

Éléments à prendre en compte pour déterminer une zone de chalandise.

Une zone de chalandise est l'espace géographique entourant un point de vente, dans lequel vivent, travaillent ou passent les clients potentiels de ce point de vente.

La détermination de la zone de chalandise ne peut se faire qu'en acquérant une très bonne connaissance du site : il faut observer attentivement ce qui s'y passe de manière à pouvoir répondre aux questions suivantes :

- Comment vit le quartier à différents moments de la journée ?
- Quels sont les lieux les plus animés ?
- Quels sont les commerces qui semblent marcher le mieux ?
- Comment y circule-t-on ?

Il faut naturellement se munir d'un plan de la ville, d'un bloc-notes et faire appel, pour beaucoup, à son bon sens.

Selon l'activité envisagée et l'endroit choisi, les critères mentionnés ci-après auront une importance plus ou moins forte. Certains peuvent ne pas être pertinents pour votre projet.

Là encore, c'est votre jugement personnel qui permettra de faire des choix, éventuellement en se faisant aider par un expert qualifié, par exemple une boutique de gestion ou l'Assistant technique au commerce (ATC) de la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) ou l'Assistant technique aux métiers (ATM) de la Chambre de métiers et de l'artisanat (CMA).

Critères essentiels	Commentaires
Taille de l'agglomération concernée	<p>Ce critère joue plus ou moins selon la nature du commerce projeté.</p> <p>Exemples : que ce soit dans une ville de 40.000 habitants ou dans une ville de 100.000 habitants, la création d'une armurerie, commerce très spécialisé, touchera une clientèle potentielle étendue à toute la cité.</p> <p>A contrario, une supérette de 400 m² touchera toute une ville de 4.000 habitants et seulement un vaste quartier dans une ville de 40.000 habitants.</p> <p>Pour un même type d'activité, le raisonnement peut donc changer selon que l'on est dans une petite localité ou dans une grande ville.</p>

<p style="text-align: center;">Caractéristiques du lieu de l'implantation</p>	<p>Généralement, les experts s'accordent à dire :</p> <ul style="list-style-type: none"> - qu'il y a une zone primaire de chalandise, celle où les clients potentiels ne mettent pas plus de trois minutes à pieds ou en voiture pour venir à la boutique, - et une deuxième zone, où le temps de parcours ne dépasse pas dix minutes. <p>Là encore, il faut adapter ces notions à son cas personnel : dans une zone péri-urbaine constituée de grands ensembles avec de vastes espaces entre les immeubles, le temps de parcours est différent.</p> <p>De même, selon qu'il s'agit ou non d'un commerce de première nécessité, le temps de déplacement jouera différemment.</p> <p>C'est donc le bon sens, la connaissance des lieux et des modes de vie que l'on y trouve qui permettront de déterminer les durées à retenir pour calculer les zones de chalandise.</p> <p>Une fois que l'on a tracé, sur un plan, un cercle autour du local représentant, par exemple, la distance de 3 minutes à pieds pour y venir, il faut, en fonction des lieux (artères, pâtés de maison, flux des passants, etc.), déformer ce cercle pour en faire un polygone irrégulier qui reflètera la zone de chalandise potentielle.</p> <p>Chaque excroissance de celui-ci doit pouvoir se justifier par des éléments observés.</p>
<p style="text-align: center;">Existence d'un pôle d'attractivité</p>	<p>Un lieu particulièrement animé - par exemple, un centre historique ou une enseigne phare - peut influencer sur le dessin de la zone de chalandise.</p> <p>La signalisation qu'il sera possible ou non d'installer est à prendre en considération.</p>

	<p>Attention toutefois : par exemple, une avenue dangereuse à traverser entre une enseigne phare et la boutique convoitée, avec un passage pour piétons éloigné de plus de 15 mètres, peut faire perdre totalement le bénéfice de la présence de cette enseigne.</p>
<p>Emplacement des concurrents</p>	<p>La présence de concurrents n'est pas une mauvaise chose si l'on ne vend pas des produits strictement identiques ou si l'on ne vend pas de la même façon.</p> <p>De plus, la volonté chez les clients potentiels de vouloir comparer les offres permet d'étendre sa propre zone de chalandise à celle des concurrents (pour la partie de zone qui ne serait pas commune).</p>
<p>Infrastructures favorables ou faisant obstacle</p>	<p>Les infrastructures conditionnent la fréquentation du lieu et la déambulation des passants.</p> <p>Exemples : l'existence d'une passerelle pour enjamber un boulevard périphérique ou une voie rapide infranchissable à pieds, l'orientation des sorties d'un parking sous-terrain, l'éloignement d'une aire de stationnement, un bâtiment public...</p>
<p>Flux naturel des chalands</p>	<p>Chacun dans ses déplacements et ses besoins cherche :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la facilité : chemin le plus court, possibilité de se garer facilement, de trouver un moyen de transport à proximité, etc. - l'agrément : marcher du côté de la rue ensoleillé (sauf pendant la canicule)... - la commodité : accès à un grand magasin où l'on a tout sous la main pour faire ses courses, - etc. <p>C'est pourquoi, le flux naturel des passants s'établit dans un quartier en fonction de la configuration des lieux,</p>

	<p>des centres de vie présents et des différentes offres commerciales déjà installées.</p> <p>Il faut donc bien repérer le sens et l'intensité de ce flux et en tenir compte, car en général on n'arrive pas à dévier à son profit cet écoulement naturel des piétons.</p>
<p>Politique commerciale envisagée</p>	<p>Parfois, les horaires envisagés - par exemple, ouverture jusqu'à minuit alors que les concurrents ferment à 19 h - placent l'activité en monopole de l'offre sur certains créneaux horaires. Selon la nature de cette offre, la zone de chalandise peut s'étendre alors à toute la ville.</p> <p>De même le principe de vente peut être basé sur un matraquage publicitaire permanent touchant toute la ville : il est alors également possible de considérer que la zone de chalandise va s'étendre à toute l'agglomération Mais encore faut-il en avoir les moyens...</p> <p>Là encore, c'est le bon sens qui doit décider.</p>
<p>Éléments découverts de visu en allant longuement sur le terrain</p>	<p>D'autres éléments peuvent avoir une influence dans la délimitation de la zone : immeubles insalubres, friches, insécurité, construction d'immeubles en cours d'achèvement, etc.</p> <p>Il n'y a qu'en allant sur le terrain que l'on peut en avoir connaissance.</p>