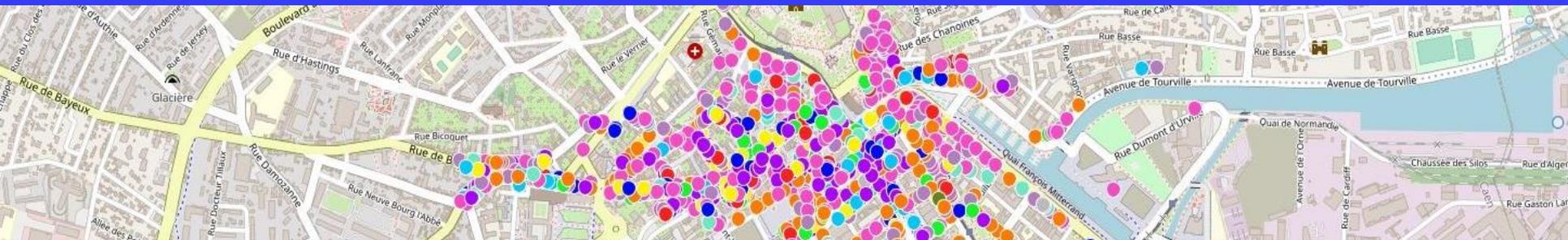




CCI CAEN  
NORMANDIE



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

Observatoire du commerce & de l'artisanat

Ville de Caen

Résultats 2022 5<sup>ème</sup> millésime



## 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).

## 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 croisées et complétées avec d'autres sources.

## Consommation

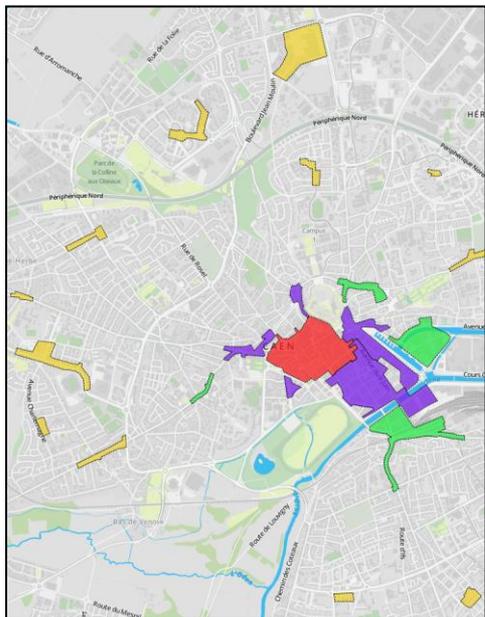
L'analyse de la consommation repose sur les Indices de Disparité de la Consommation (IDC). Cet indice permet d'apprécier les disparités ou les particularismes de dépenses des ménages en pondérant les données nationales de consommation des données locales, et ce, à l'aide de coefficients correcteurs.



## Méthodologie – Périmètres & cellules

**CAEN**  
NORMANDIE

### Carte : Périmètres d'observation



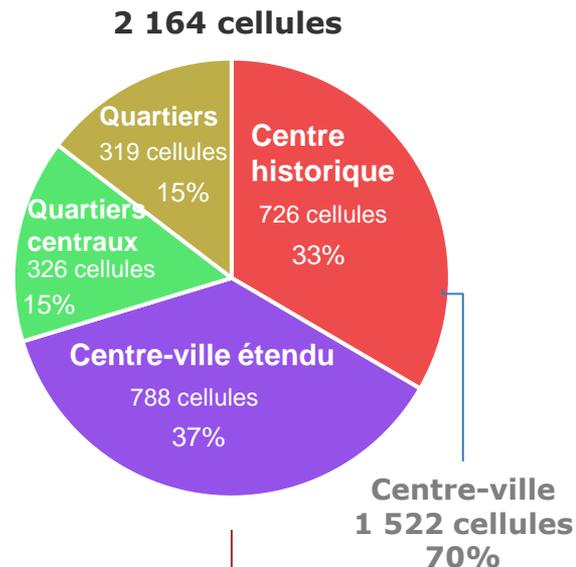
**1 périmètre pour le centre historique (hyper-centre)**

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

**4 quartiers centraux**

**12 quartiers périphériques**

### Graphique : Nombre de cellules



Source : Observatoire du commerce



## Taux de commercialité



**EXCELLENT**

Avec un cœur d'activité qui représente 35 % 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 (3,7 %). Vigilance sur le centre-ville étendue

## 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



**EXCELLENT**

Le taux de rotation des enseignes de 11 % (+1,5pts) en 2022 (soit 79 changements d'enseignes) permet un renouvellement propice à susciter l'intérêt des consommateurs



## Résilience



Des flux revenus à un niveau pré-Covid

## Rayonnement



Une difficulté à aller chercher des consommateurs au-delà de l'aire d'attractivité caennaise

## Attractivité



Un indicateur d'attractivité égal à celui de Tours (2,74) et supérieur à Dijon et Angers (2,09) mais malgré tout inférieur à Rouen (3,25).

## Intensité touristique



Une croissance des flux en période estivale apparue durant le Covid et qui perdure

## 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**



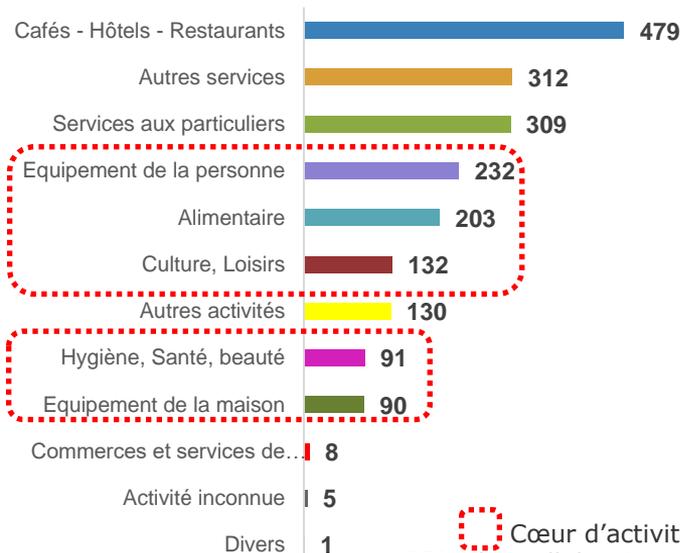
**ANNEXES**



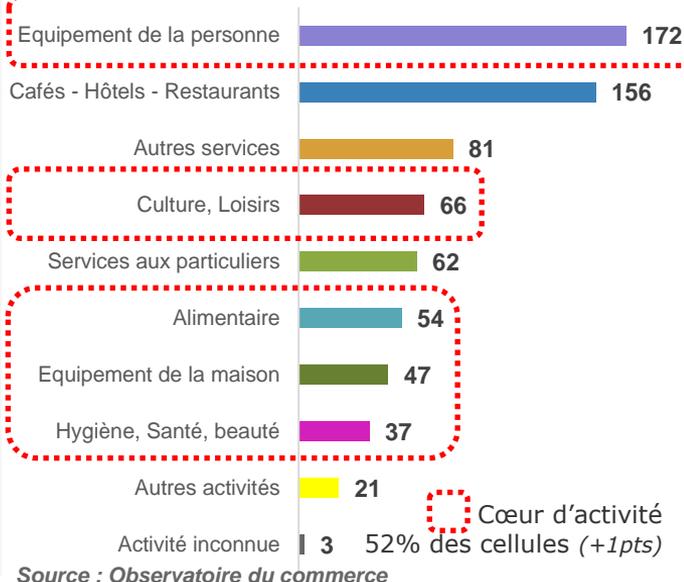
# Offre commerciale – Périmètres & cellules



### Graphique : Composition de l'offre Tous périmètres



### Graphique : Composition de l'offre Centre historique



### Indicateur : Taux de commercialité



**EXCELLENT**

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



**Centre historique :**  
Baisse de l'équipement de la personne depuis 2018.  
Forte progression de la restauration



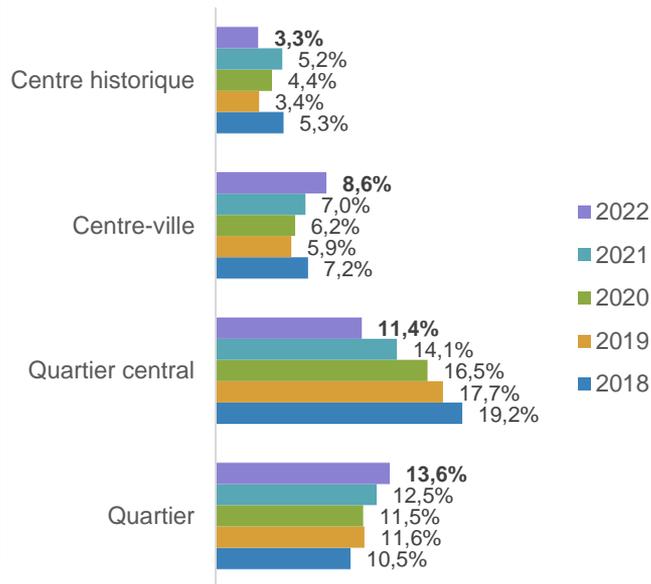
## Offre commerciale – Vacance commerciale

**CAEN**  
NORMANDIE

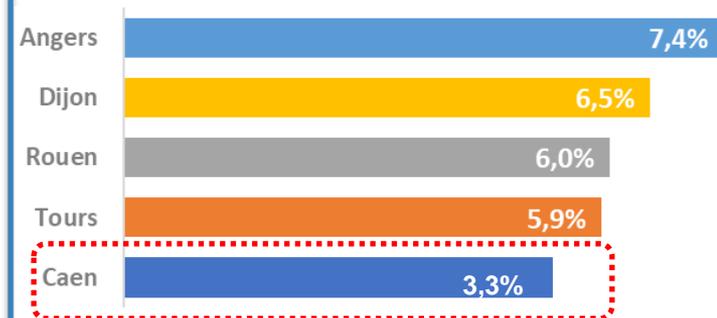
### Info : Taux de vacance global

**Le taux de vacance global (c'est-à-dire tous périmètres confondus) est de 8%** (soit une baisse de 0,9 pt par rapport à 2021)

### Graphique : Taux de vacance sur 5 ans



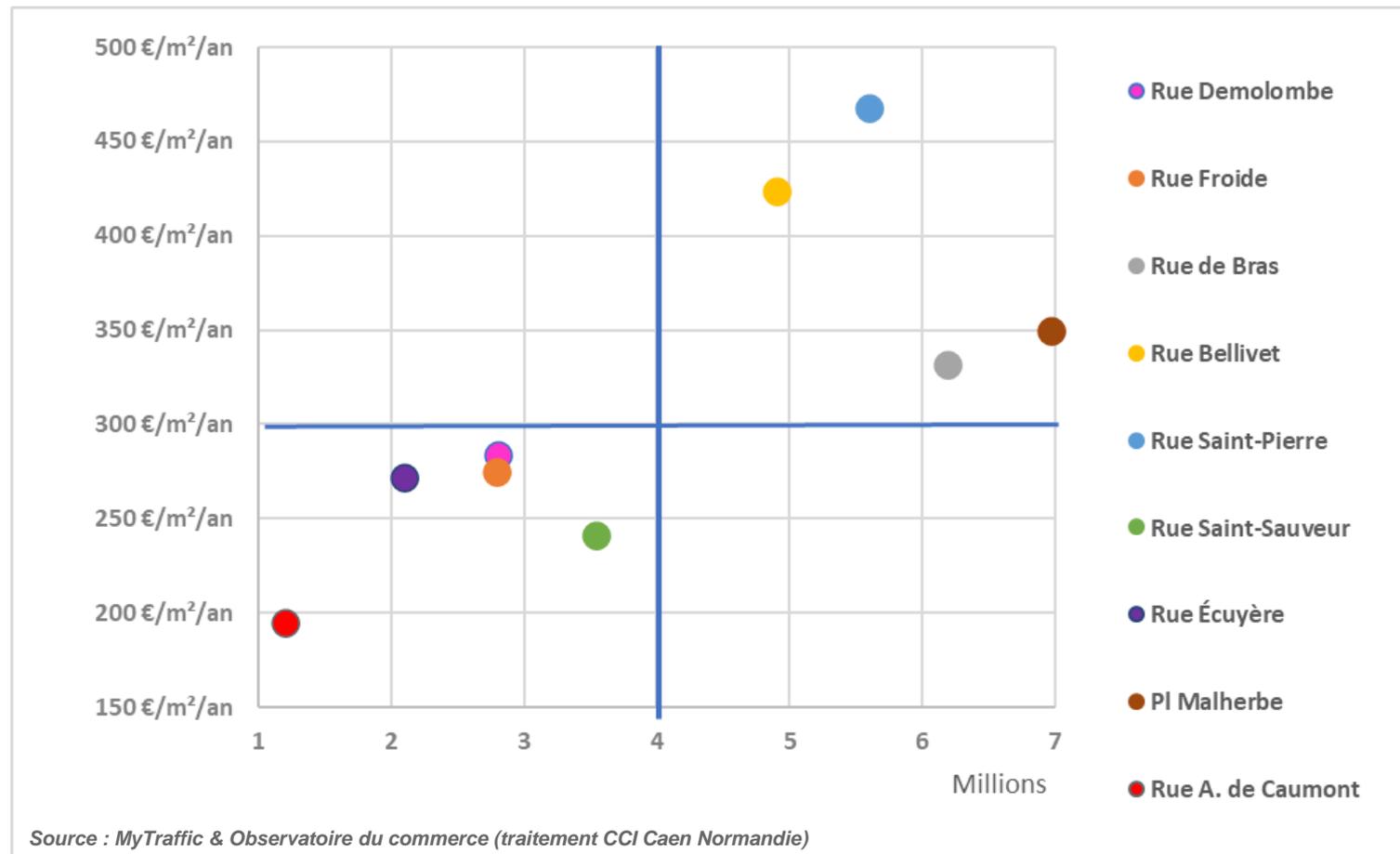
### Comparatif : Vacance commerciale dans l'hyper-centre



Source Codata pour Angers, Dijon, Rouen et Tours  
Observatoire du commerce pour Caen

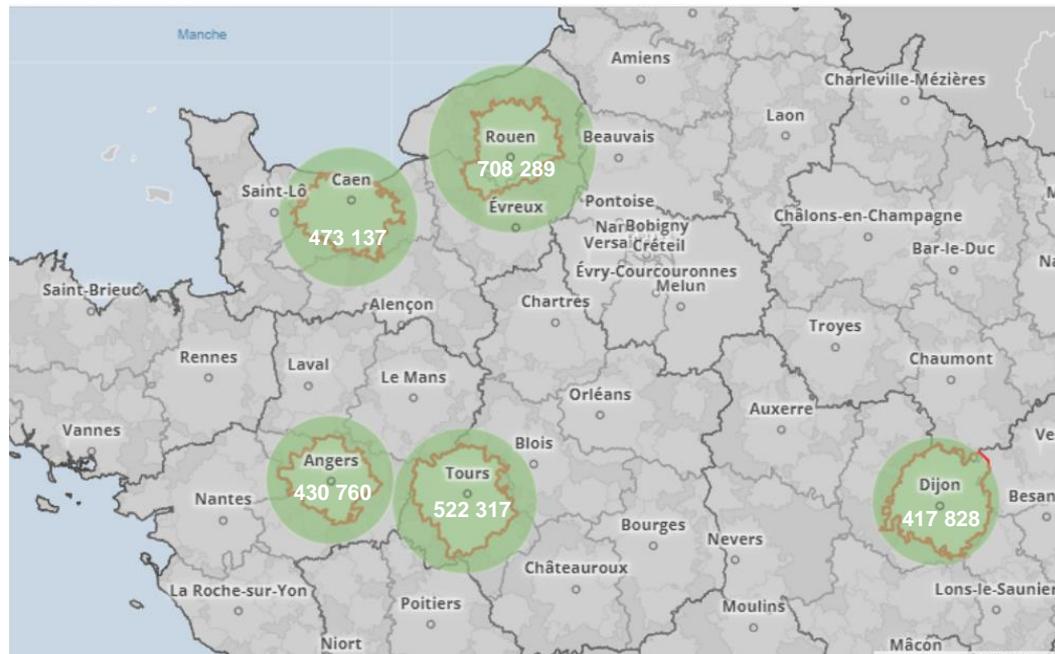


# Flux – Corrélation entre le niveau des loyers et l'intensité des flux



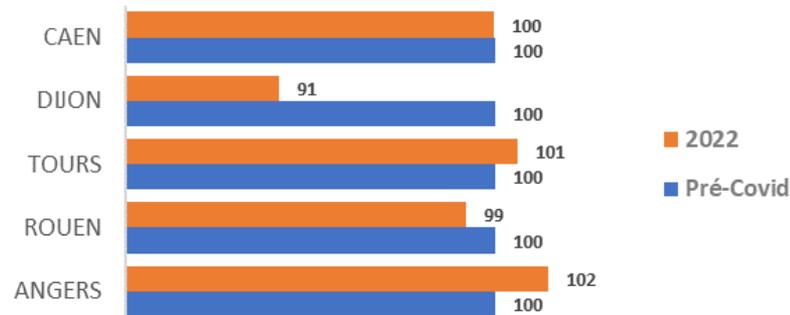


### Carte : Localisation des villes de comparaison et aires d'attractivité



Source : INSEE RP 2018

### Graphique : Flux 2022 VS période pré-Covid Base 100 (Base 100 = moyenne Pré-covid)



## Résilience

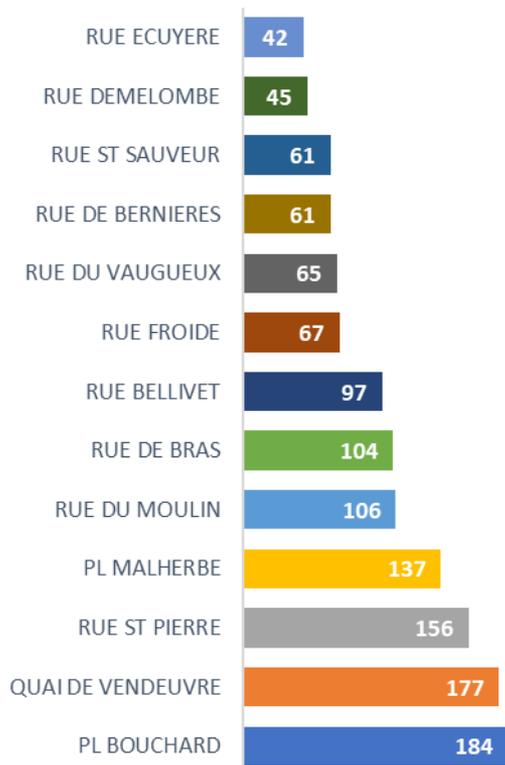


Des flux revenus à un niveau pré-Covid

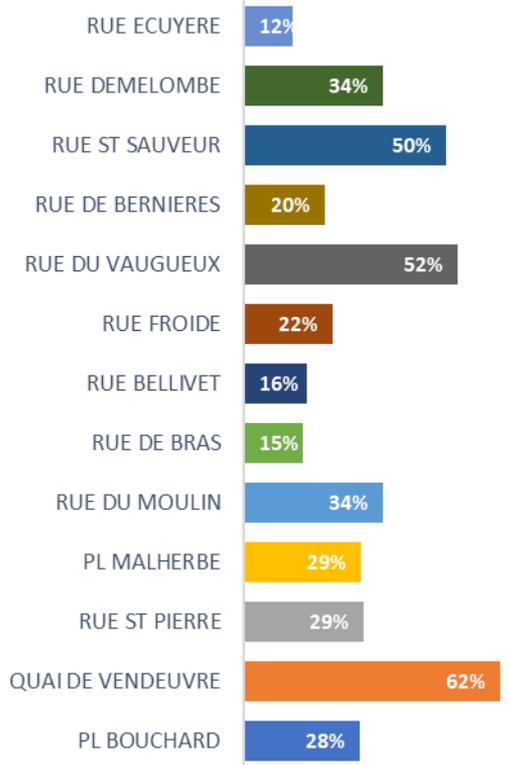
\*Résilience : niveau des flux par rapport à la période pré-Covid



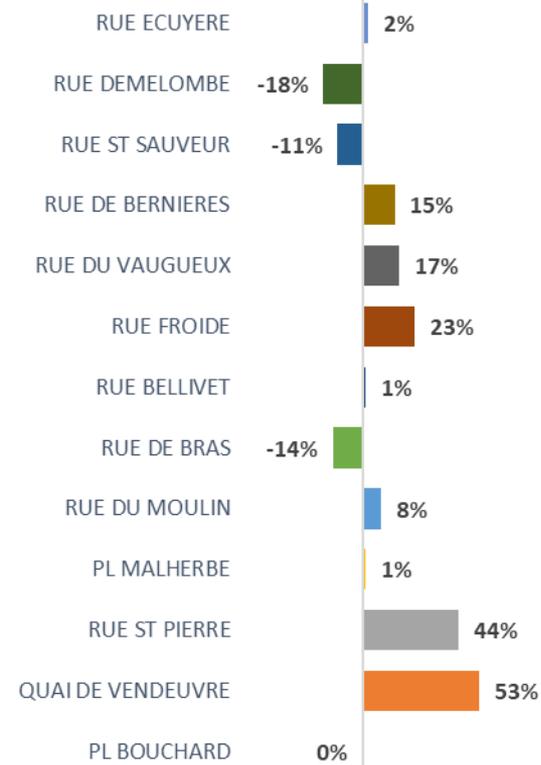
**Graphique : flux annuel 2022 en base 100 (Base 100 = moyenne toutes rues)**



**Graphique : Evolution des flux en 2022 par rapport à 2021**



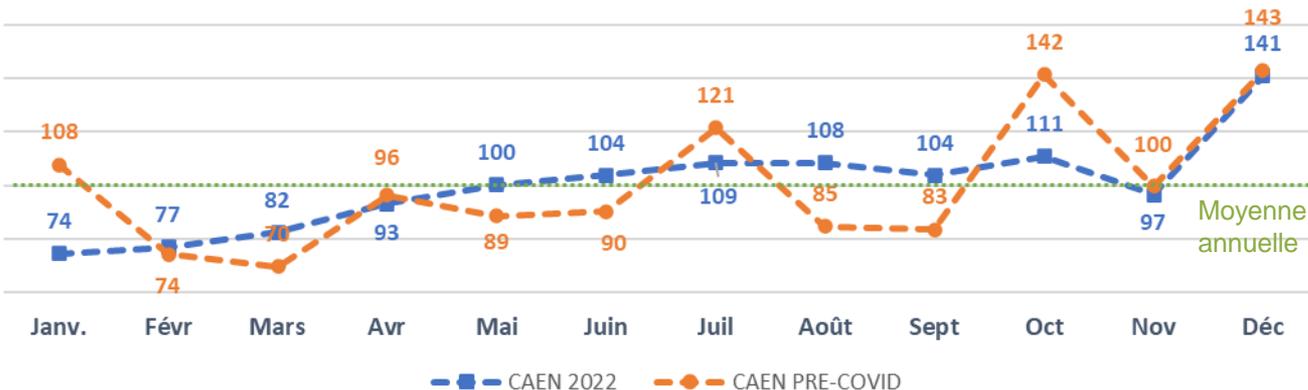
**Evolution par rapport à la période pré-Covid**





## Graphique : Evolution mensuelle des flux (base 100)

Hyper-centre – Base 100 = moyenne annuelle



Source : MyTraffic (traitement CCI Caen Normandie)

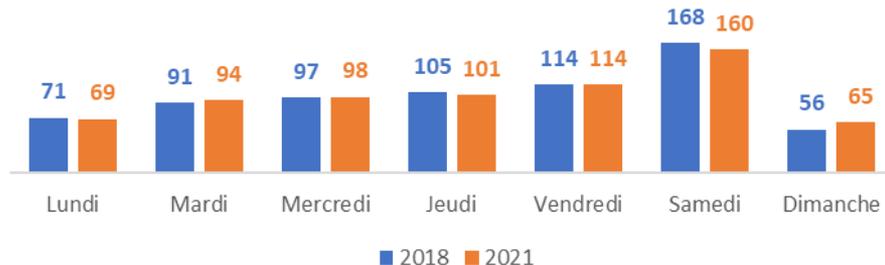
## Analyse :

Un lissage des flux depuis la sortie des confinements.

Des flux estivaux qui s'étaient développés en 2020 et 2021 et, depuis 2022, également en mai et septembre, signe d'un caractère touristique plus marqué ? Ce d'autant que ce n'est pas une phénomène que l'on constate dans les [villes comparables](#).

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

Hyper-centre – Base 100 = moyenne hebdomadaire

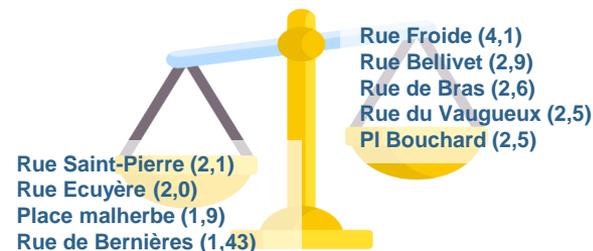


Source : MyTraffic (traitement CCI Caen Normandie)

## Illustration : Amplitude hebdomadaire des flux

Hyper-centre 2021

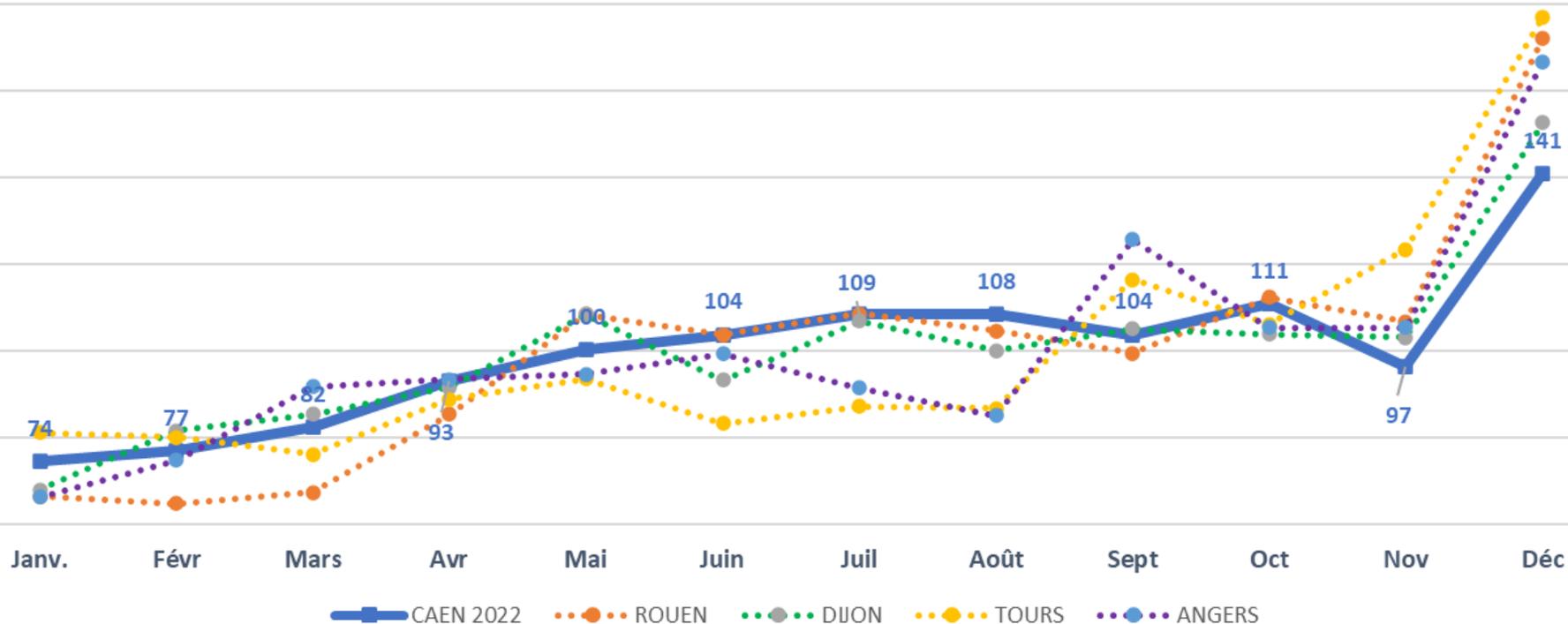
Moyenne : 2,32





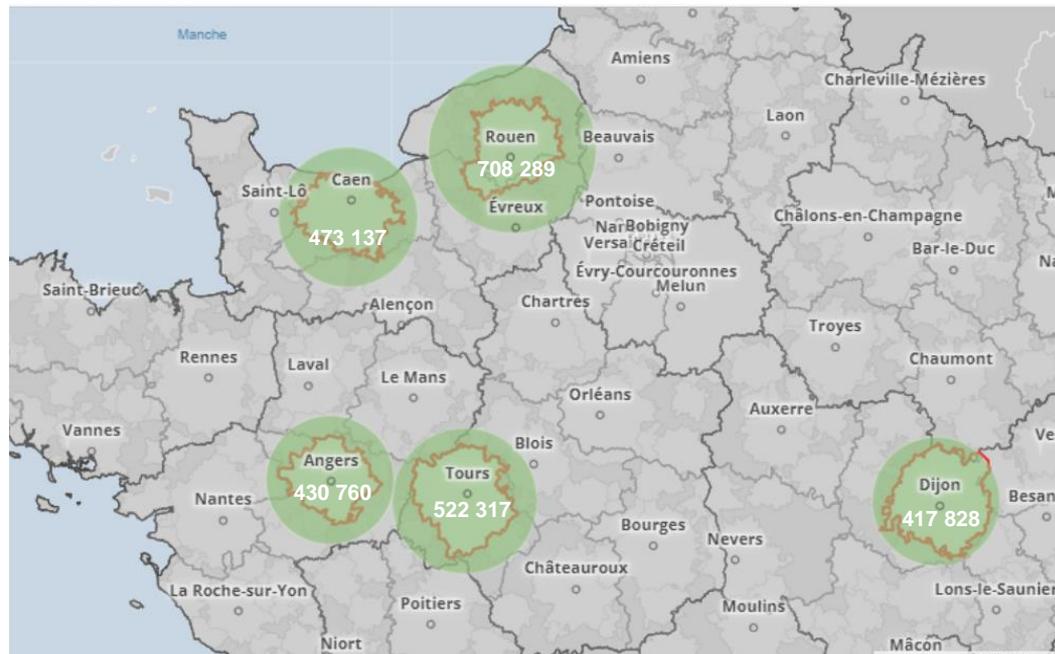
**Graphique : Evolution mensuelle des flux en 2022 (base 100)**

Base 100 = moyenne annuelle





## Carte : Localisation des villes de comparaison et aires d'attractivité



Source : INSEE RP 2018

## Indicateur : Attractivité\*



Un indicateur d'attractivité égal à celui de Tours (2,74) et supérieur à Dijon et Angers (2,09) mais malgré tout inférieur à Rouen (3,25).

## Indicateur : Rayonnement\*\*



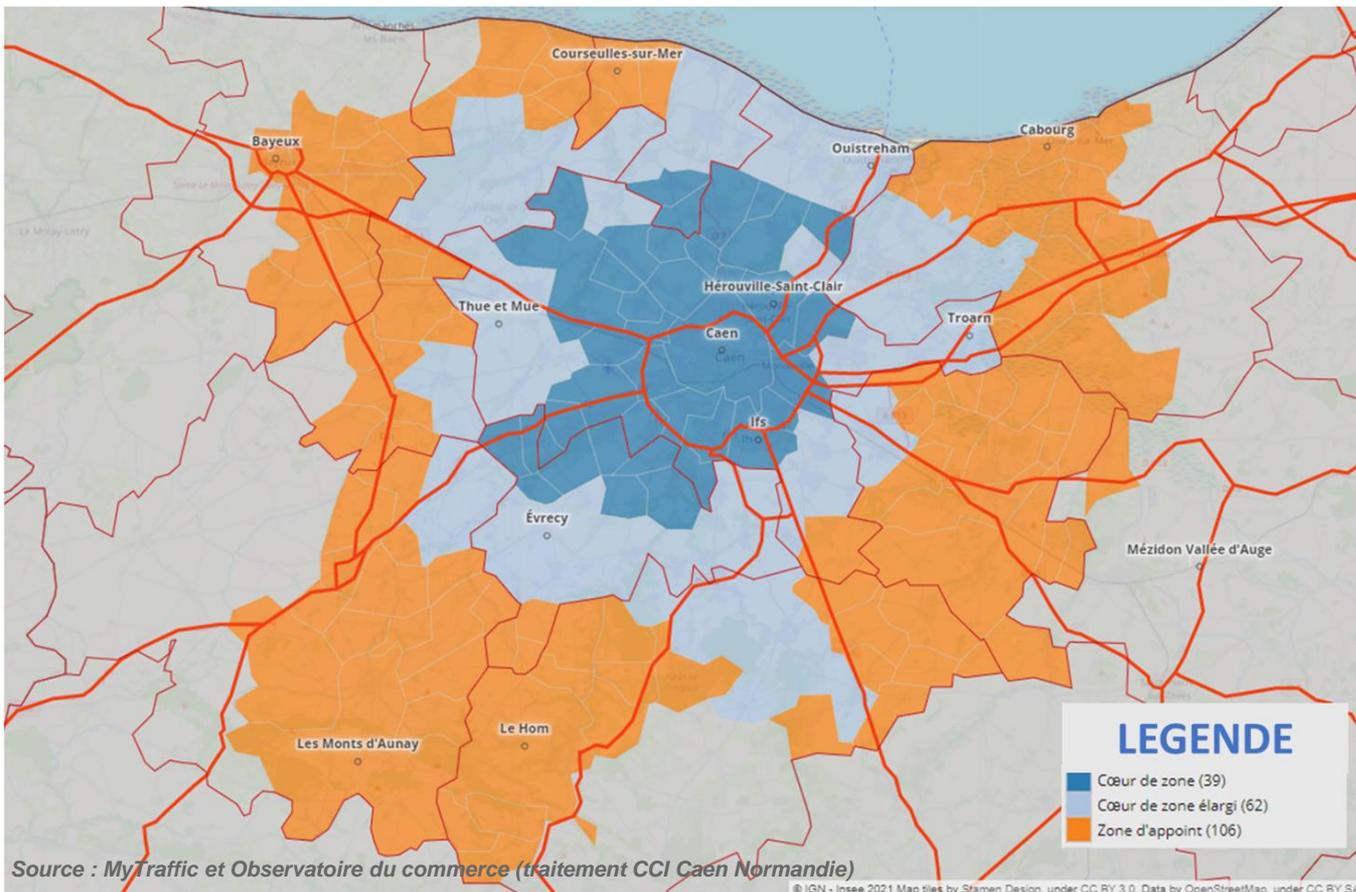
Une difficulté à aller chercher des consommateurs au-delà de l'aire d'attractivité caennaise

\*Attractivité : part des flux générés par des consommateurs extérieurs à la ville centre

\*\*Rayonnement : capacité du territoire à attirer des consommateurs extérieurs à la ville centre

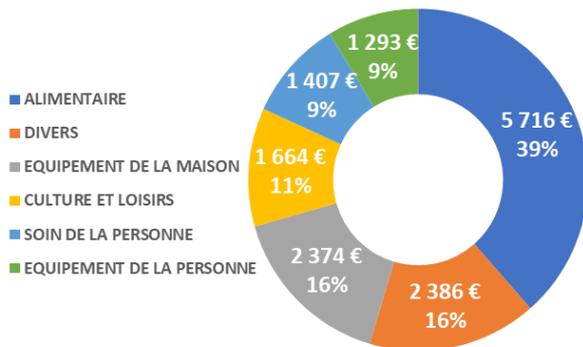


## Carte : Zone d'attractivité du centre-ville

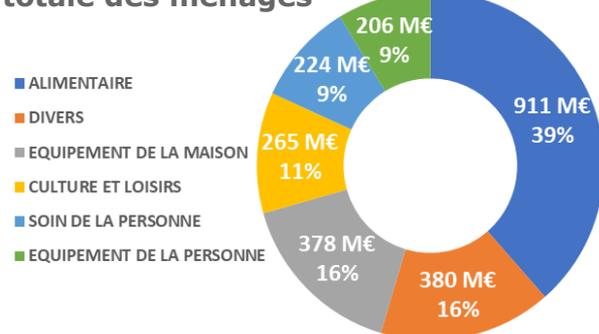




## Graphique : Consommation moyenne par ménage



## Graphique : Consommation totale des ménages



## Indicateur : Consommation moyenne par ménage - 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.

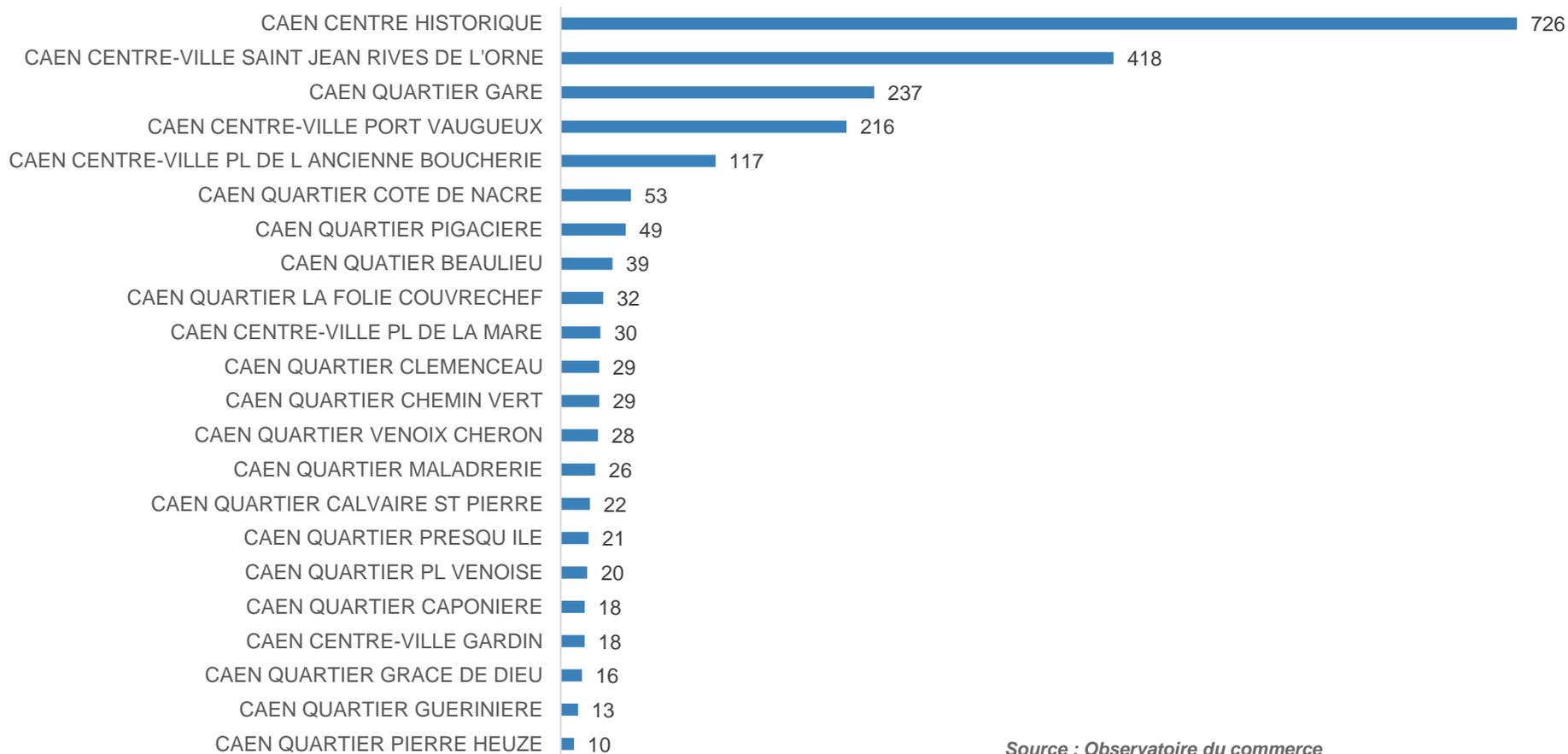
**Carte des périmètres**

**Nombre de cellules par pôle**

**Taux de vacance par périmètre**

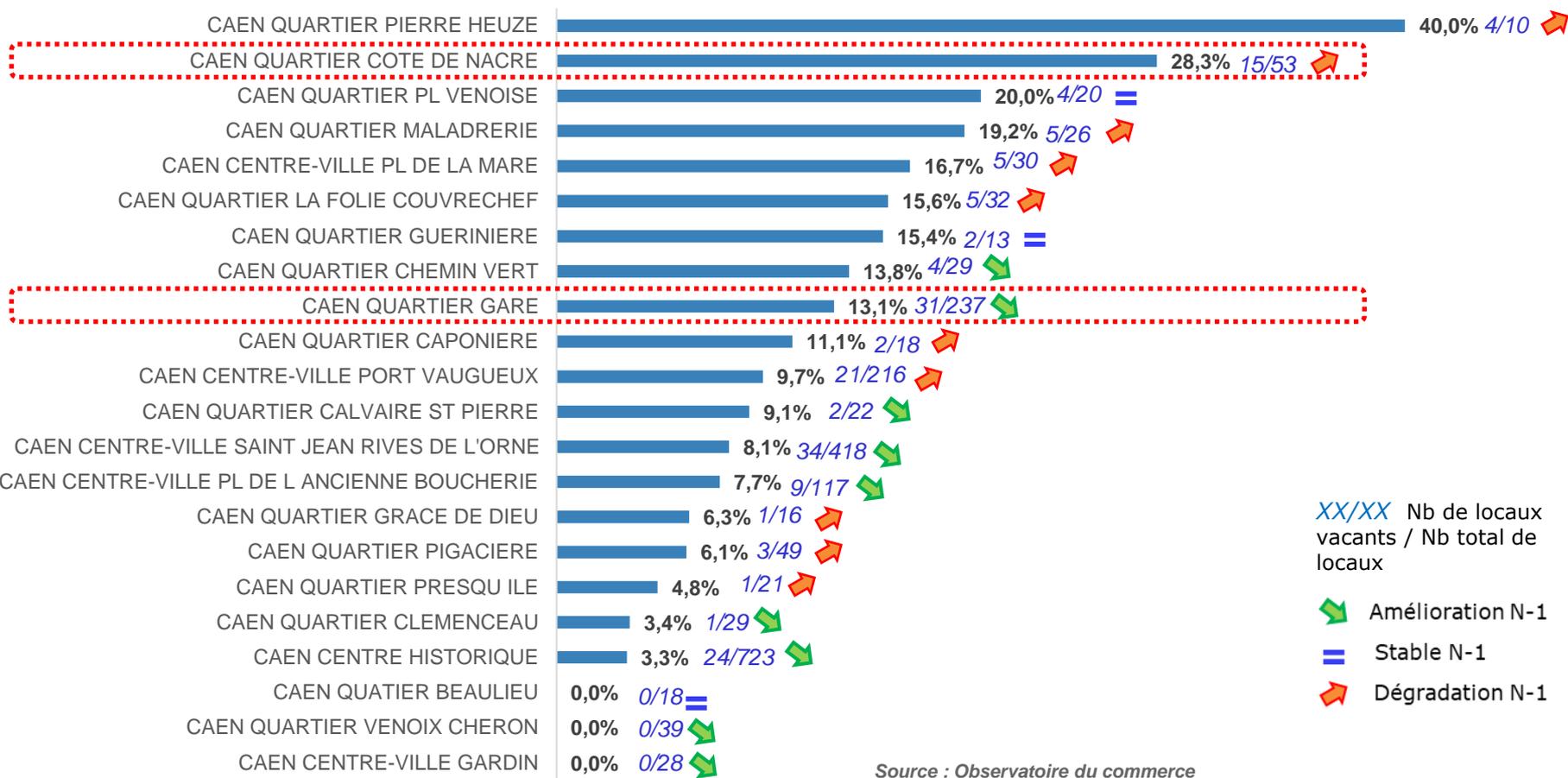








# Annexes – Taux de vacance par quartier



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

- Amélioration N-1
- Stable N-1
- Dégradation N-1

Source : Observatoire du commerce