



DRÔME

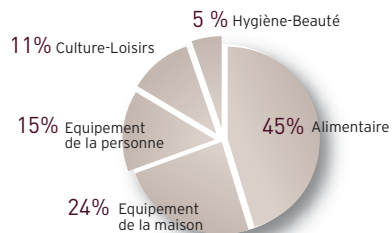
Renforcement de la grande distribution sur un marché en progression

En 2007, la Drôme continue à enregistrer une croissance soutenue de sa population (+ 0,9 % par an). Les rythmes de progression les plus élevés se concentrent sur les zones périurbaines et sur le sud du département.

Avec 12 017 euros par an, le potentiel de consommation d'un ménage Drômois est comparable à la moyenne régionale. Le potentiel de consommation de l'ensemble des ménages drômois a progressé de 20% entre 2002 et 2007. Il s'élève à 2 402 millions d'euros.

Il se caractérise par une surconsommation dans les biens d'équipement de la maison et une sous-consommation dans les produits de culture et de loisirs.

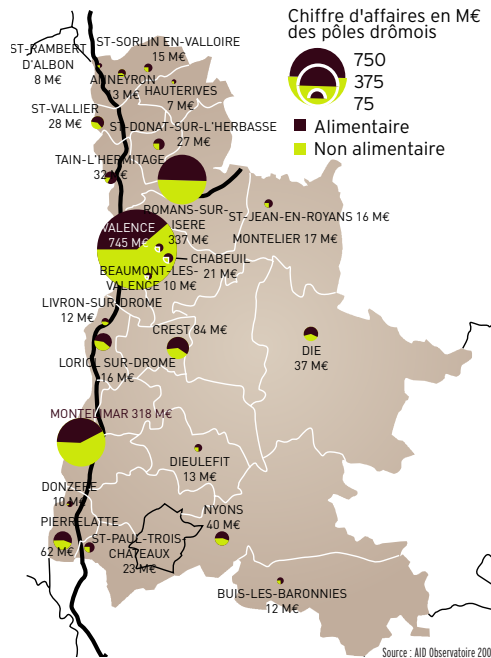
Répartition de la dépense commercialisable par famille de produits



> Trois pôles urbains dominants

Avec 5 166 établissements, la densité commerciale en nombre d'établissements, (11 pour 1 000 habitants) est légèrement supérieure à la moyenne régionale (10,4 pour 1 000 habitants).

Cette offre commerciale se concentre principalement autour des trois pôles urbains de Valence, Montélimar et Romans-sur-Isère. Elle a progressé en nombre de 3% depuis 2003, ce qui la situe dans la moyenne régionale ; une progression portée principalement par le secteur non alimentaire. Mais le département présente une densité commerciale des plus élevées de Rhône-Alpes.



La grande et moyenne distribution a poursuivi son développement au rythme moyen de 37 300 m² de surface autorisée par an qui se concentre sur les trois agglomérations. En 2007, 40 800 m² de surface commerciale ont été mis en chantier dans le département.

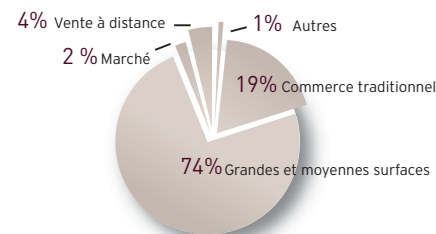
Avec plus de 100 marchés hebdomadaires, le commerce non sédentaire est bien représenté notamment par des marchés dynamiques sur le sud du département.



> La prédominance de la grande distribution : une réalité Drômoise

L'évolution des parts de marché du commerce de - de 300 m² depuis 1999 est en régression, il perd 5 points. Le plus fort retrait s'observe entre 2002 et 2007. Le commerce de - de 300 m² représente 19 % des parts de marché contre 24 % en Rhône-Alpes.

Emprise des formes de vente en 2007 :



Le renforcement de la grande distribution se confirme (+ 7 points entre 1999 et 2007). Elle bénéficie du transfert des parts de marché du commerce traditionnel et de l'offre non sédentaire. La grande distribution capte 74 % du potentiel de consommation du département ; une emprise plus importante que ce qui est observé sur les moyennes nationales (67%).

L'évolution de ces parts de marché n'est pas homogène sur l'ensemble du département. Elle est influencée par les habitudes d'achat des consommateurs (recours à la vente à distance en zone rurale) mais également par les changements intervenus dans l'offre commerciale.

> Les nouvelles polarisations commerciales

L'évolution commerciale a concentré les flux de consommation sur les trois agglomérations : Valence, Montélimar et Romans-sur-Isère qui génèrent aujourd'hui 70 % du chiffre d'affaires commercial du département. Cette position dominante influence directement la structure commerciale des pôles secondaires et pose la question de la desserte de la population par les pôles commerciaux intermédiaires.

L'évasion commerciale reste limitée, elle concerne 14 % de la dépense commercialisable. Ce taux d'évasion a régressé de 4 points depuis 1999. Il reste supérieur à la moyenne régionale (9%).

Évolution de l'emprise de 1999 à 2007 :

