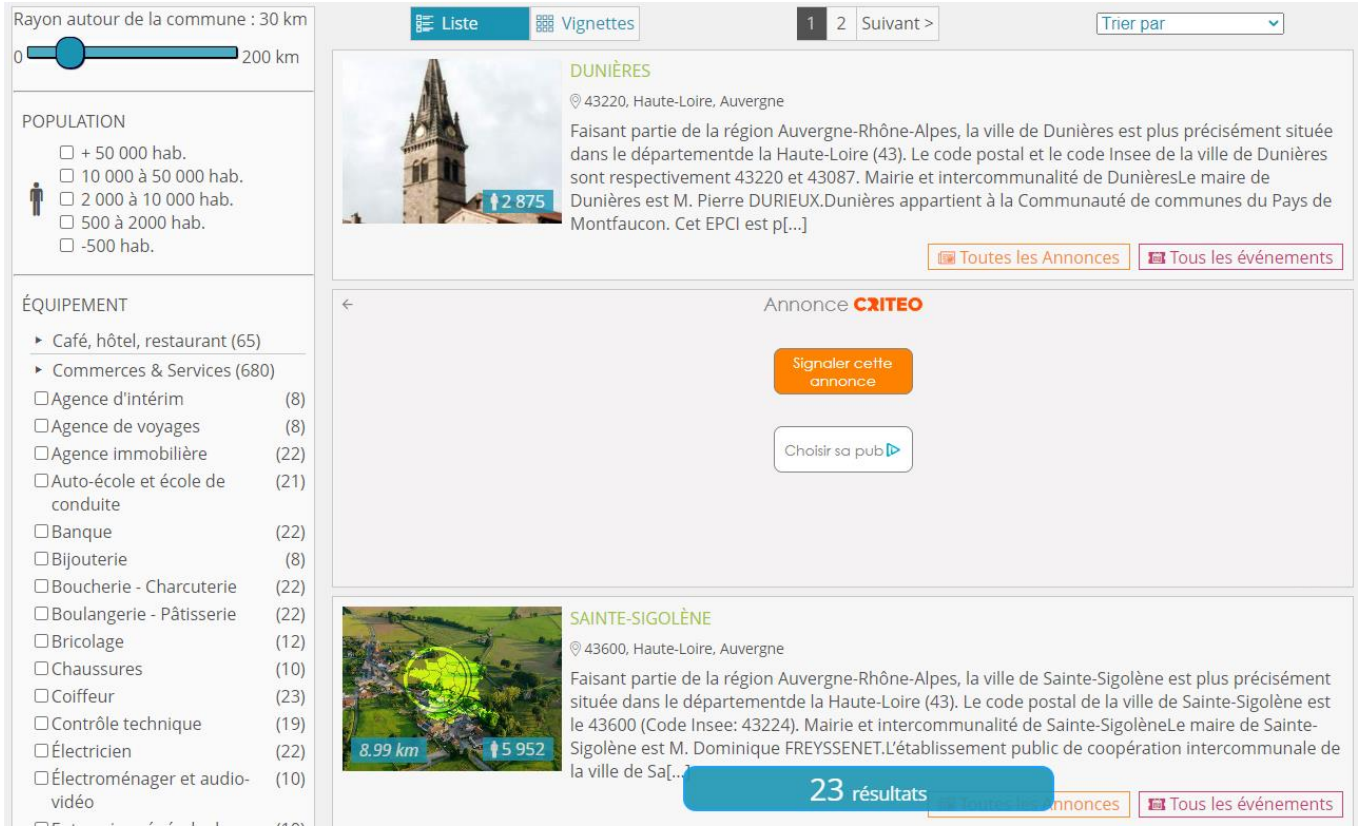
Le premier lien renvoie vers e-territoire:
système de filtres permettant d'orienter notre recherche ; Manque de couleurs, le site parait froid ;Présence d'un annuaire, mais ne comporte pas de numéros de téléphones ; Tout types de commerces répertories ; intitulé en bleu stipulant que « qu'ils » peuvent créer un site internet pour une commune en une semaine (on ne sait pas qui …). Le site dispose de 6 sections principales (ci-dessus la page d'accueil nous plaçant par défaut dans la catégorie « cadre de vie »). En haut à droite il est possible de se connecter à son compte ainsi que de contribuer au site (>poster une publication de notre choix gratuitement …)

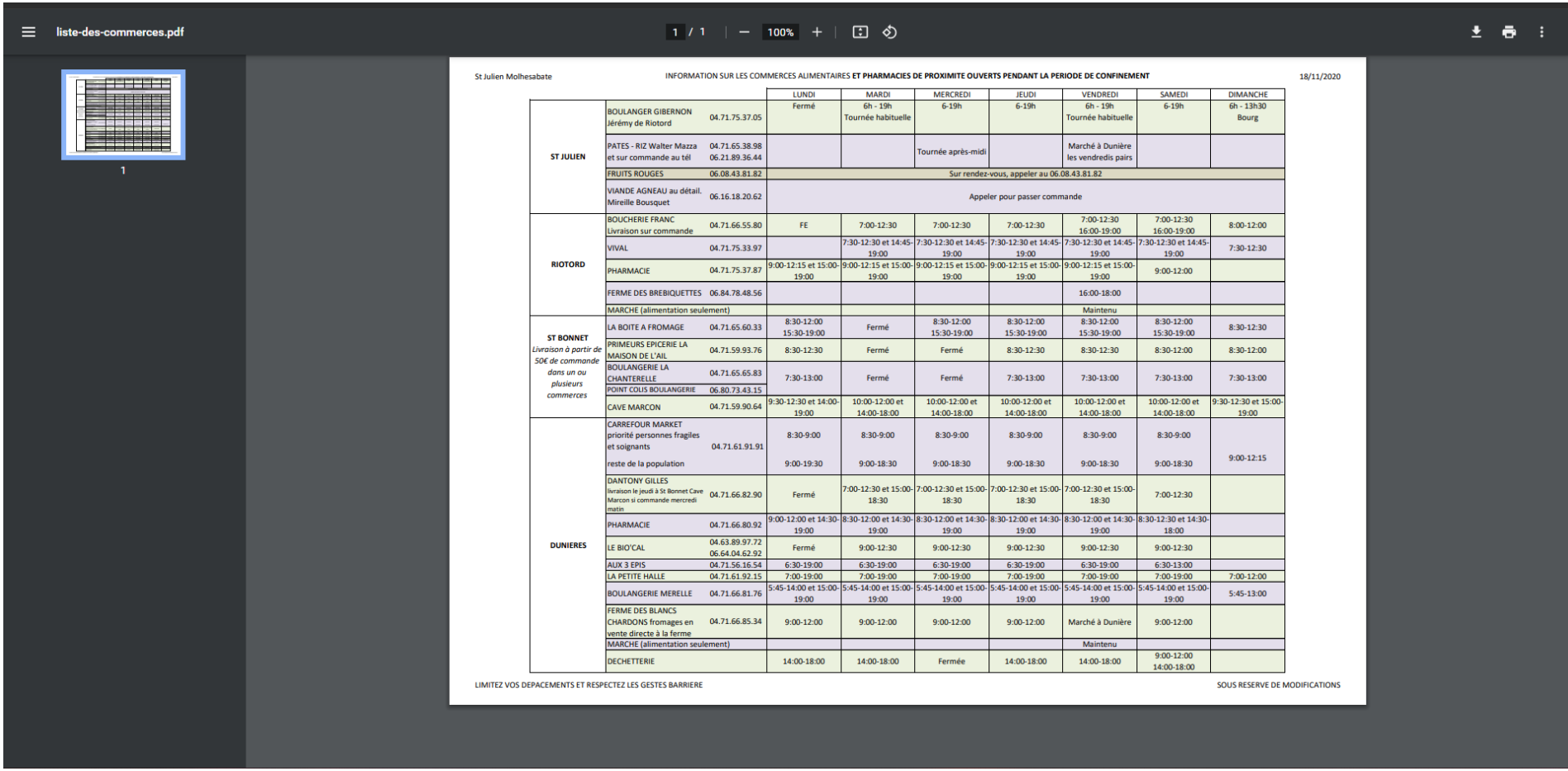
https://www.eterritoire.fr/territoires/auvergne-rhone-alpes/haute-loire/dunieres/43087/16800?cadre-vie=commerces-et-services

GROS Problème → Si on clique sur l'une des catégories proposés (ici en commerces et services)

Exemple :

Nous n'obtenons pas les résultats attendus puisque le site nous propose les différentes villes du département au lieu de nous proposer les supermarchés à Dunières.





			LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
ST JULIEN	BOULANGER GIBERNON Jérémy de Riotord	04.71.75.37.05	Fermé	6h - 19h Tournée habituelle	6-19h	6-19h	6h - 19h Tournée habituelle	6-19h	6h - 13h30 Bourg
	PATES - RIZ Walter Mazza et sur commande au tél	04.71.65.38.98 06.21.89.36.44			Tournée après-midi		Marché à Dunière les vendredis pairs		
	FRUITS ROUGES	06.08.43.81.82	Sur rendez-vous, appeler au 06.08.43.81.82						
	VIANDE AGNEAU au détail. Mireille Bousquet	06.16.18.20.62	Appeler pour passer commande						
RIOTORD	BOUCHERIE FRANC Livraison sur commande	04.71.66.55.80	FE	7:00-12:30	7:00-12:30	7:00-12:30	7:00-12:30 16:00-19:00	7:00-12:30 16:00-19:00	8:00-12:00
	VIVAL	04.71.75.33.97		7:30-12:30 et 14:45-19:00	7:30-12:30 et 14:45-19:00	7:30-12:30 et 14:45-19:00	7:30-12:30 et 14:45-19:00	7:30-12:30 et 14:45-19:00	7:30-12:30
	PHARMACIE	04.71.75.37.87	9:00-12:15 et 15:00-19:00	9:00-12:15 et 15:00-19:00	9:00-12:15 et 15:00-19:00	9:00-12:15 et 15:00-19:00	9:00-12:15 et 15:00-19:00	9:00-12:00	
	FERME DES BREBIQUETTES	06.84.78.48.56					16:00-18:00		
	MARCHE (alimentation seulement)						Maintenu		
ST BONNET *Livraison à partir de 50€ de commande dans un ou plusieurs commerces*	LA BOITE A FROMAGE	04.71.65.60.33	8:30-12:00 15:30-19:00	Fermé	8:30-12:00 15:30-19:00	8:30-12:00 15:30-19:00	8:30-12:00 15:30-19:00	8:30-12:00 15:30-19:00	8:30-12:30
	PRIMEURS EPICERIE LA MAISON DE L'AIL	04.71.59.93.76	8:30-12:30	Fermé	Fermé	8:30-12:30	8:30-12:30	8:30-12:00	8:30-12:00
	BOULANGERIE LA CHANTERELLE	04.71.65.65.83	7:30-13:00	Fermé	Fermé	7:30-13:00	7:30-13:00	7:30-13:00	7:30-13:00
	POINT COLIS BOULANGERIE	06.80.73.43.15							
	CAVE MARCON	04.71.59.90.64	9:30-12:30 et 14:00-19:00	10:00-12:00 et 14:00-18:00	10:00-12:00 et 14:00-18:00	10:00-12:00 et 14:00-18:00	10:00-12:00 et 14:00-18:00	10:00-12:00 et 14:00-18:00	9:30-12:30 et 15:00-19:00
DUNIERES	CARREFOUR MARKET priorité personnes fragiles et soignants	04.71.61.91.91	8:30-9:00	8:30-9:00	8:30-9:00	8:30-9:00	8:30-9:00	8:30-9:00	9:00-12:15
	reste de la population		9:00-19:30	9:00-18:30	9:00-18:30	9:00-18:30	9:00-18:30	9:00-18:30	
	DANTONY GILLES livraison le jeudi à St Bonnet Cave Marcon si commande mercredi matin	04.71.66.82.90	Fermé	7:00-12:30 et 15:00-18:30	7:00-12:30 et 15:00-18:30	7:00-12:30 et 15:00-18:30	7:00-12:30 et 15:00-18:30	7:00-12:30	
	PHARMACIE	04.71.66.80.92	9:00-12:00 et 14:30-19:00	8:30-12:00 et 14:30-19:00	8:30-12:00 et 14:30-19:00	8:30-12:00 et 14:30-19:00	8:30-12:00 et 14:30-19:00	8:30-12:30 et 14:30-18:00	
	LE BIO'CAL	04.63.89.97.72 06.64.04.62.92	Fermé	9:00-12:30	9:00-12:30	9:00-12:30	9:00-12:30	9:00-12:30	
	AUX 3 EPIS	04.71.56.16.54	6:30-19:00	6:30-19:00	6:30-19:00	6:30-19:00	6:30-19:00	6:30-13:00	
	LA PETITE HALLE	04.71.61.92.15	7:00-19:00	7:00-19:00	7:00-19:00	7:00-19:00	7:00-19:00	7:00-19:00	7:00-12:00
	BOULANGERIE MERELLE	04.71.66.81.76	5:45-14:00 et 15:00-19:00	5:45-14:00 et 15:00-19:00	5:45-14:00 et 15:00-19:00	5:45-14:00 et 15:00-19:00	5:45-14:00 et 15:00-19:00	5:45-14:00 et 15:00-19:00	5:45-13:00
	FERME DES BLANCS CHARDONS fromages en vente directe à la ferme	04.71.66.85.34	9:00-12:00	9:00-12:00	9:00-12:00	9:00-12:00	Marché à Dunière	9:00-12:00	
	MARCHE (alimentation seulement)						Maintenu		
	DECHETTERIE		14:00-18:00	14:00-18:00	Fermée	14:00-18:00	14:00-18:00	9:00-12:00 14:00-18:00	

Concernant maintenant le site local saint-julien-molhesabate.fr, on observe ci-dessus qu'il ne s'agit, dans le cas présent, pas d'un site mais bien d'un document PDF. En effet, l'url nous a directement renvoyé vers une liste des commerces consultable sous forme de PDF. Celui-ci nous renseigne sur les commerces présents dans plusieurs communes du secteur. Toutefois, note surtout que ce fichier date de novembre 2020 et n'est donc plus d'actualité.

https://saint-julien-molhesabate.fr/wp-content/uploads/sites/9/2020/11/liste-des-commerces.pdf

			LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
ST JULIEN	BOULANGER GIBERNON Jérémy de Riotord	04.71.75.37.05	Fermé	6h - 19h Tournée habituelle	6-19h	6-19h	6h - 19h Tournée habituelle	6-19h	6h - 13h30 Bourg
	PATES - RIZ Walter Mazza et sur commande au tél	04.71.65.38.98 06.21.89.36.44			Tournée après-midi		Marché à Dunière les vendredis pairs		
	FRUITS ROUGES	06.08.43.81.82	Sur rendez-vous, appeler au 06.08.43.81.82						
	VIANDE AGNEAU au détail. Mireille Bousquet	06.16.18.20.62	Appeler pour passer commande						

Si l'on s'intéresse seulement à la commune de St Julien, on peut trouver des informations sur 4 commerces. On note aussi qu'il n'y a en réalité aucun commerce implanté dans la ville en elle-même puisque chacune de ses enseignes fonctionnent à la livraison ou en faisant des tournées.

5. SYNTHESE / ENJEUX

5.1. CHIFFRES-CLEFS

233 Locaux commerciaux et de services, actifs et inactifs, à l'échelle du territoire, dont 60 apparence inactifs.

159 Commerces et services actifs + 14 occupations hors commerce.

21% d'établissements fragilisés (déclaratif).

5 Locaux nécessitant une rénovation lourde, dont 3 inactifs. 37 manquant d'entretien, dont 24 inactifs.
11 intentions de travaux identifiées parmi les commerçants répondants.

7 Ets à enjeux de transmission parmi les commerçants répondants,
dont 4 sur Montfaucon (+1 arrêt d'activité), 2 sur Dunières et 1 sur Rlotord.

70 Les loyers au m² HT/HC/an sont extrêmement variables, allant de 17 à 340 € sur les données recueillies.
La médiane ressort à 70 €. 55% des commerçants répondants sont propriétaires de leurs murs.

5.2. SYNTHESE DES INDICATEURS DE FRAGILITE DU COMMERCE LOCAL

5.2.1. DUNIERES

* Ets de plus de 300 m²: Grandes et Moyennes Surfaces Spécialisées / Grandes surfaces à dominante alimentaire.

5.2.2. MONTFAUCON

* Ets de plus de 300 m²: Grandes et Moyennes Surfaces Spécialisées / Grandes surfaces à dominante alimentaire.

5.2.3. RIOTORD

	Fragilité majeure		Situation moyenne		Attraction / force
Densité (Nb d'ets Sirene pour 1.000 hab.)		15			
Densité GMS/GSA* (surface cumulée pour 1.000 hab.					
Diversité: proportion d'ets hors besoins courants dans l'offre			31		
Proportion de locaux d'apparence inactifs en « centre-ville », en %	35				
Proportion de locaux d'aspect positif, en %					52
Proportion de locaux en parfait état, en %				41	
Proportion d'ets « locomotives, en %		6			
Niveau de loyer indicatif (en € annuel par m²/HT/HC)					57
Proportion d'ets fragilisés par la crise (déclaratif), en %				17	
Proportion d'ets, en %, présentant un risque de défaillance (déclaratif)					

* Ets de plus de 300 m²: Grandes et Moyennes Surfaces Spécialisées / Grandes surfaces à dominante alimentaire.

5.2.4. ST BONNET LE FROID

	Fragilité majeure		Situation moyenne		Attraction / force
Densité (Nb d'ets Sirene pour 1.000 hab.)					100
Densité GMS/GSA* (surface cumulée pour 1.000 hab.					
Diversité: proportion d'ets hors besoins courants dans l'offre					61
Proportion de locaux d'apparence inactifs en « centre-ville », en %		31			
Proportion de locaux d'aspect positif, en %					71
Proportion de locaux en parfait état, en %					65
Proportion d'ets « locomotives, en %					40
Niveau de loyer indicatif (en € annuel par m²/HT/HC)				75	
Proportion d'ets fragilisés par la crise (déclaratif), en %				18	
Proportion d'ets, en %, présentant un risque de défaillance (déclaratif)					

* Ets de plus de 300 m²: Grandes et Moyennes Surfaces Spécialisées / Grandes surfaces à dominante alimentaire.

5.3. BILAN AFOM

Faiblesses

Enchaînement de 3 centralités limitant le rôle de chacune: aucune ne présente une forte densité commerciale.

Nombre et visibilité des locaux inactifs au Nord du centre de Dunières.

Faible visibilité de l'offre sur Montfaucon.

Centre historique dévitalisé sur Dunières.

Faible visibilité de l'offre à partir de l'axe sur Riotord.

Forces

Couverture en services de proximité.

Diversité commerciale sur Dunières.

Spécificité à vocation touristique haut de gamme de St Bonnet le Froid.

Assez bon aspect général et état des locaux actifs.

Présence de Carrefour Market sur Dunières.

Menaces

Enjeux de transmission concentrés en particulier sur Montfaucon (4 + 1 arrêt d'activité + attente réactivation du tabac + autres cas hors répondants).

Attractivité de St Bonnet le Froid dépendante d'une famille.

Opportunités

11 commerçants ayant des intentions de travaux, dont 4 sur Dunières, 3 sur Riotord, 2 sur St Bonnet et 2 sur Montfaucon.

Peu d'établissements fragilisés (déclaratif).

5.4. ENJEUX NATIONAUX: RAPPEL DES TENDANCES LOURDES EN MATIERE DE CONSOMMATION AVANT

DE LA POSSESSION À L'UTILISATION

BESOINS COURANTS

ACHATS HEBDOMADAIRES, VOIRE QUOTIDIENS. SERVICES DE PROXIMITÉ

UN FUTUR POTENTIELLEMENT BEAUCOUP PLUS MULTI-SUPORTS DANS LES COMPORTEMENTS.

INVESTISSEMENTS

ACHATS DE TRÈS FAIBLE FRÉQUENCE, MAIS USAGE DANS LA DURÉE

UN FUTUR TIRANT VERS LES SERVICES PLUS QUE LA VENTE, FAVORABLES À DES FORMATS «SUR MESURE».

ACHATS LUDIQUES

ACHATS IRRÉGULIERS DE PRODUITS ET SERVICES

DES MUTATIONS RAPIDES VERS LA VENTE À DISTANCE ET UN ENJEU D'ATRACTIVITÉ GLOBALE (COMMERCES, CULTURE, LOISIRS, TOURISME).

ACHATS DÉSIRS

ACHATS DE FRÉQUENCE MOYENNE À FAIBLE

UN FUTUR QUI RISQUE D'ÊTRE MARQUÉ PAR LE RÉ-EMPLOI, LA VENTE À DISTANCE ET UNE POURSUITE DE LA BAISSE DE CONSOMMATION.

SCÉNARIO DE RUPTURE : HYPOTHÈSES PRISES EN COMPTE

INCERTITUDES ECONOMIQUES JUSQU'EN ?

INCIDENCES

Réduction du pouvoir d'achat pour une partie de la population

−

Baisse des dépenses hors besoins courants

+

Alimentaire au domicile
Tabac, produits anti-stress, ré-emploi

OPTIMISATION DU TÉLÉTRAVAIL (TIERS LIEUX & DOMICILE)

INCIDENCES

Moindre mobilité

−

Restauration au lieu de travail
Automobile Carburants

+

Alimentaire au domicile Besoin de « sortir »: restauration de loisir

PRIORISATION ESPACE DE VIE VS CENTRALITÉ / MÉTROPOLISATION

INCIDENCES

Fort retour à une périurbanisation / rurbanisation, avec une plus grande difficulté encore à attirer les familles sur les centralités, en confrontation avec les orientations politiques globales

−

Capacités financières moindre pour la décoration / mobilier, pour l'habillement / chaussures et les loisirs.
Optimisation énergétique

+

Besoins croissants en bricolage, jardinage et interventions artisans (optimisation énergétique)

FORTE APPÉTENCE POUR LES CIRCUITS COURTS, PRODUITS FRAIS

INCIDENCES

Augmentation du nombre de canaux de distribution utilisés

−

Plats préparés / traiteur industriel

+

Produits alimentaires frais
Livraisons

SENSIBILITÉ ENVIRONNEMENTALE, ANTI GASPI

INCIDENCES

Accélération de la tendance d'achats de biens d'occasion, réemploi/ allongement des usages

−

Baisse de la consommation de produits manufacturés neufs

+

Réparations, entretien
Forte augmentation du coût des carburants et énergies pour la mobilité par les taxes

COMMERCES = SERVICES:
LA CINQUIÈME RÉVOLUTION COMMERCIALE DE L'HISTOIRE

QUELQUES ILLUSTRATIONS DES COMMERCES=SERVICES DE DEMAIN.

Espace dédié (privé) → *Espace public*

Show Rooms:
de la démonstration au sur-mesure: les « makers »

Commerce expérientiel: l'effet waouh!

1 espace = plusieurs commerces /services

Commerce mobile:
le service au bon endroit au bon moment

Service 24/24 l'automate

Conciergerie
Drive piéton

Le phygital
le local commercial
relais physique du commerce numérique / la réalité augmentée

Les services dans l'espace de vie: du co-working au co-living.

L'espace public
lieu de services:
ex. Borough Market