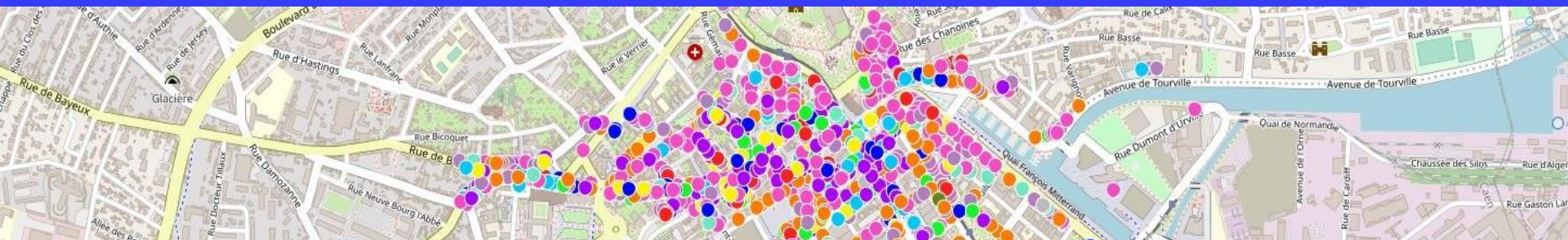




CCI CAEN  
NORMANDIE



# Outil de pilotage et d'aide à l'implantation commerciale

Observatoire du commerce & de l'artisanat

Ville de Caen

Résultats 2021 4<sup>ème</sup> millésime

31 janvier 2022



## Flux piétons

Les comptages piétons présentés ci-après proviennent de MyTraffic. Ils sont réalisés à partir des données GPS remontant de diverses applications mobiles grand public (une centaine d'applications).

A noter que la fréquentation moyenne est basée sur les années 2017 / 2018 afin d'éliminer les perturbations liées au mouvement des gilets jaunes et à la crise sanitaire.

## Zone d'attractivité

Le périmètre et les communes composant la zone d'attractivité du centre-ville reposent sur les schémas comportementaux des piétons fréquentant le centre-ville. Le lieu de résidence d'un habitant sera défini lorsqu'il aura été repéré de manière répétée dans le même mois aux heures du soir et du matin dans une même commune. Ces données sont recalibrées, croisées et complétées avec d'autres sources.

## Consommation

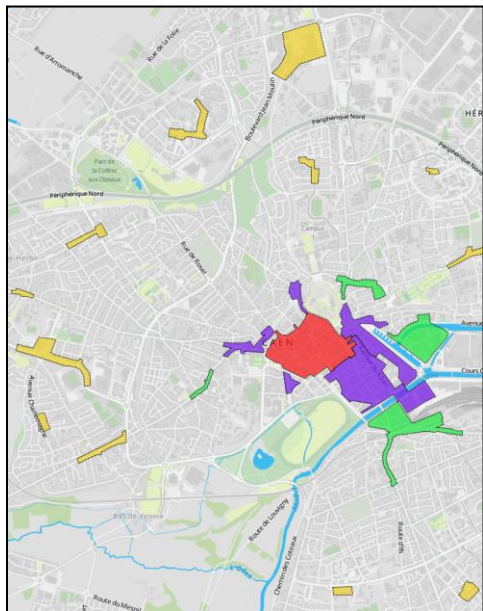
L'analyse de la consommation repose sur les Indices de Disparité de la Consommation (IDC). Cet indice permet d'apprécier les disparités ou les particularismes de dépenses des ménages en pondérant les données nationales de consommation des données locales, et ce, à l'aide de coefficients correcteurs.



## Méthodologie – Périmètres & cellules

**CAENA**  
NORMANDIE

### Carte : Périmètres d'observation



**1 périmètre pour le centre historique (hyper-centre)**

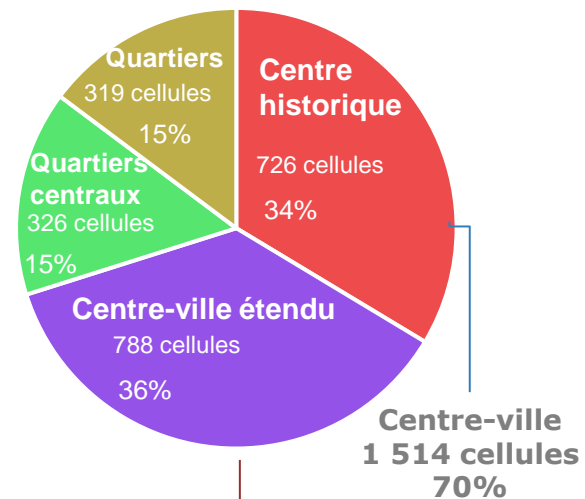
**5 périmètres qui composent le centre ville étendu**

**4 quartiers centraux**

**12 quartiers périphériques**

### Graphique : Nombre de cellules

**2 159 cellules**



Source : Observatoire du commerce



## Taux de commercialité



**EXCELLENT**

Avec un cœur d'activité qui représente 38 % des cellules sur la ville et 52 % l'hyper-centre, le taux de commercialité est particulièrement élevé !

## Vacance commerciale

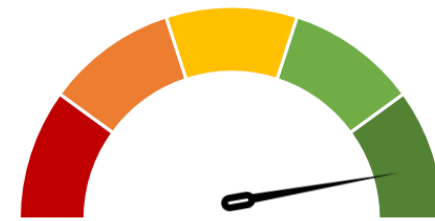


**FAIBLE**

Vacance commerciale faible sur le périmètre de la ville (inférieure à 10%).

Taux de Vacance sur le centre historique qui reste particulièrement faible (5,3 %)

## Etat des façades



**EXCELLENT**

Moins de 10 locaux nécessitant des travaux importants dans l'hyper-centre

## Loyers



**CORRECT**

Même si comparativement à d'autres territoires les loyers semblent sur la fourchette haute, il y a une corrélation entre le niveau des loyers et l'intensité des flux.

## Rotation des enseignes

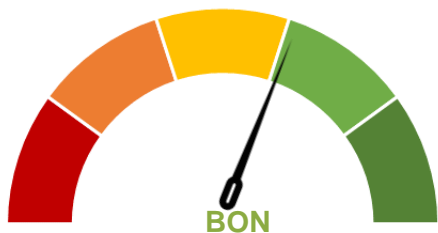


**BON**

Le taux de rotation des enseignes de 9,5 % en 2021 (soit 65 changements d'enseignes) permet un renouvellement propice à susciter l'intérêt des consommateurs.



## Organisation des flux



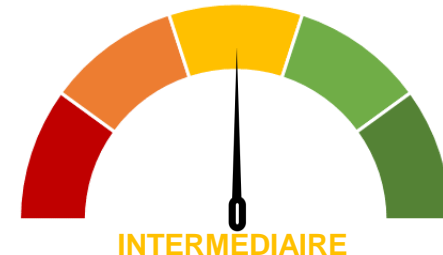
Une organisation des flux cohérente avec le circuit marchand. Pas de point d'accès unique à l'hyper-centre mais plusieurs entrées.

## Intensité des flux



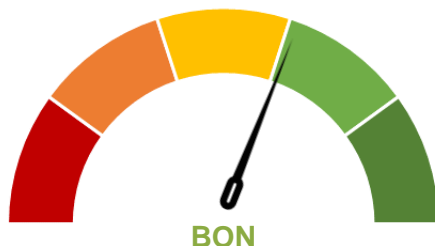
Des flux légèrement inférieurs à ceux des territoires comparables, tant en valeur absolue que pondérée

## Résistance à la crise



Une fréquentation de l'hyper-centre qui a comparativement mieux résisté à la crise mais l'impact reste important...

## Attractivité



Un indicateur d'attractivité comparable à celui d'Angers et Dijon (2,0 pour chacune des villes) ; mais inférieur à celui de Tours (2,9) et Rouen (3,4).

## consommation



L'indice de disparité de la consommation (IDC) est à 97, soit un score inférieur de 3 pts à la moyenne nationale.





**OFFRE  
COMMERCIALE**



**FLUX**



**ATTRACTIVITE &  
CONSOMMATION**



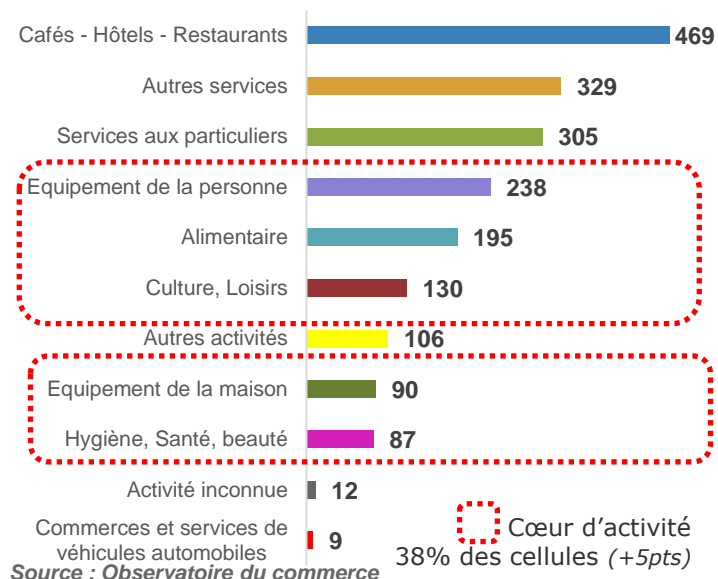
**ANNEXES**



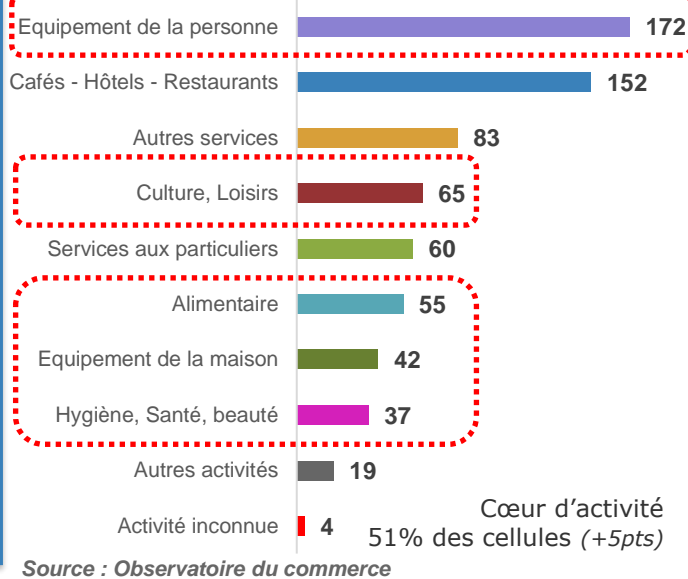
# Offre commerciale – Périmètres & cellules



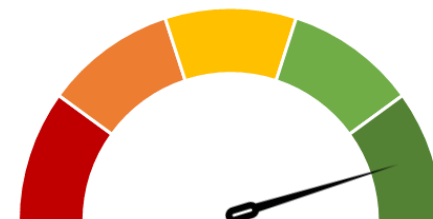
## Graphique : Composition de l'offre Tous périmètres



## Graphique : Composition de l'offre Hyper-centre



## Indicateur : Taux de commercialité



**EXCELLENT**

Avec un cœur d'activité qui représente plus de 35% des cellules, le taux de commercialité est particulièrement élevé !



Baisse de l'équipement de la personne depuis 2018.  
Poids très important de la restauration (21% des cellules)





## Offre commerciale – Vacance commerciale

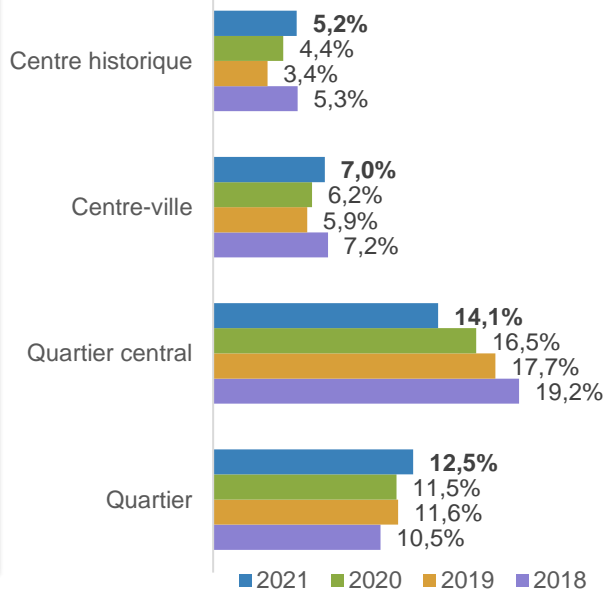


### Info : Taux de vacance global

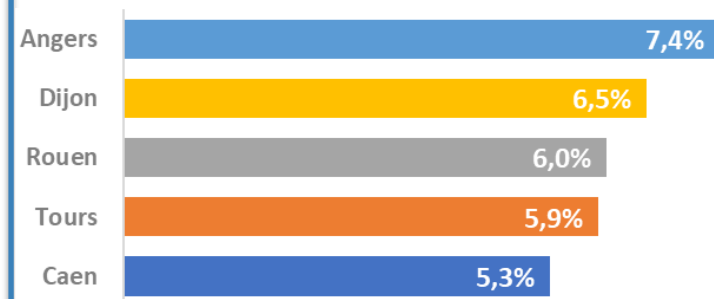


**Le taux de vacance global (c'est-à-dire tous périmètres confondus) est de 8,9%** (soit une augmentation de 0,4 pt par rapport à 2020)

### Graphique : Taux de vacance sur 4 ans

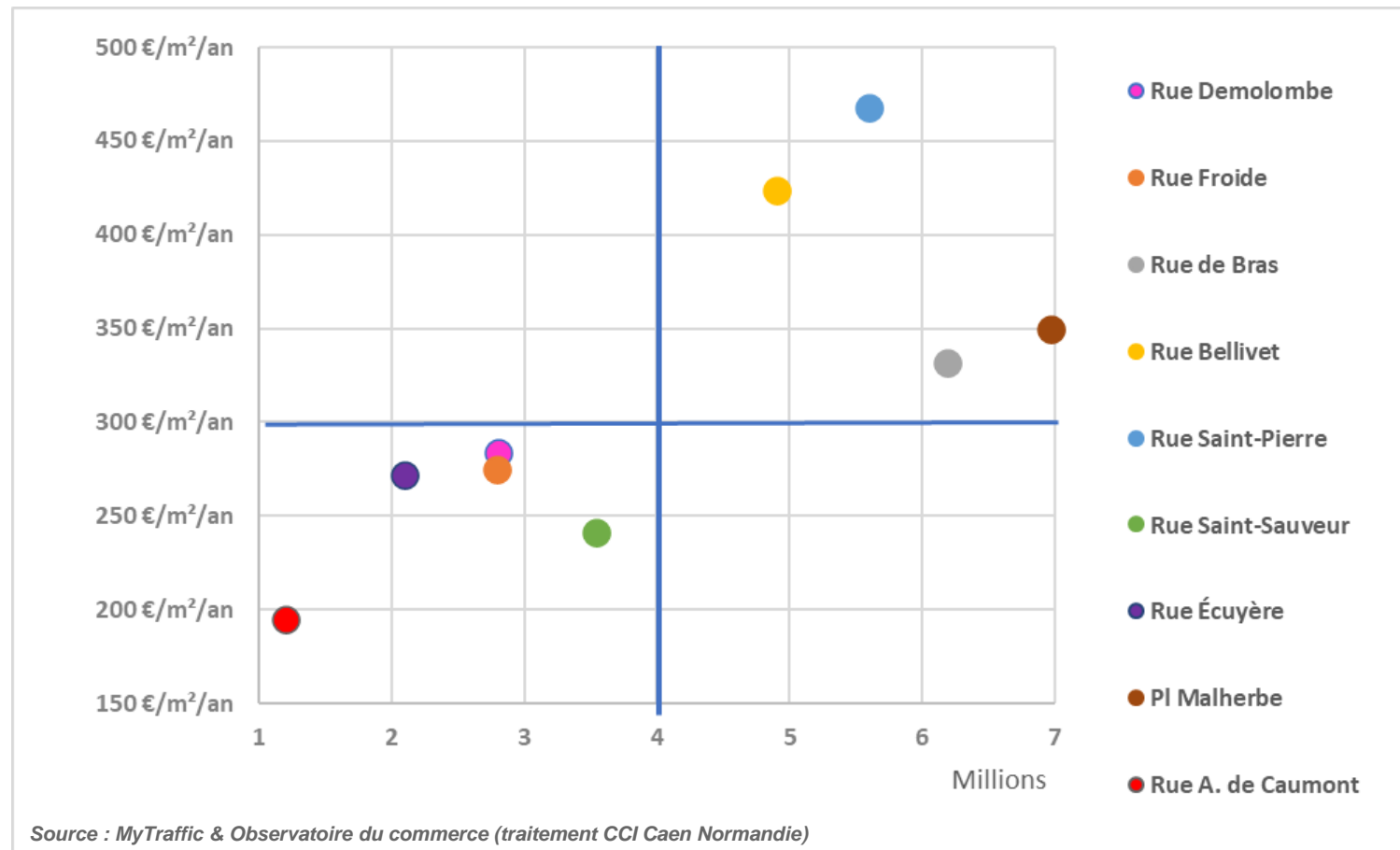


### Comparatif : Vacance commerciale dans l'hyper-centre



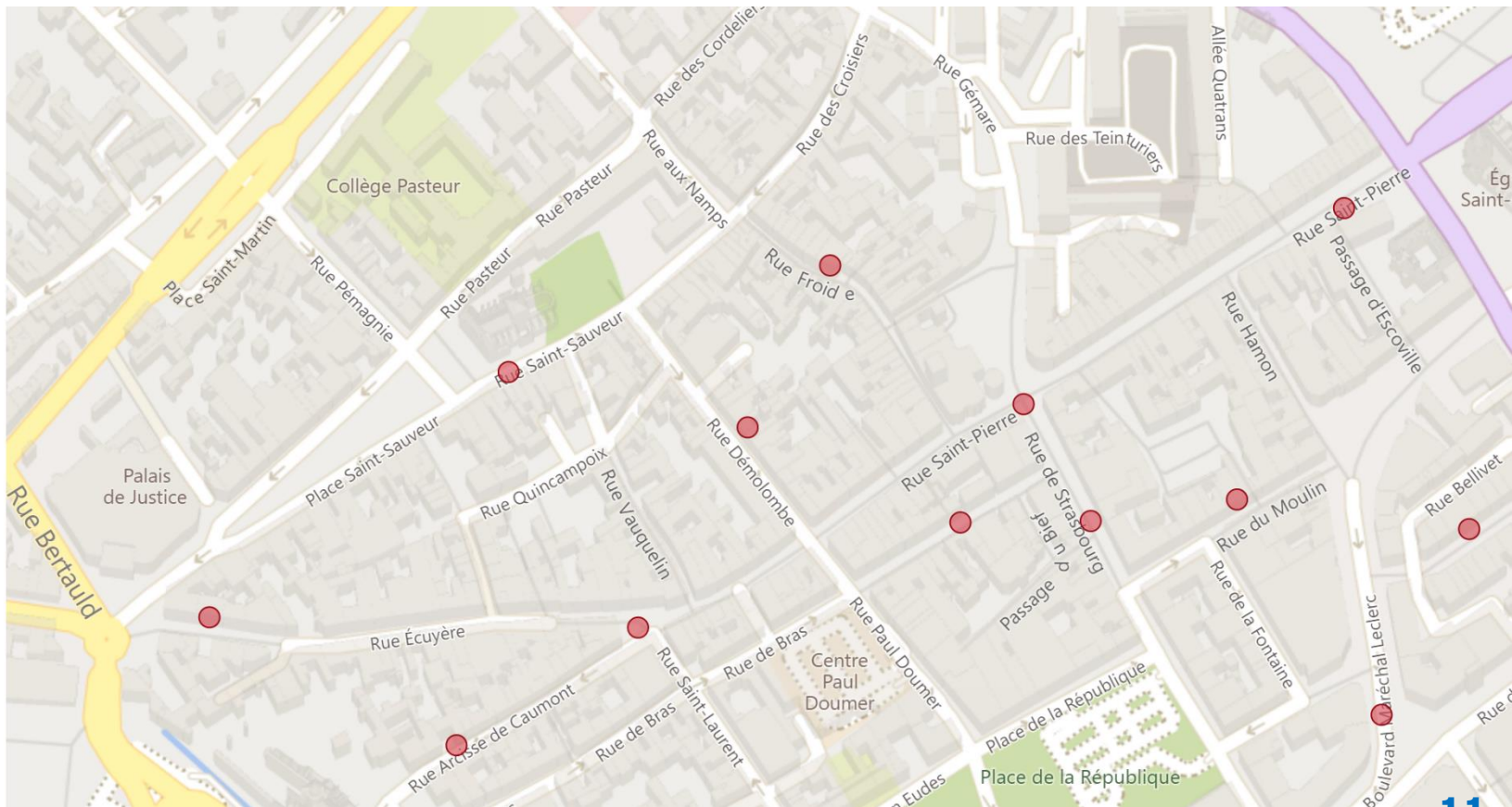


# Flux – Corrélation entre le niveau des loyers et l'intensité des flux



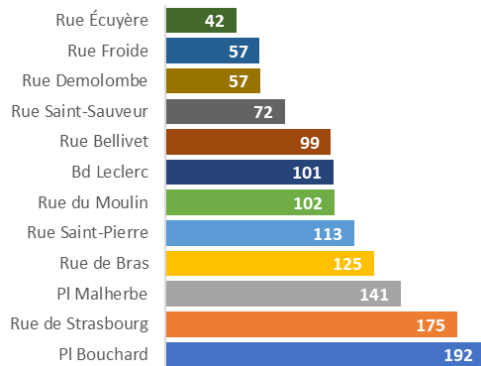


- Bd Leclerc
- PI Bouchard
- PI Malherbe
- Rue Arcisse De Caumont
- Rue Bellivet
- Rue de Bras
- Rue de Strasbourg
- Rue Demolombe
- Rue Du Moulin
- Rue Écuyère
- Rue Froide
- Rue Saint-Pierre
- Rue Saint-Sauveur

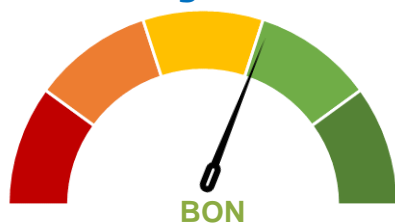




**Graphique : Intensité des flux annuels par rue de Caen – Base 100 (moyenne 2017 – 2018 des rues)**



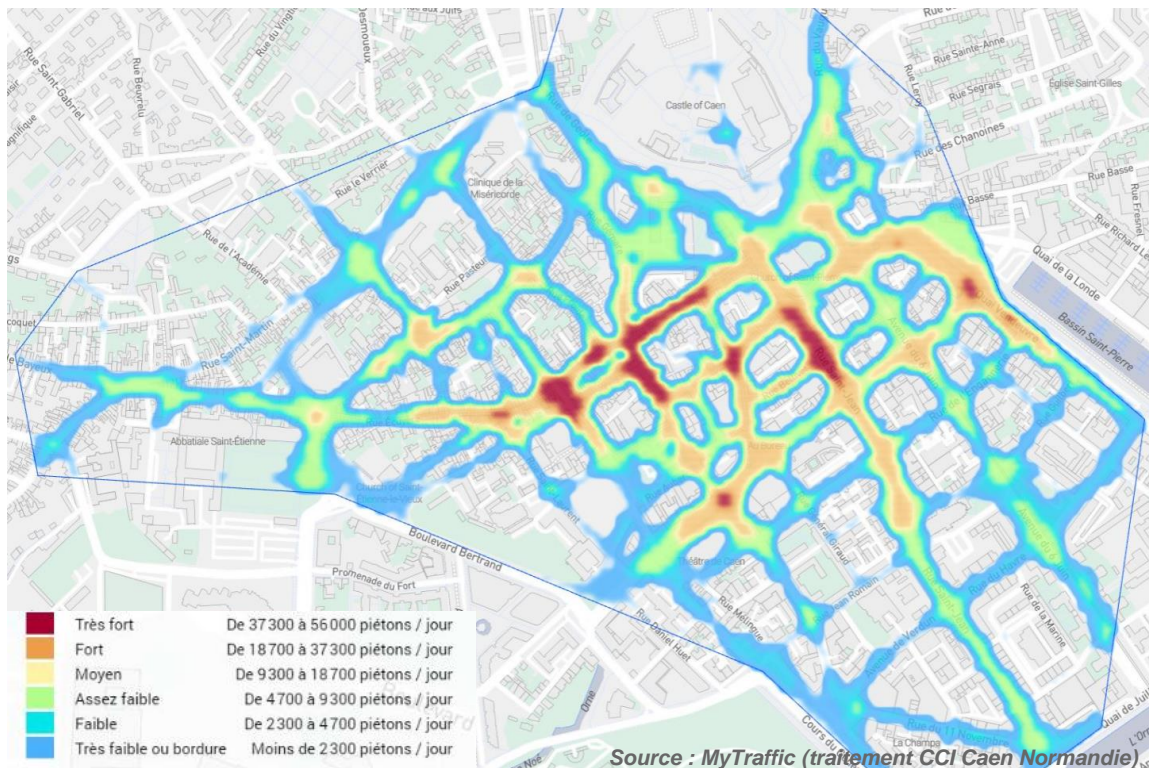
## Indicateur : Organisation des flux



Une organisation des flux cohérente avec le circuit marchand. Pas de point d'accès unique à l'hyper-centre mais plusieurs entrées. Une cohérence entre niveau des loyers et intensité des flux.

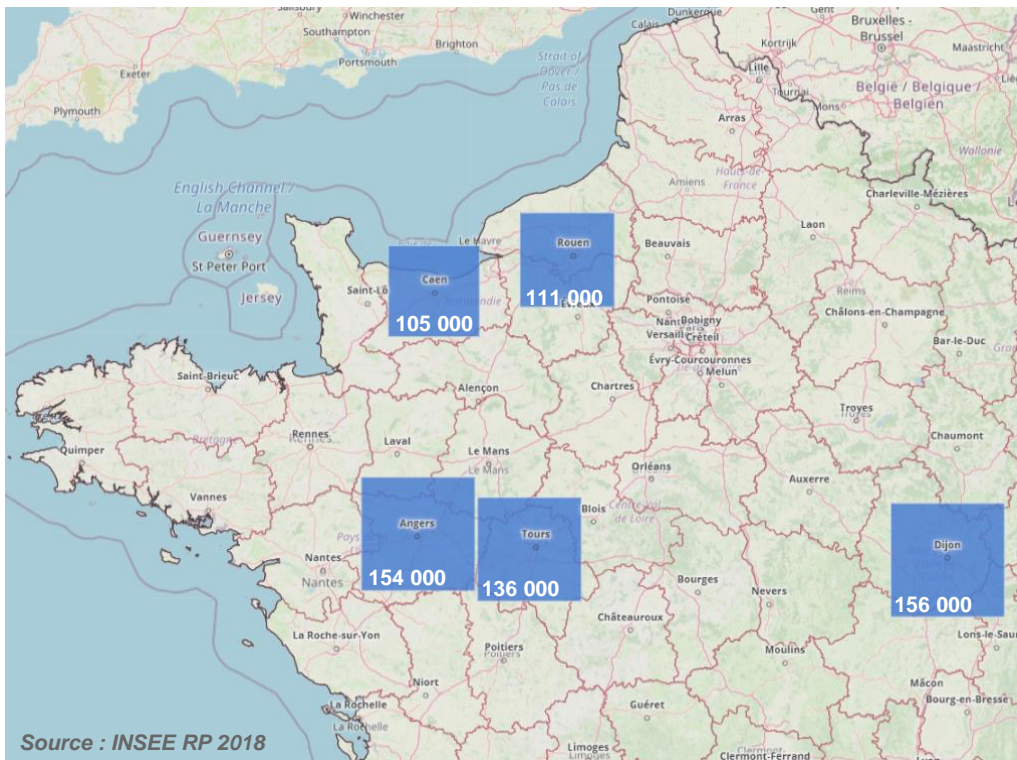
Source : MyTraffic (traitement CCI Caen Normandie)

**Carte : organisation des flux (moyenne 2017 - 2018)**

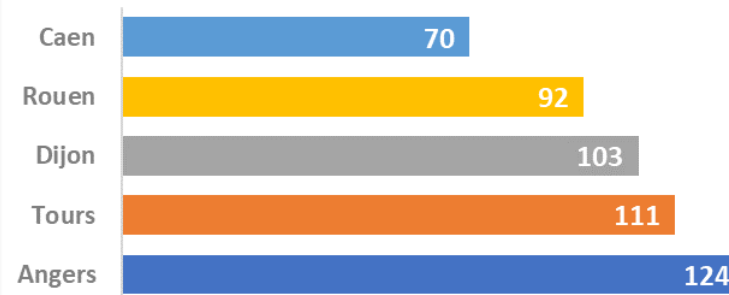


Source : MyTraffic (traitement CCI Caen Normandie)

## Carte : Localisation des villes de comparaison et population



## Graphique : Intensité des Flux annuels – Base 100 (moyenne 2017 – 2018 des 5 territoires)



## Indicateur : Intensité des flux

**NIVEAU INTERMEDIAIRE**



Des flux légèrement inférieurs à ceux des territoires comparables, tant en valeur absolue que pondérée\*

\*Flux pondéré : flux annuel divisé par le nombre d'habitants de la ville

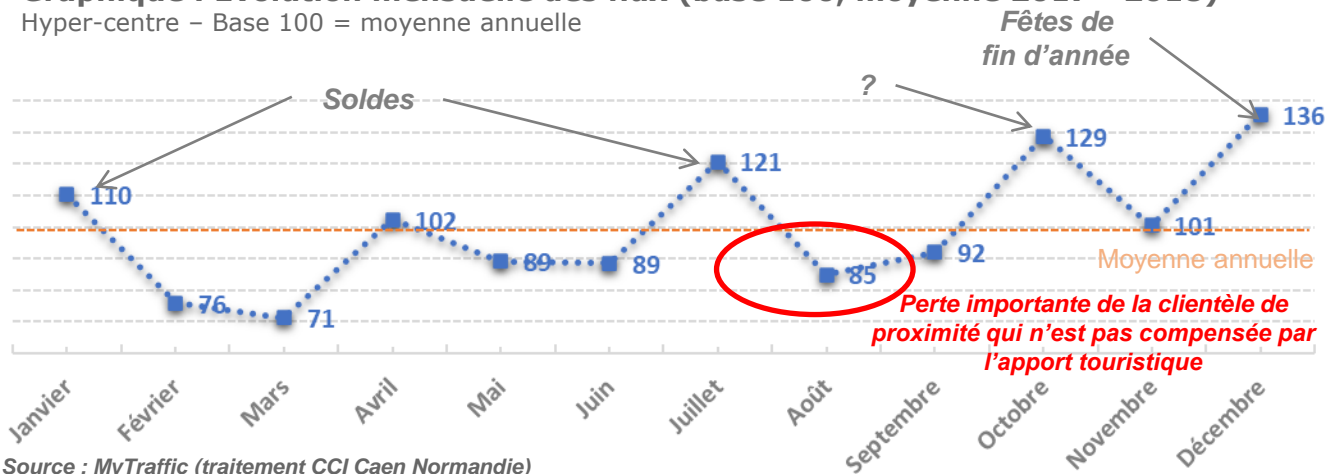


# Flux – Données mensuelles & quotidiennes moyennes



## Graphique : Evolution mensuelle des flux (base 100, moyenne 2017 - 2018)

Hyper-centre – Base 100 = moyenne annuelle



## Analyse :

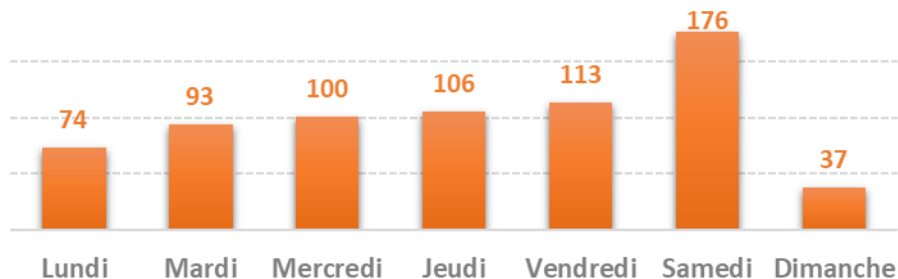
Un impact important des périodes de soldes, et ce de manière encore plus marquée dans les rues où les enseignes nationales du secteur de l'habillement sont présentes (rue Bellivet, rue du Moulin...).

Une variation mensuelle des flux dans la moyenne des villes comparables.

Source : MyTraffic (traitement CCI Caen Normandie)

## Graphique : Variation quotidienne des flux (base 100)

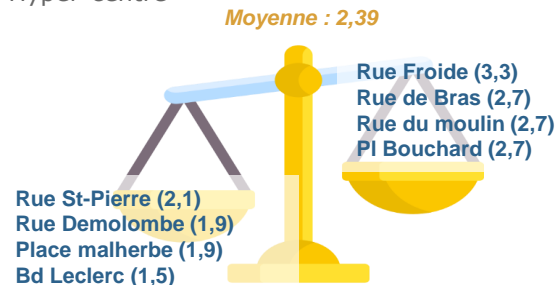
Hyper-centre – Base 100 = moyenne hebdomadaire



Source : MyTraffic (traitement CCI Caen Normandie)

## Illustration : Amplitude hebdomadaire des flux

Hyper-centre

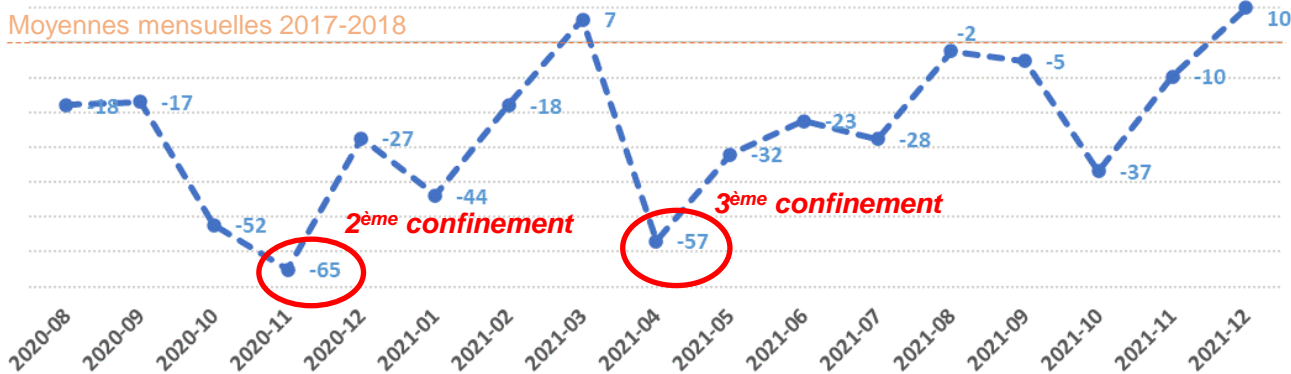




## Graphique : Impact de la crise sur le fréquentation de l'hyper-centre (base 100)

Base 100 = moyennes mensuelles 2017- 2018

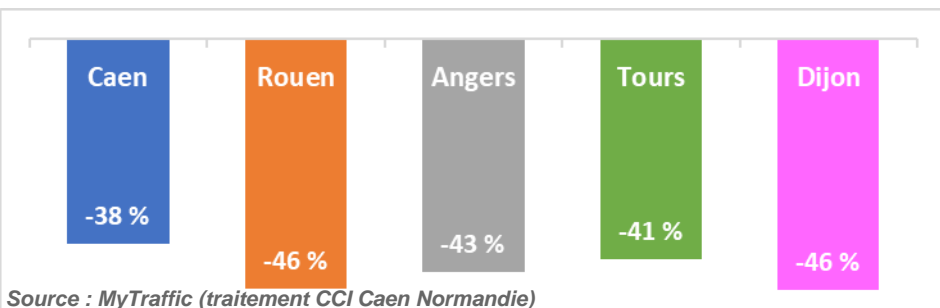
Moyennes mensuelles 2017-2018



Source : MyTraffic (traitement CCI Caen Normandie)

## Graphique : Impact de la crise, Comparaison territoriale

Période d'août 2020 à août 2021



Source : MyTraffic (traitement CCI Caen Normandie)

## Analyse :

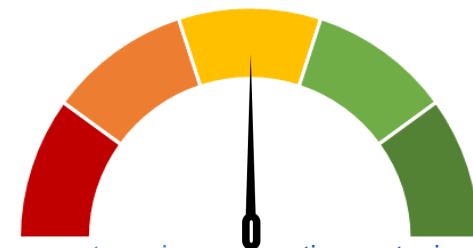
Un impact très fort des différents confinements sur la fréquentation de l'hyper-centre.

Un pic de fréquentation en mars 2021 avant le 3<sup>ème</sup> confinement (spécifique à Caen par rapport aux territoires de comparaison).

Un mois d'août 2021 quasiment conforme à la normale (alors que la baisse est encore importante à Rouen et Dijon).

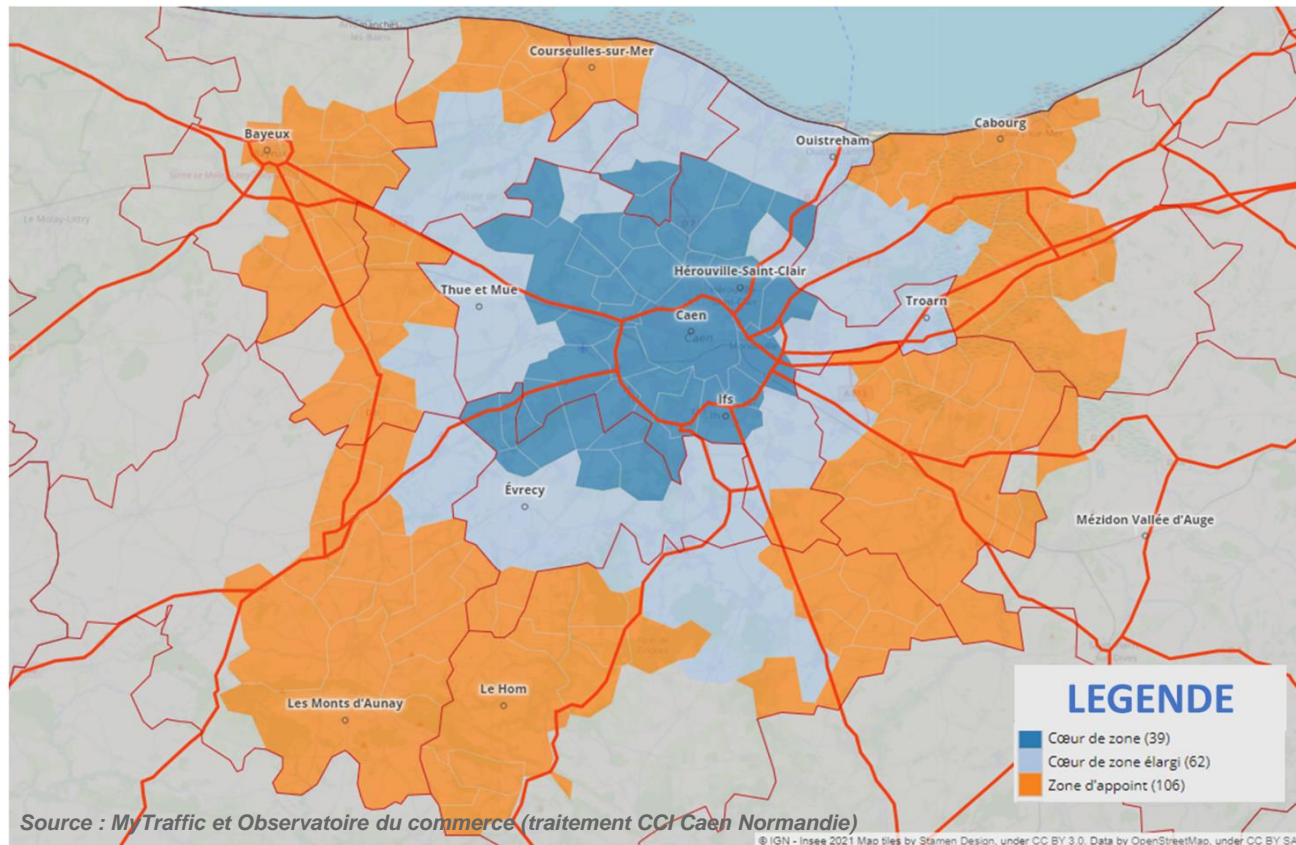
## Indicateur : Résistance à la crise

NIVEAU INTERMEDIAIRE

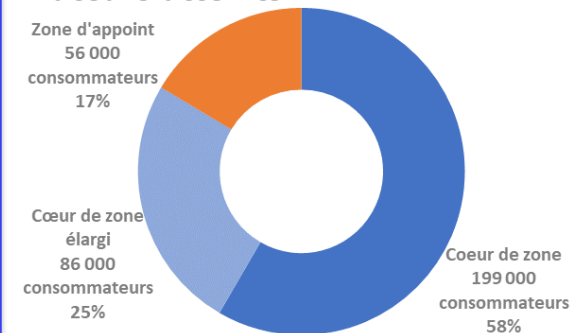


Une fréquentation de l'hyper-centre qui a comparativement mieux résisté à la crise (cf. graphique ci-contre), mais l'impact reste important...

Carte : Zone d'attractivité du centre-ville



Graphique : Nombre de consommateurs atteints



Un centre-ville qui capte un peu plus de 340 000 consommateurs, dont 285 000 consommateurs sur le cœur de zone.

Indicateur : Indice d'attractivité\*



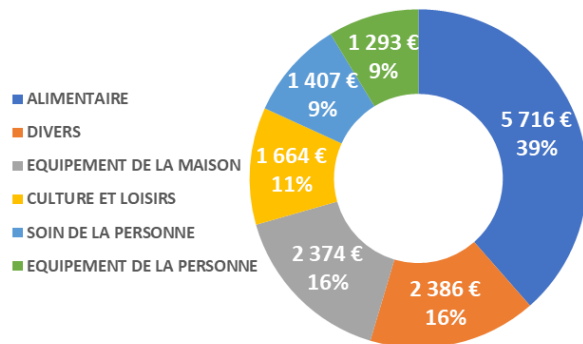
Un indicateur d'attractivité comparable à celui d'Angers et Dijon (2,0 pour chacune des villes) ; mais inférieur à celui de Tours (2,9) et Rouen (3,4)

\*poids de la population de la ville par rapport à la population de la zone d'attractivité

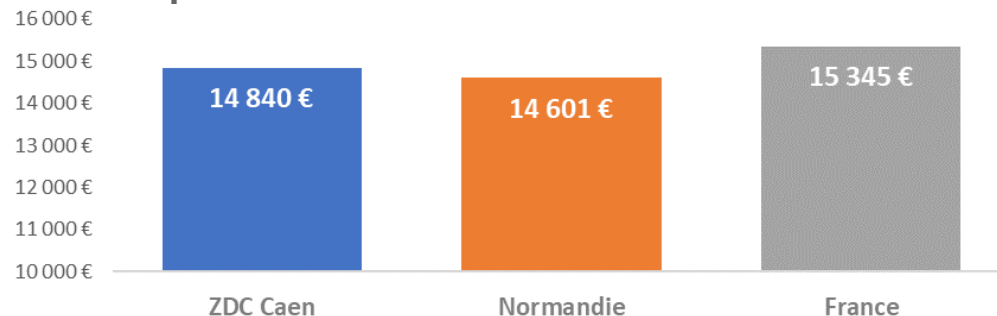




## Graphique : Consommation moyenne par ménage



## Indicateur : Consommation moyenne - Comparaison



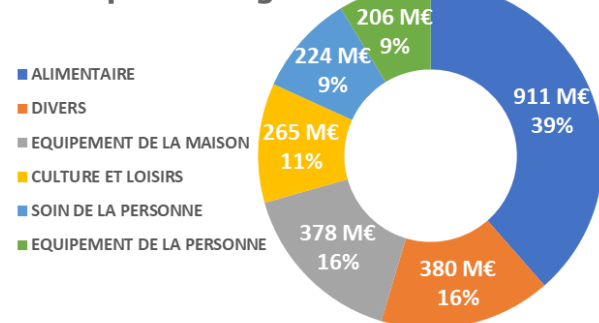
### Analyse :

Une consommation moyenne, tous postes confondus, de 14 840 €, soit une consommation inférieure d'un peu plus de 500 € par rapport à la moyenne nationale.

Cette moindre consommation est plus marquée sur le cœur de zone (14 097 €, soit 1 248 € de moins que la moyenne nationale) ; ce qui s'explique du fait de la plus forte présence de familles sans enfant (impact fort sur la consommation alimentaire : -10 %) et la part plus importante de l'habitat collectif qui induit des dépenses moins élevées en matière d'équipement de la maison (-13 % par rapport à la moyenne nationale).

À noter que la répartition de la consommation sur la zone d'attractivité est identique à ce que l'on constate à l'échelle nationale.

## Graphique : Consommation totale par ménage



**Carte des périmètres**

**Nombre de cellules par pôle**

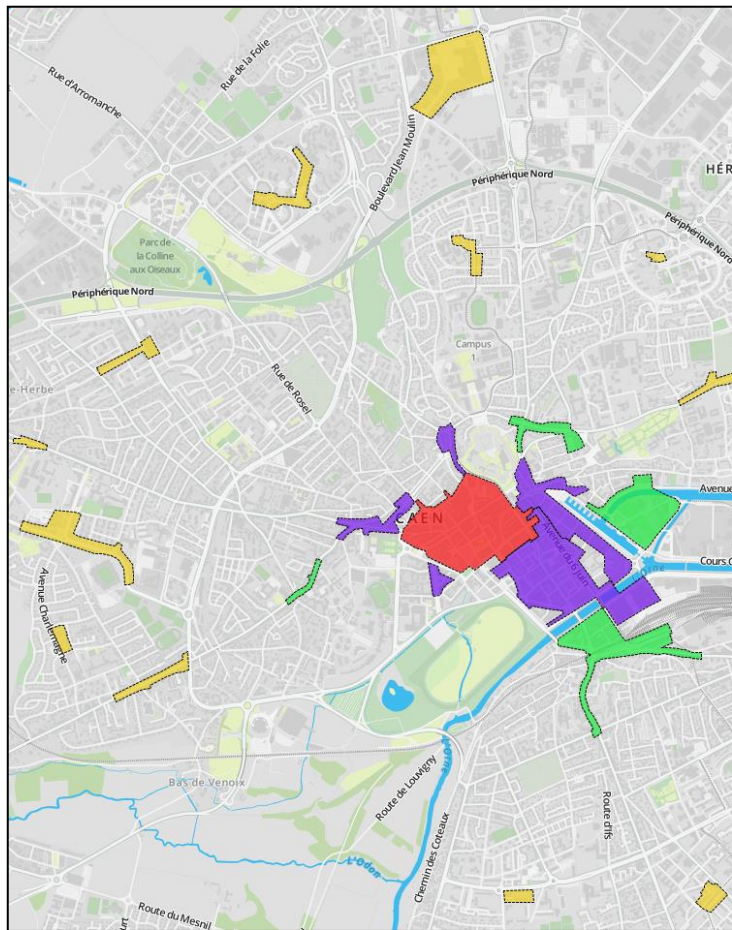
**Taux de vacance par périmètre**

**Taux de mutation par périmètre**

**Flux – comparaison territoriale**

**Impact de la crise sanitaire – comparaison territoriale**



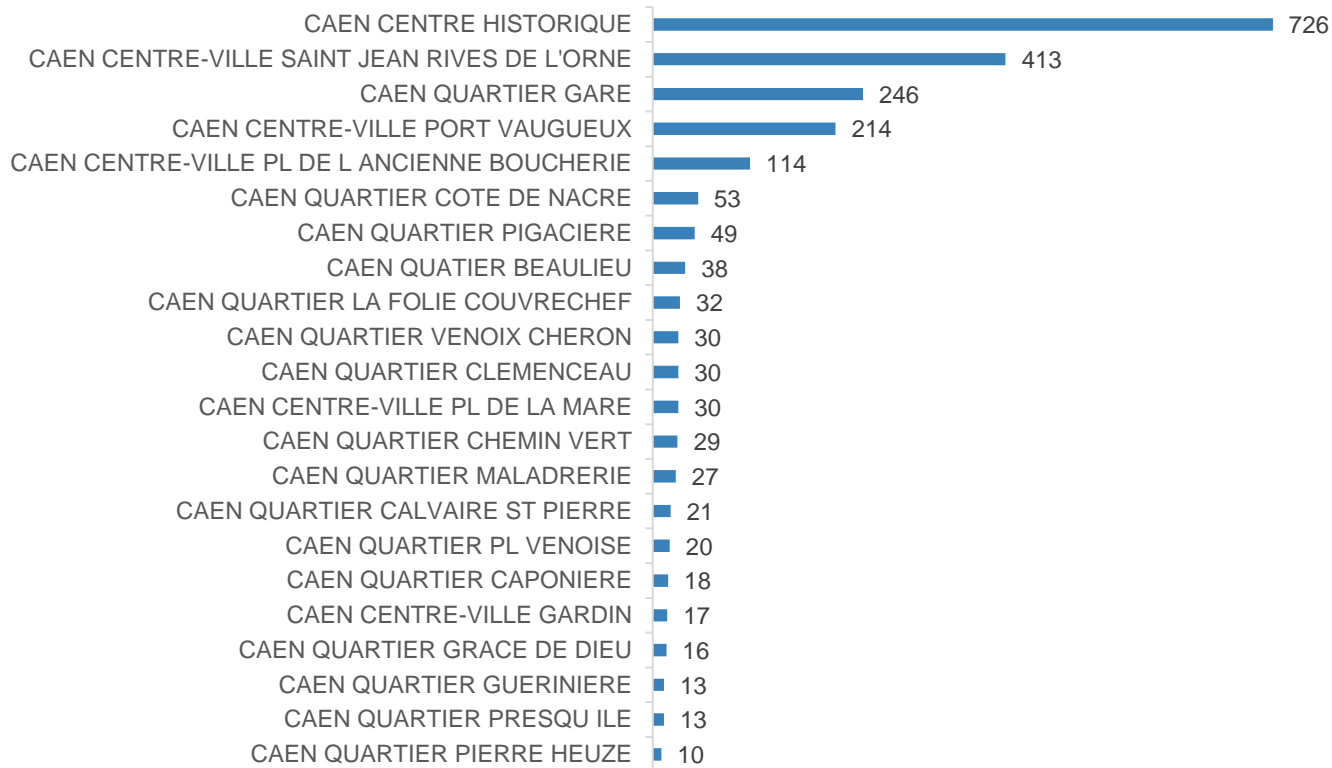


**1 périmètre pour le centre historique (hyper-centre)**

**5 périmètres qui composent le centre ville étendu**

**4 quartiers centraux**

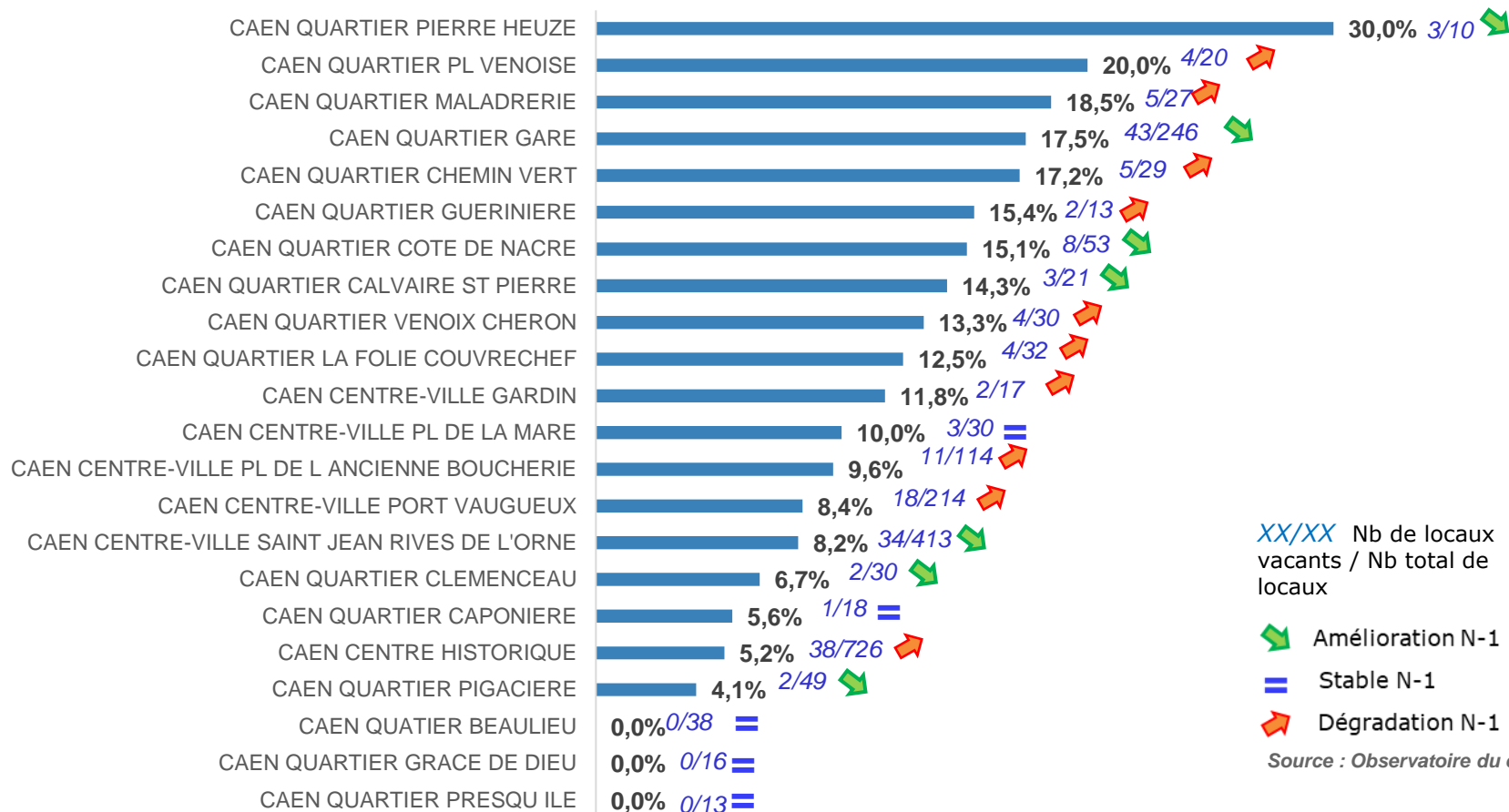
**12 quartiers périphériques**



Source : Observatoire du commerce



# Annexes – Taux de vacance par quartier



XX/XX Nb de locaux vacants / Nb total de locaux

Amélioration N-1

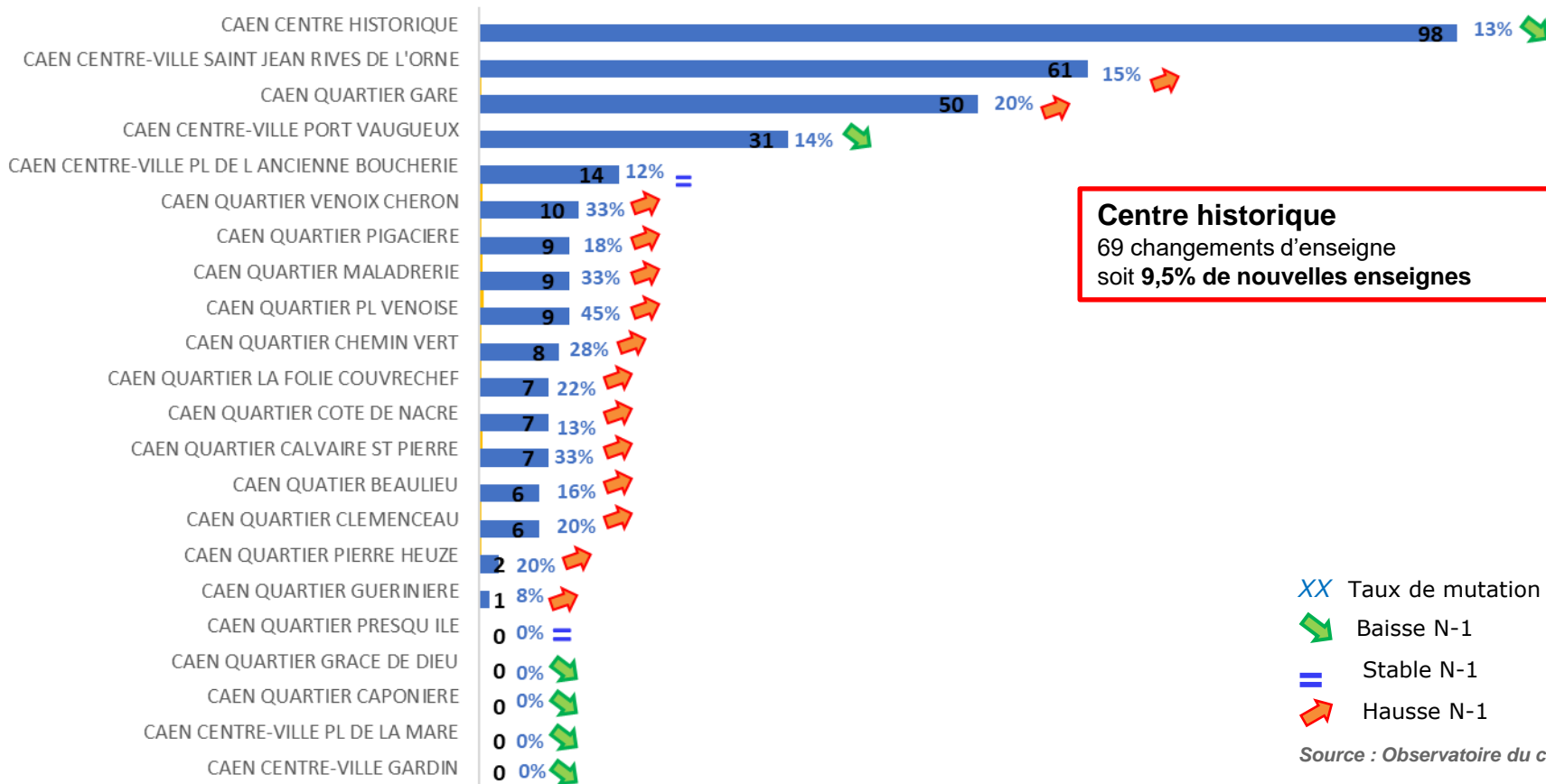
Stable N-1

Dégradation N-1

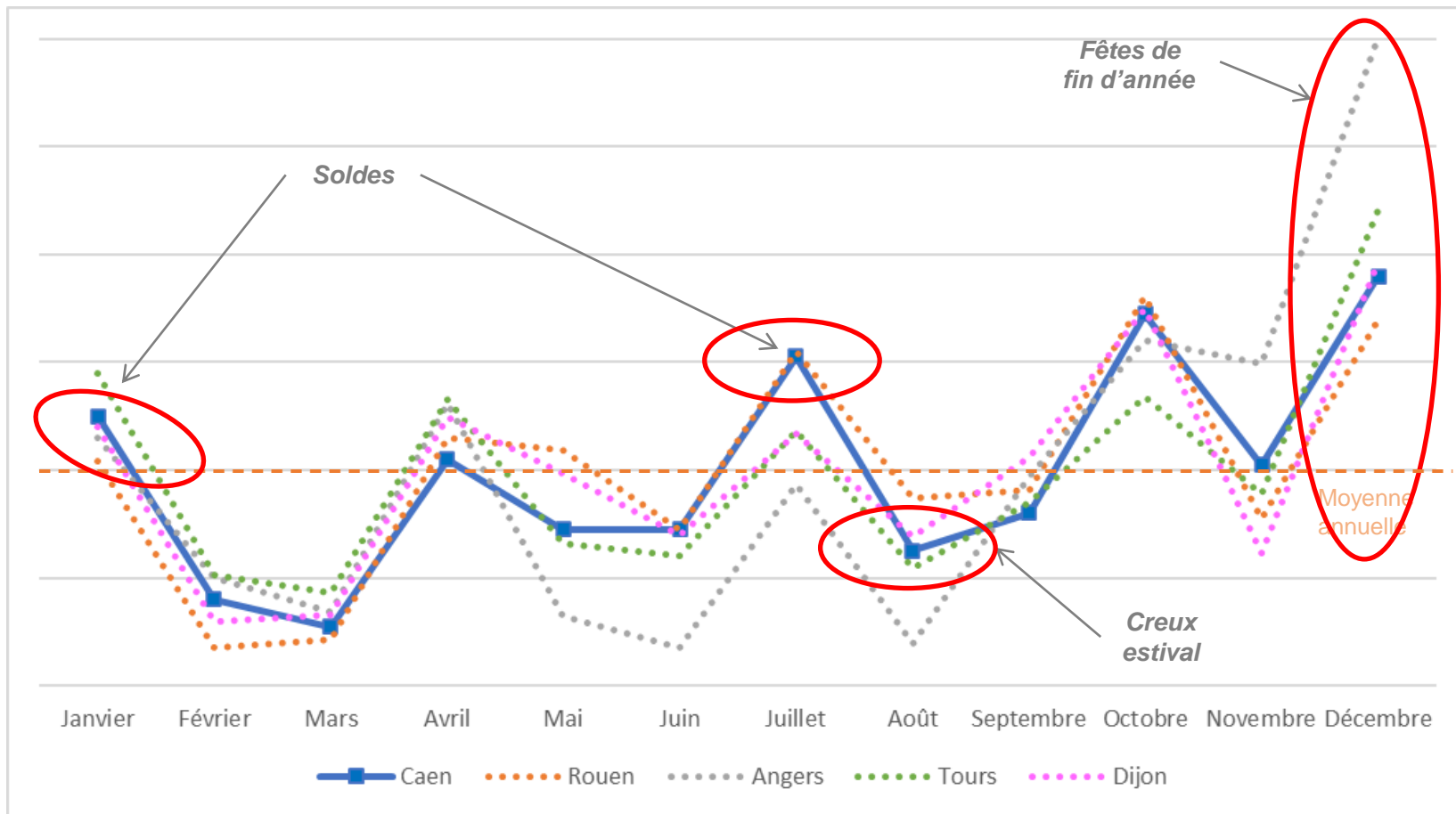
Source : Observatoire du commerce

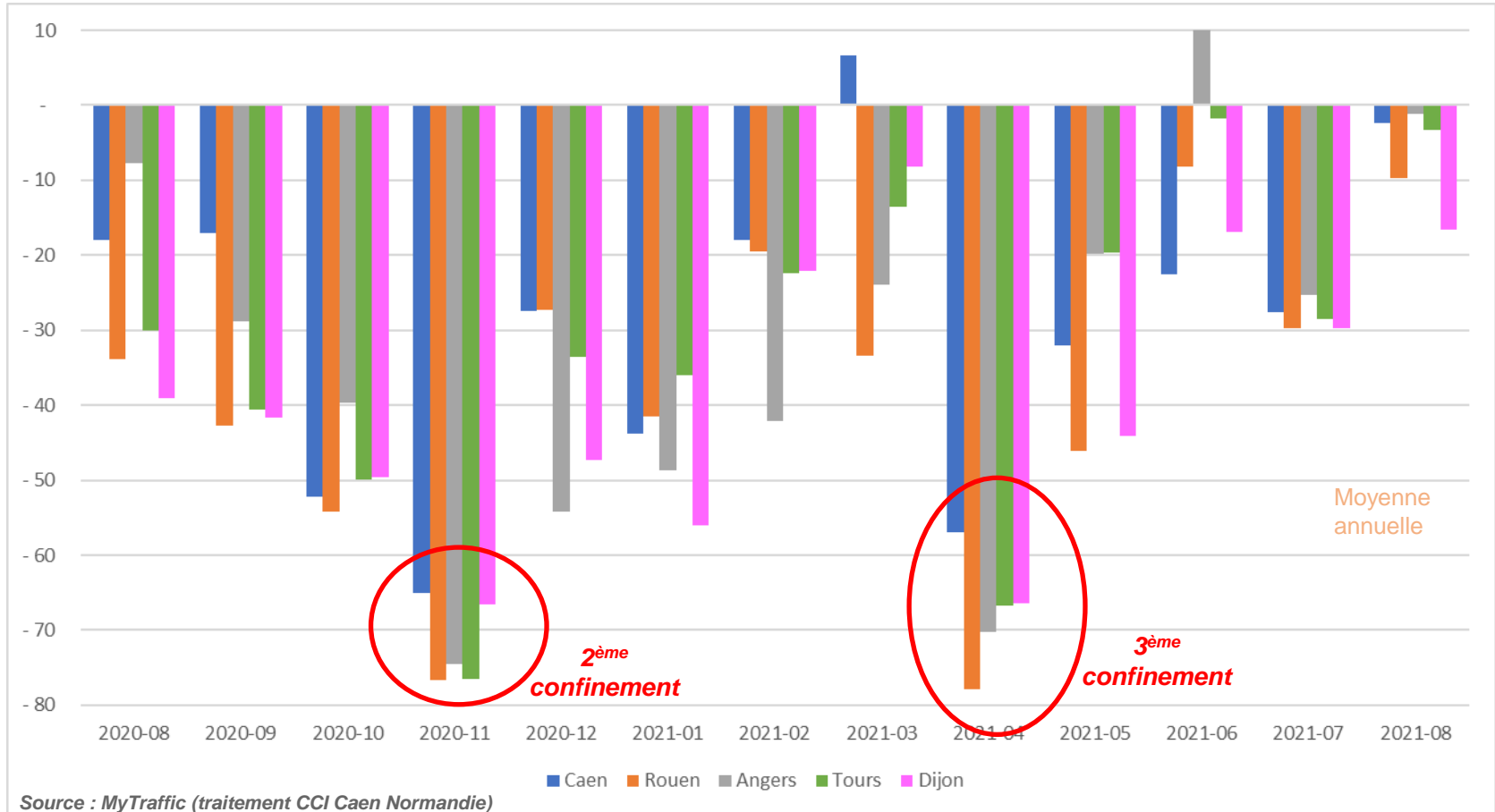


# Annexes – Nombre de mutations par pôle en 2021



Source : Observatoire du commerce





Source : MyTraffic (traitement CCI Caen Normandie)