



## Pré-diagnostic rapide d'un marché local rural

### Avertissement préalable :

- L'outil qui vous est proposé n'a pas vocation à se substituer à une étude de marché sérieuse, fine et réalisée sur le terrain.
- Son utilisation doit se situer au tout début de votre démarche :
  - après avoir défini votre idée et réfléchi à vos motivations,
  - lorsqu'un lieu d'implantation semble vous intéresser.
- Son but est de vous permettre d'apprécier rapidement si votre projet, encore à l'état d'ébauche, est réaliste.
- Si votre future activité ne s'inscrit pas parfaitement dans les données disponibles, présentées dans ce document, vous devrez rechercher d'autres sources documentaires (fiches professionnelles de l'APCE, études d'un syndicat professionnel, etc...)
- L'important est de bien comprendre l'esprit de cette démarche et de vous l'approprier.

### 7 étapes pour mesurer la viabilité de votre installation

**1. Déterminer votre point mort personnel**

**2. Connaître la rentabilité moyenne de l'activité envisagée**

**3. Connaître par ménage la consommation moyenne relevant de votre future activité**

**4. Analyser rapidement les données concernant la population locale concernée par votre implantation**

**5. Appréhender rapidement la situation concurrentielle**

**6. Prendre en compte la part de marché constatée dans l'activité**

**7. Utiliser le résultat de vos recherches pour mesurer la viabilité**

## 1. Déterminer votre point mort personnel

Il s'agit de calculer en gros votre budget familial incompressible :

- dépenses de logement (loyer, chauffage, eau-électricité-gaz)
- dépenses de nourriture et d'habillement,
- entretien du véhicule, frais de transport (carburant, abonnement SNCF,...),
- remboursements de crédits et autres engagements financiers ; assurance ; réserve pécuniaire minimale, ...),
- etc,...



*Conseil :*

*Pour effectuer ce calcul, listez toutes vos dépenses avec votre conjoint afin d'éviter d'en omettre.*

## 2. Connaître la rentabilité moyenne de l'activité envisagée

De nombreuses sources (syndicats professionnels, revues spécialisées,...) peuvent vous apporter des informations sur la rentabilité de votre future activité. Vous devrez repérer deux éléments importants : **le chiffre d'affaires moyen** (le total annuel des ventes et prestations) **et le résultat courant** (le bénéfice moyen).

Pour vous les procurer, vous pourrez consulter deux sources :

- la Fédération des centres de gestion agréés (FCGA) qui édite chaque année les ratios financiers de gestion de plus de 215 professions du commerce, de l'artisanat, des services par tranche de chiffres d'affaires et par région. Ces données sont consultables auprès de la plupart des centres de documentation des Chambres de commerce et d'industrie ou des centres de gestion agréés présents sur la zone où vous souhaiteriez vous installer.
- l'AIRCGA (association qui regroupe 14 centres de gestion agréés) qui publie annuellement et gratuitement des ratios financiers sur [www.infotpe.com](http://www.infotpe.com) à la rubrique « La TPE en chiffres » puis « Comptes des tpe ».



*Conseil :*

*Assurez-vous que ces chiffres correspondent réellement à l'activité que vous envisagez et à la taille de votre future entreprise : un supermarché en zone urbaine ne dégage pas la même rentabilité qu'une épicerie installée en pleine campagne !*

### 3. Connaître par ménage la consommation moyenne relevant de votre future activité

Sur le site de l'Insee, vous trouverez un tableau intitulé « dépense annuelle moyenne par ménage selon la catégorie de communes ». Dans la colonne « rural » de ce document, vous relèverez la ou les rubriques de consommation en lien avec votre offre commerciale future.

Pour télécharger ce tableau :

[http://www.insee.fr/fr/ppp/ir/BDF06/dd/excel/BDF06\\_A4.xls](http://www.insee.fr/fr/ppp/ir/BDF06/dd/excel/BDF06_A4.xls)

Attention : pour lire ce document, un logiciel de type tableur (Excel par exemple) doit être installé sur votre ordinateur.



#### Conseil :

*Pour obtenir une évaluation plus fine de la consommation locale, la chambre de commerce et d'industrie (CCI) locale pourra vous fournir un IDC (Indice de disparité de la consommation) et vous aidera à l'utiliser.*

*Cet indice permettra d'adapter le montant de la consommation des ménages (donné par les statistiques) à la spécificité de la zone.*

### 4. Analyser rapidement les données concernant la population locale concernée par votre implantation

Toujours sur le site de l'Insee, vous pourrez découvrir les données du recensement de la population et analyser la composition et les spécificités du territoire étudié.

Pour accéder à l'application :

[http://www.recensement.insee.fr/RP99/rp99/page\\_accueil.paccueil](http://www.recensement.insee.fr/RP99/rp99/page_accueil.paccueil)

Mode d'emploi :

1. Choisir un thème d'étude (par exemple : les ménages)
2. Choisir la zone géographique (sélectionner un département ou préciser le nom d'une commune)
3. Valider pour voir les résultats

Vous pouvez également obtenir d'autres données locales sur une commune, un canton, un arrondissement, ... sur :

<http://www.statistiques-locales.insee.fr/esl/accueil.asp>



#### Conseil :

*Les dernières données démographiques de certaines communes datent de 1999 !*

*Pour découvrir l'évolution de la population sur la zone où vous souhaiteriez vous installer, le plus simple est de contacter directement les mairies de ces communes.*

## 5. Appréhender rapidement la situation concurrentielle

Pour avoir une idée rapide de la concurrence directe ou indirecte, l'inventaire communal de l'Insee apporte de nombreuses données sur les équipements essentiels (commerces d'alimentation, services à la population, écoles/enseignement, structures médicales,...) de la commune. En cas d'absence de certains équipements dans la commune, il est précisé la distance la plus courte à parcourir pour y accéder.

Attention, toutefois, ces données datent de 1998 !

<http://www.insee.fr/fr/ico98/ico98.asp>

Par ailleurs, vous pourrez effectuer une recherche rapide sur le nombre et la variété des entreprises présentes sur le territoire étudié, en consultant les annuaires suivants (liste non-exhaustive) :

[www.pages-jaunes.fr](http://www.pages-jaunes.fr)

[www.kompass.fr](http://www.kompass.fr)



*Conseil :*

*Il est également possible d'obtenir l'évolution et le nombre d'entreprises commerciales et sociétés présentes sur votre zone d'étude en interrogeant le service « Fichier consulaire » de la CCI.*

## 6. Prendre en compte la part de marché constatée dans l'activité

Quelle que soit votre activité, il sera nécessaire de connaître avant de vous installer :

- comment vos futurs clients dépensent leur budget,
- comment vos concurrents se partagent le marché.

A cette étape du pré-diagnostic, vous n'obtiendrez pas d'information précise en ligne sur la répartition des parts de marché au niveau local.

Par contre, le rapport de l'Insee sur "La situation du commerce en 2006" (annexes III : structure et parts de marché dans le commerce de détail) permet de mesurer la répartition du marché national des produits de consommation courante selon les canaux de vente (grandes surfaces, commerces de détail,...).

Pour télécharger ce document :

<http://www.insee.fr/fr/ppp/sommaire/rap-com-211207i.pdf>

Dans vos appréciations, il ne faut pas oublier, si l'activité est concernée, que la concurrence d'une grande surface peut se faire sentir au moins jusqu'à 15 km à la ronde et que 89% des Français résident à moins de 30 minutes d'un hypermarché.



*Conseil :*

*Pour découvrir des informations plus précises sur le marché local ciblé, vous pourrez interroger les services de votre CCI. Certaines d'entre elles possèdent des observatoires économiques. Vous pourrez également rentrer en contact avec l'antenne Insee de la région visée pour consulter des études locales éventuelles.*

## 7. Utiliser le résultat de vos recherches pour mesurer la viabilité

Cette 7<sup>ème</sup> étape utilise les informations récoltées lors de vos différentes recherches. Elle consiste à calculer le nombre de clients nécessaires pour faire vivre votre entreprise sur le lieu ciblé.

Ce calcul est détaillé ci-après dans l'exemple.

Il est ici rappelé que ce pré-diagnostic ne remplace en rien une étude de marché réalisée sur le terrain et une étude financière fine. Simplement le résultat apporté par cet outil vous permettra, soit de :

- continuer vos recherches sur le terrain en rencontrant les acteurs économiques locaux (élus, chefs d'entreprise, experts,...),
- modifier votre projet et reprendre ensuite l'ensemble des étapes de ce pré-diagnostic,
- envisager l'étude d'un autre lieu d'installation.



*Conseil :*

*La distance entre le lieu de votre domicile actuel et le territoire ciblé par vos recherches peut être un inconvénient. Il est donc conseillé, pour appuyer votre décision, de résider quelques jours sur la commune visée par votre analyse et si possible à différents moments de l'année (basse et haute saison par exemple).*

## EXEMPLE DE CALCUL RAPIDE

Projet : "Épicerie générale multiservices"

Lieu : village de Cazedarnes (Hérault)

Motivations personnelles : « retour aux sources » et risque d'un licenciement

### 1. Calcul du point mort personnel

Besoin incompressible de revenus : 1350 € x 12 mois = **16 200 €**

### 2. Calcul de la rentabilité moyenne de l'activité envisagée

Chiffres 2006 de l'activité : Commerce de détail alimentaire « Alimentation générale » (<120 m<sup>2</sup>)  
(source infotpe.com) Chiffre d'affaires moyen : 88 003 € Résultat courant : 8 995 €

Taux de rentabilité ou Résultat courant en % : **10,60 %**

Chiffre d'affaires à réaliser pour atteindre le revenu annuel de 16 200 € :

$$\frac{16\,200 \times 100}{10,60} = 152\,830 \text{ €}$$

### 3. Consommation moyenne par ménage en produits alimentaires

Dépense annuelle en produits alimentaires par ménage en zone rurale (source INSEE) : **4 678 €**

### 4. Analyse rapide des données concernant la population locale

Nombre d'habitants : 394

Nombre de ménages : **167**

### 5. Situation concurrentielle

Alors que l'inventaire communal de 1998 indique la présence d'une épicerie et 2 cafés (dont un débit de tabac et 1 restaurant). Tous les commerces ont fermé depuis cette époque.

La concurrence existe dans les communes environnantes (repérable notamment sur la cartographie du site des pages jaunes).

### 6. Part de marché constatée dans l'activité

L'INSEE annonce un taux de part de marché de 8,6 % pour les petites surfaces d'alimentation générale et un taux de 9,5 % pour les petites surfaces pour l'ensemble des produits.

Par simplification il a été retenu dans le calcul un taux arrondi de **10 %**.

### Résultat :

Pour atteindre le chiffre d'affaires de 152 830 € annuel, le commerce doit compter sur les achats réguliers de 327 ménages ! →  $152\,830 \text{ €} / (4\,678 \text{ €} \times 10 \%) = 327$

Rappel : la commune de Cazedarnes réunit simplement 167 ménages.

### Conclusion :

L'objectif de CA à atteindre semble difficilement réalisable sur la simple zone étudiée...

Il faut envisager :

- soit de modifier le projet (changer d'activité, étendre la zone en attirant les clients, revoir son point mort personnel, penser à une double activité, ...)
- soit d'étudier une autre zone d'installation.