

ETUDE DE MARCHE

- Dimensionner une zone de chalandise.
- Evaluer le marché dans une activité ou un secteur d'activité.
- Identifier les principaux acteurs et leur poids économique.
- Décrire et évaluer les zones commerciales et les pôles commerciaux.
- Evaluer les potentialités d'un projet.
- Déterminer la faisabilité d'un programme commercial.
- Optimiser l'implantation d'un point de vente.

La société RMD intervient sur tout le territoire national à la demande de porteurs de projets ou de réseaux dans tous les domaines d'activités : alimentaire, équipement de la personne et de la maison, bricolage, culture et loisirs.

Qu'il s'agisse de développer, de transférer un point de vente existant, de créer un point de vente ou un ensemble commercial, la société RMD met à votre disposition sa connaissance de l'urbanisme commercial, des réseaux et des enseignes du commerce pour vous aider à prendre des décisions en matière d'implantation de points de vente.

Plusieurs types d'études sont proposés :

ETUDE DE POTENTIEL

Objectif : Evaluer les potentialités d'un projet et les perspectives de chiffres d'affaires

- *Elaboration de la zone de chalandise et potentiel de population actualisé,*
- *Données socio-économiques et démographiques*
- *Localisation et desserte du site pressenti,*
- *Prise en compte des projets d'aménagements, d'équipements et documents d'urbanisme ou commerciaux pouvant influencer l'offre actuelle et future,*
- *Evaluation du marché théorique pour les divers postes de consommation concernés,*
- *Inventaire de la concurrence et des projets connus,*
- *Inventaire des grands concurrents hors zone,*
- *Evaluation de la répartition du marché entre les divers opérateurs,*
- *Hypothèses d'emprise sur le marché et de chiffres d'affaires,*
- *Comparaison avec ratios de l'enseigne ou du secteur.*
- *Analyses du site et synthèse d'opportunité.*

SARL RMD

Siège social : 31, rue Costes et Bellonte 81 000 ALBI

Bureaux : ZI Fonlabour - 5, chemin de la Besse 81000 ALBI

Tél : 05 63 38 98 66 • Fax : 05 63 38 98 67 • E-mail : sarlrmd@wanadoo.fr

ETUDE DE PROGRAMMATION

Objectif : Déterminer la faisabilité d'un programme commercial et rechercher les secteurs d'activités les plus adaptés au site et au contexte local

- Description du site concerné et de sa desserte,
- Relevé et caractéristiques de l'offre existante par secteur d'activité au sein du pôle ou de l'agglomération,
- Analyse des atouts/limites des principaux sites concurrents et hiérarchisation des pôles,
- Documents cartographiques et visuels,
- Prise en compte des projets d'aménagements, d'équipements et documents d'urbanisme ou commerciaux pouvant influencer l'offre actuelle et future,
- Positionnement du projet,
- Dimensionnement de la zone de chalandise,
- Evaluation des marchés par grands secteurs,
- Appréciation de la densité commerciale au sein de la zone de chalandise,
- Données de comparaison avec d'autres pôles.

Dans certains cas, cette étude pourra être liée à une étude consommateurs (pratiques d'achat, notoriété des concurrents, attentes, ...).

ETUDE D'IMPLANTATION DANS UN POLE OU UNE AGGLOMERATION

Objectif : Optimiser l'implantation d'un point de vente dans une agglomération par rapport aux différents sites possibles

- Détermination des principaux sites commerciaux de l'agglomération,
- Relevé et caractéristiques de l'offre existante par secteur d'activité au sein de chaque site,
- Cartographie et documents visuels des différents sites commerciaux,
- Analyse des atouts/limites des principaux sites concurrents et hiérarchisation des pôles,
- Prise en compte des projets d'aménagements, d'équipements et documents d'urbanisme ou commerciaux pouvant influencer l'offre actuelle et future,
- Localisation de l'offre concurrente,
- Elaboration de la zone de chalandise pour les sites commerciaux retenus,
- Potentiel de population actualisé,
- Evaluation du marché théorique pour les divers postes de consommation concernés,
- Inventaire de la concurrence et des projets connus,
- Inventaire des grands concurrents hors zone,
- Evaluation de la répartition du marché entre les divers opérateurs,
- Hypothèses d'emprise sur le marché et de chiffres d'affaires,
- Comparaison avec ratios de l'enseigne ou du secteur,
- Synthèse d'opportunité.

