

L'analyse forces/faiblesses/opportunités/menaces d'un site

Publication : 8 novembre 2014

Diagnostiquer les difficultés du tissu commercial de son territoire

Détecter les difficultés



L'essentiel

Déterminer les atouts et les difficultés d'un site marchand

Analyser les caractéristiques du tissu commercial selon 5 types de critères :

- L'**offre commerciale** (importance et diversité, qualité et pertinence) ;
- La **morphologie** (conception spatiale, aspect du bâti) ;
- L'**insertion urbaine** (situation de l'équipement dans le quartier, lisibilité de l'équipement, accessibilité) ;
- La **dynamique commerciale** (influence des équipements structurants sur la fréquentation des commerces, poids des pôles commerciaux environnants, dynamisme du marché potentiel) ;
- L'**ambiance du site** (mise en valeur des commerces, sentiment d'insécurité)

Les enjeux

Mieux comprendre la situation d'un équipement commercial et identifier les sites potentiellement fragiles

Tenir compte de l'environnement existant et de ses évolutions à court ou moyen terme

Les objectifs et les stratégies de l'action

Dresser un portrait quantitatif et qualitatif des composantes commerciales du territoire et de son environnement

Avoir une vision claire de la situation des activités commerciales et de leur perspective d'évolution

Cerner la nature des difficultés du tissu commercial

Identifier les besoins d'intervention et les moyens à mobiliser

Les actions préalables

Collecter les données et les supports cartographiques (SIG de la Politique de la Ville, INSEE...)

Consulter des bases documentaires et des outils d'expertise (ONZUS, répertoire ODEC et SIRENE géré par l'INSEE, registre du commerce, répertoire des métiers, Urbanicom...)

Le descriptif de l'action

Analyse de l'offre commerciale (nombre et typologie des activités, taux de vacance, présence de locomotives alimentaires et d'activités en doublon, complémentarité entre les activités, organisation spatiale, adéquation de l'offre avec la clientèle ciblée...)

Analyse de la structure de l'appareil commercial (type, état du bâti, qualité de desserte, ambiance...)

Analyse de l'environnement (zone d'influence réelle ou potentielle, concurrence...)

Inventaire des forces et faiblesses du tissu commercial à partir des critères servant à l'analyse d'un site marchand

Attribution d'une note à chacun des critères (selon un barème prédéfini) en fonction de leur impact (positif ou négatif) sur le fonctionnement de l'équipement commercial pour hiérarchiser les difficultés

Les acteurs

Service économique de la collectivité qui peut s'appuyer sur les chambres consulaires et/ou sur un cabinet d'études spécialisé

Coût et financement de l'action

Temps homme (en moyenne 1 jour par site) et frais d'étude éventuels

Le calendrier de l'action

En période de veille ou lors du diagnostic initial du territoire

Durée approximative de 2 mois

Résultats et évaluation de l'action

Évaluation de la dureté d'un site

Formulation d'orientations et de préconisations

Mots-clefs

Commercialité, Visibilité, Ambiance, Accessibilité, Vacance, Site difficile, Sécurité, Attractivité, Concurrence, Indicateurs sociodémographiques, Évaluation, SWOT