



**INVITATION**

**INVEST IN METZ**



Le Président de  
l'agence Inspire Metz



Le Président de la CCI  
Moselle Métropole Metz



Le Président de  
la Fédération des  
Commerçants de Metz

Vous invitent à découvrir le résultat des études sur le commerce au sein de Metz Métropole

**LUNDI 30 SEPTEMBRE 2019 À 8H30**

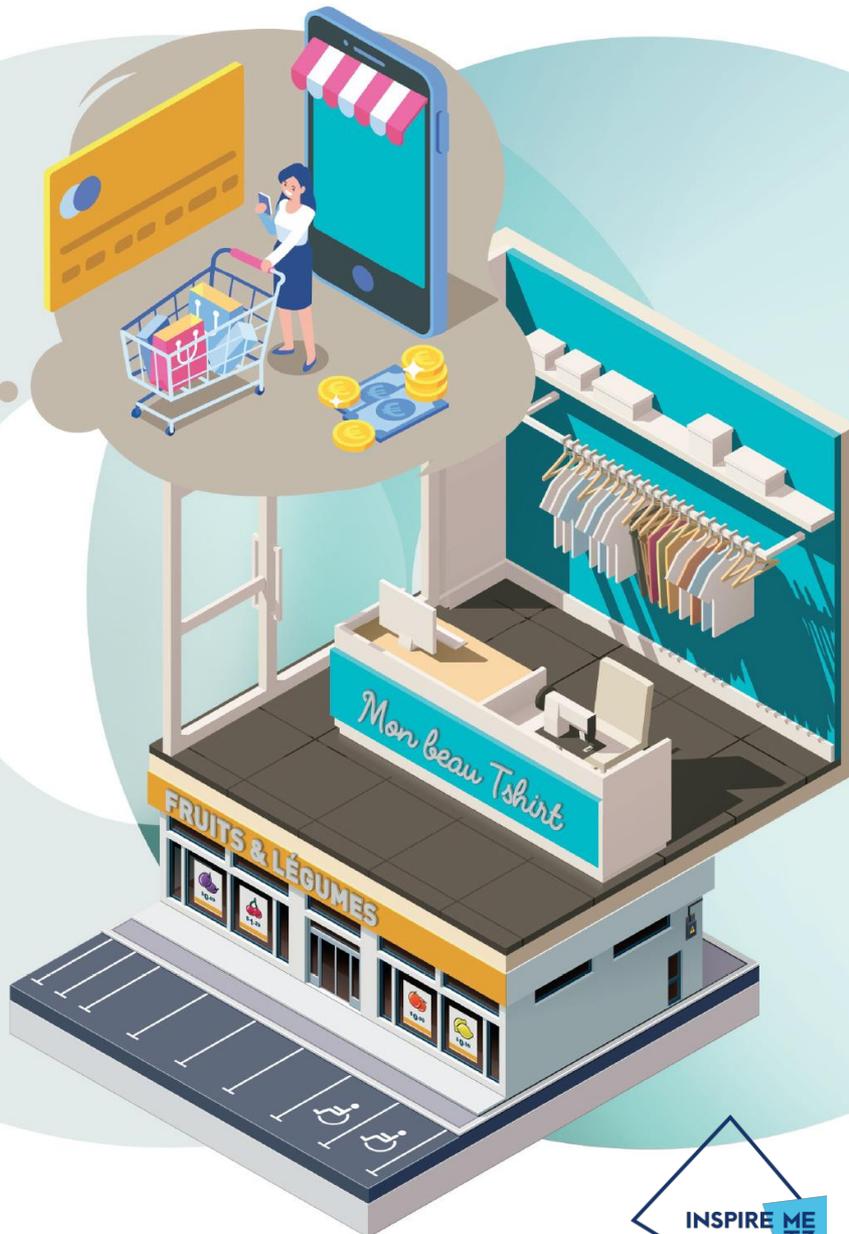
à la CCI Moselle Métropole Metz  
10-12 avenue Foch, METZ

EDITION 2019

# Observatoire du **Commerce** et de la **Consommation**

TERRITOIRE DE  
METZ METROPOLE

*Réunion du 30 septembre 2019*





L'enquête de consommation 2019 a porté sur un échantillon représentatif de

**22 300**

ménages du Grand Est et des pays limitrophes



---

La question type :

« Où avez-vous effectué votre dernier achat de .... ? »

**9**

produits alimentaires

**25**

produits non alimentaires

---



Un outil de la CCI qui permet de savoir :

Qui achète quoi ? Où ? Comment ? Combien ?



## 34 familles de produits analysées

### Alimentaire

- Viandes - boucherie – charcuterie – volaille
- Poissons – crustacés – coquillages frais
- Épicerie – boissons non alcoolisées
- Chocolat - Confiserie
- Beurre - œufs – fromage - lait
- Boissons alcoolisées
- Boulangerie – pâtisserie
- Fruits et légumes
- Surgelés et glaces

### Équipement de la maison

- Art de la table-linge de maison-décoration
- Appareils d'équipement ménager
- Appareils audio-visuels (télé, hi fi, photo, ...)
- Bricolage
- Revêtement sols-peinture
- Produits d'entretien-Articles ménagers courants
- Jardinerie-Animalerie
- Fleurs - Plantes

### Hygiène – Beauté - Santé

- Optique
- Parfumerie – beauté - parapharmacie
- Hygiène – produits de toilette

### Culture - loisirs

- Livres-Presses-Papeterie
- CD, DVD-jeux vidéo
- Articles de sport et matériel de sport – camping
- Jouets - loisirs créatifs - jeux de société
- Informatique - logiciels – accessoires - Téléphonie

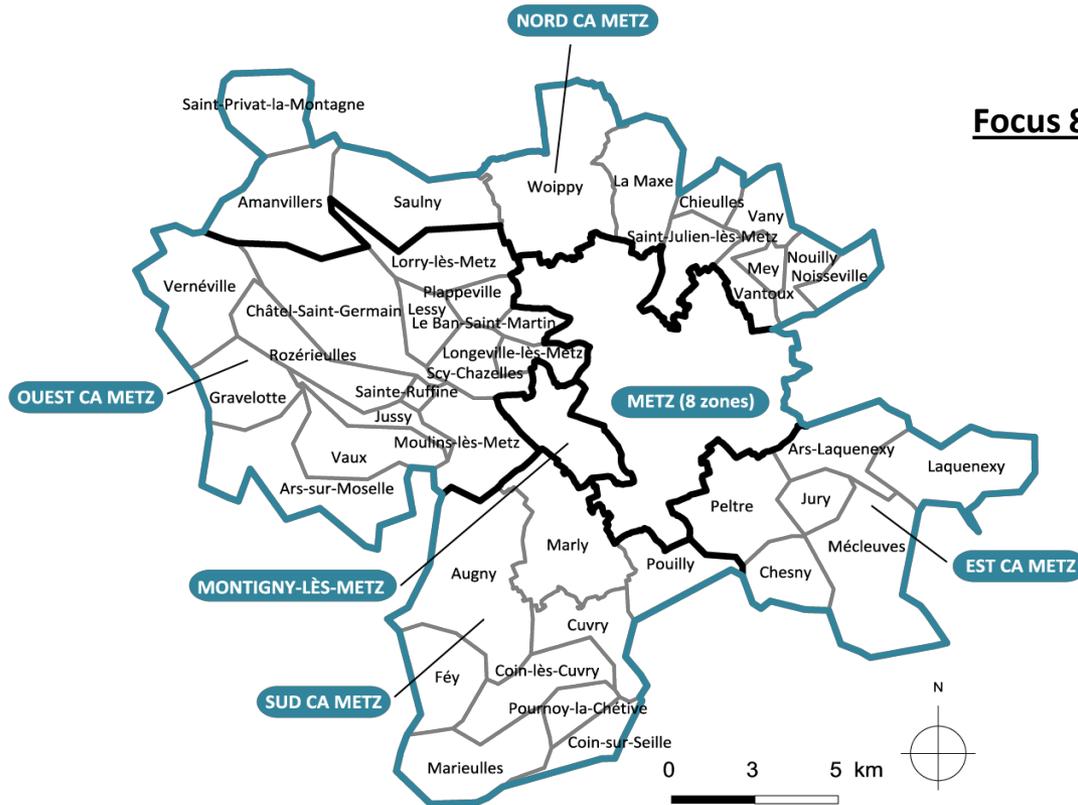
### Équipement de la personne

- Chaussures
- Chaussures et vêtements de sport
- Horlogerie – bijouterie
- Maroquinerie
- Vêtement homme
- Vêtement femme
- Vêtement enfant 5-12 ans
- Puériculture, vêtement enfants de moins de 5 ans

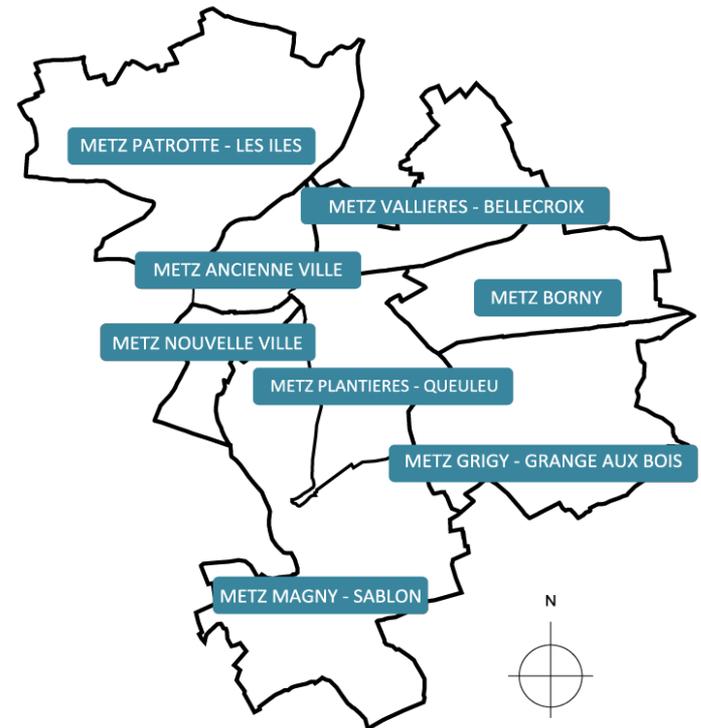


## 13 secteurs géographiques à l'échelle de la Métropole : un découpage fin

### Détail par commune des 5 secteurs géographiques de la Métropole



### Focus 8 secteurs géographiques Ville de Metz (quartiers)





## 4 thématiques analysées

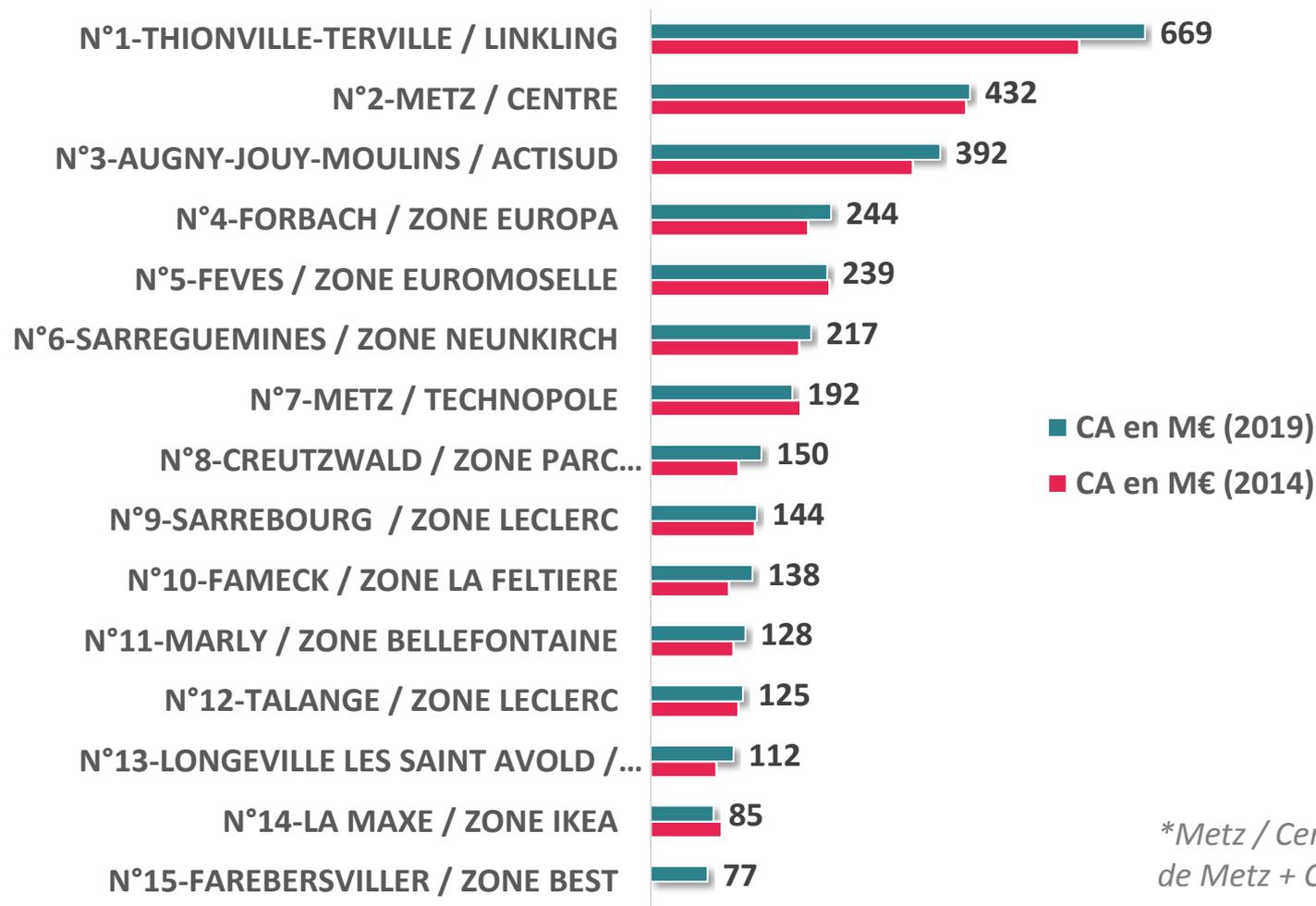
- **Le chiffre d'affaires estimé par pôle**  
*Top 15 des pôles commerciaux du département*
- **Le marché de consommation**  
*Potentiel annuel de consommation des ménages du territoire de Metz Métropole*
- **Les formes de vente fréquentées**  
*Répartition par familles de distribution : comment ont-elles évolué sur le territoire ?*
- **La performance commerciale**  
*Attraction interne et zone de chalandise*

# 1. Le classement des pôles commerciaux de Moselle

# TOP 15 des pôles commerciaux de Moselle

## La performance des pôles commerciaux mosellans

(en millions € - chiffre d'affaires estimé)



*\*Metz / Centre = hypercentre de Metz + CC Muse*

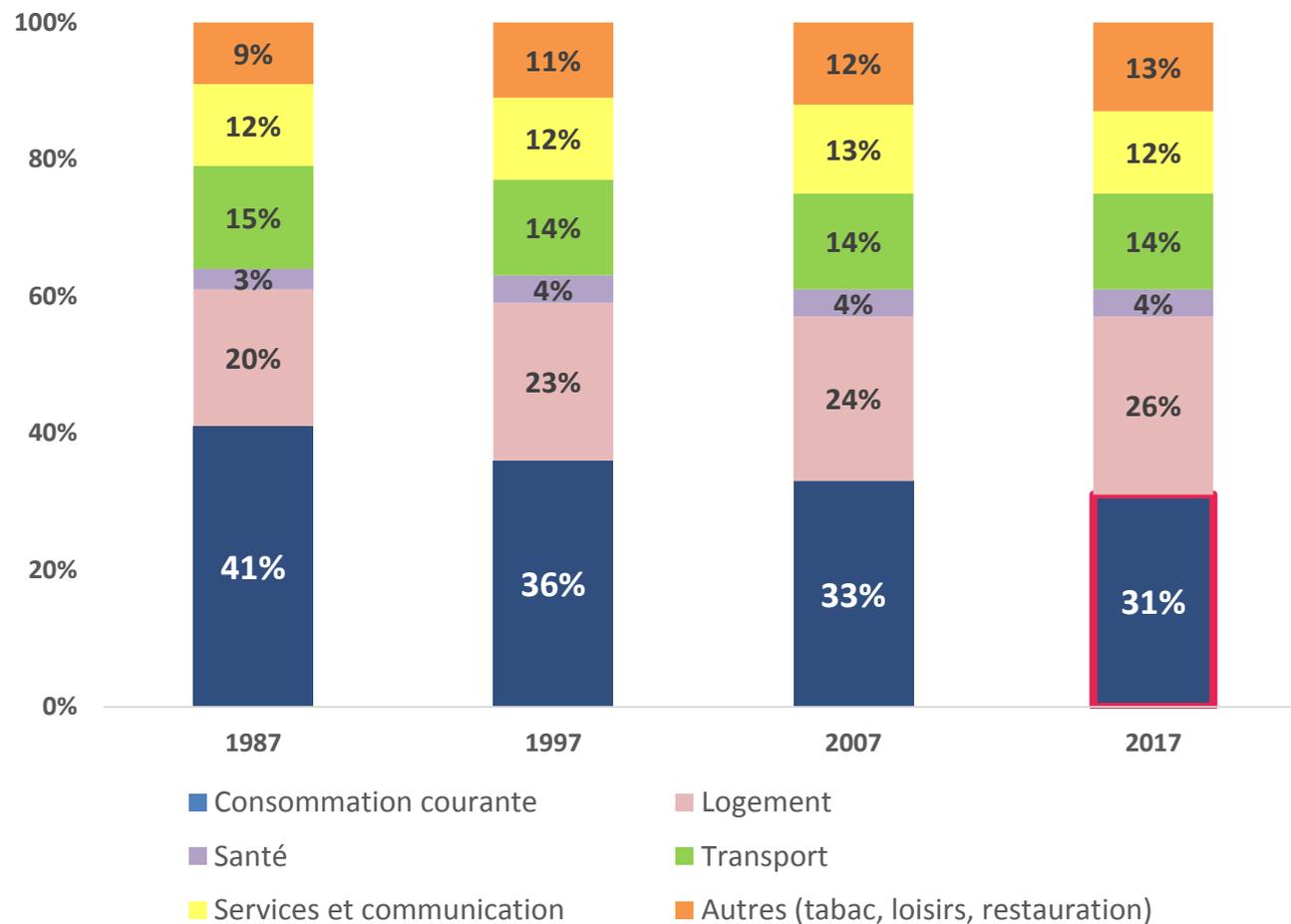
source: CCI MOSELLE – AID Observatoire 2014-2019



## 2. Le marché de consommation de la Métropole



## Évolution de la structure des dépenses de consommation (France)



source : INSEE -2016

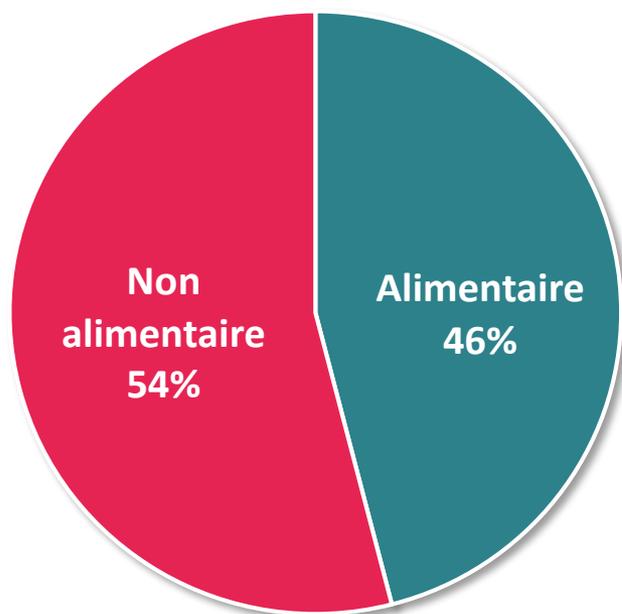


**Marché de consommation de  
Metz Métropole**



**1 280 millions €  
en 2019**

*Le marché de consommation correspond au montant total des dépenses injecté dans la consommation courante par les ménages du territoire (annuel) = il s'agit d'un potentiel captable*



**En augmentation de 2%  
par rapport à 2014**

**12 511 € de dépenses  
annuelles par ménage en 2019  
+1,1 % /2014**



## 3 grandes composantes de la consommation sur un territoire

### Marché de consommation



Dépense de consommation par ménage (France)  
*Source : INSEE*



Indice Local de Disparité  
*Source : CCI France*

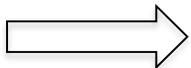


Nombre de ménages du territoire  
*Source : INSEE*

*Enquête budget des familles*

*Capacité à consommer plus ou moins forte des ménages d'un territoire*

En cas de questions sur la méthode de calcul du marché de consommation



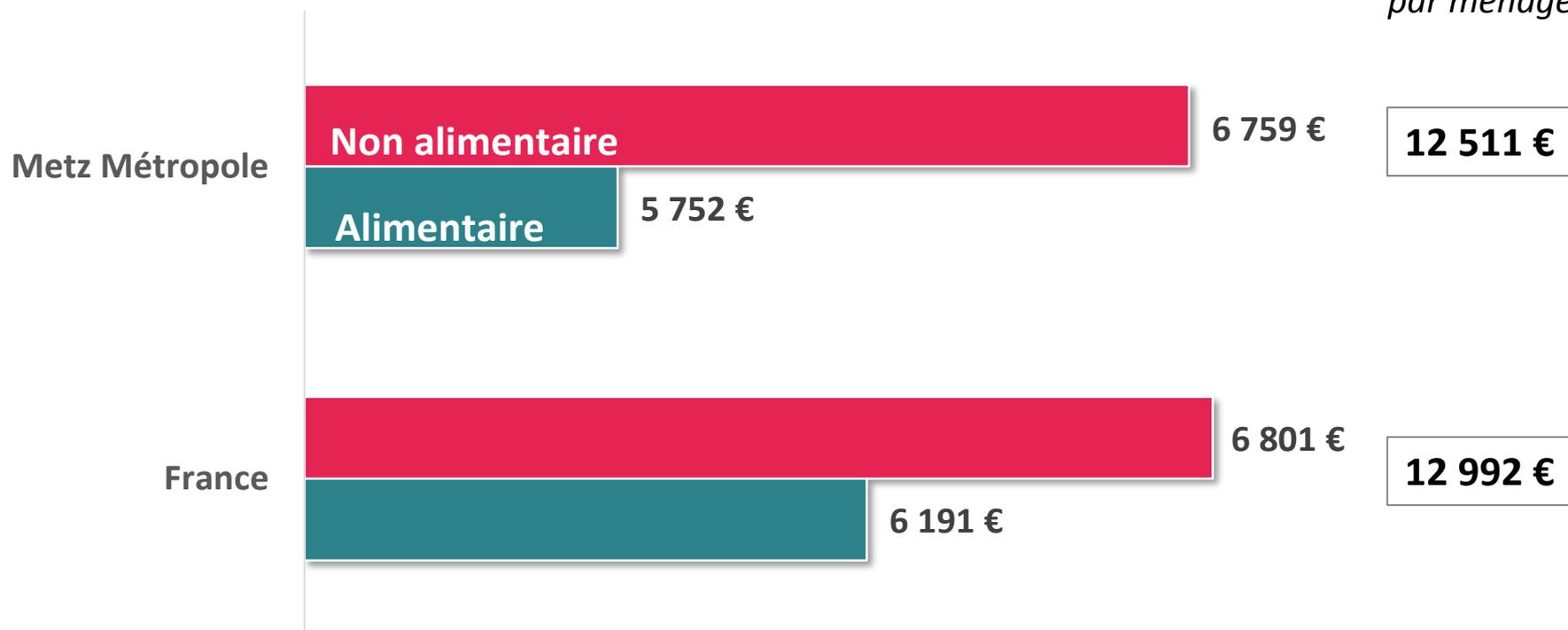
Décliné par familles de produits



## Un ménage de la Métropole consacre 12 511 € par an aux dépenses de consommation courante

*En augmentation de 1,1% depuis 2014*

*Dépense annuelle  
par ménage*



source: CCI MOSELLE – AID Observatoire 2014-2019



## Les marchés porteurs et les marchés en baisse...

Quelques évolutions de marché entre 2014 et 2019  
(évolution des dépenses annuelles par ménage de la Métropole)

Articles de sport et matériel de sport	18%
Fruits et légumes	12%
Maroquinerie	12%
Boulangerie-pâtisserie	11%
Mobilier	9%
Appareils d'équipement ménager	7%
Revêtement de sols, peinture	6%
Surgelés et glaces	5%
Épicerie-boissons non alcoolisées	5%
Horlogerie-bijouterie	-2%
Vêtement femme	-3%
Chaussures	-3%
Vêtement homme	-4%
Informatique – logiciels – accessoires - téléphonie	-5%
Livres-Presses - Papeterie	-9%
Appareils audio-visuels (télé, hifi, photo)	-13%
CD, DVD - jeux vidéo	-17%

source: CCI MOSELLE – AID Observatoire 2014-2019

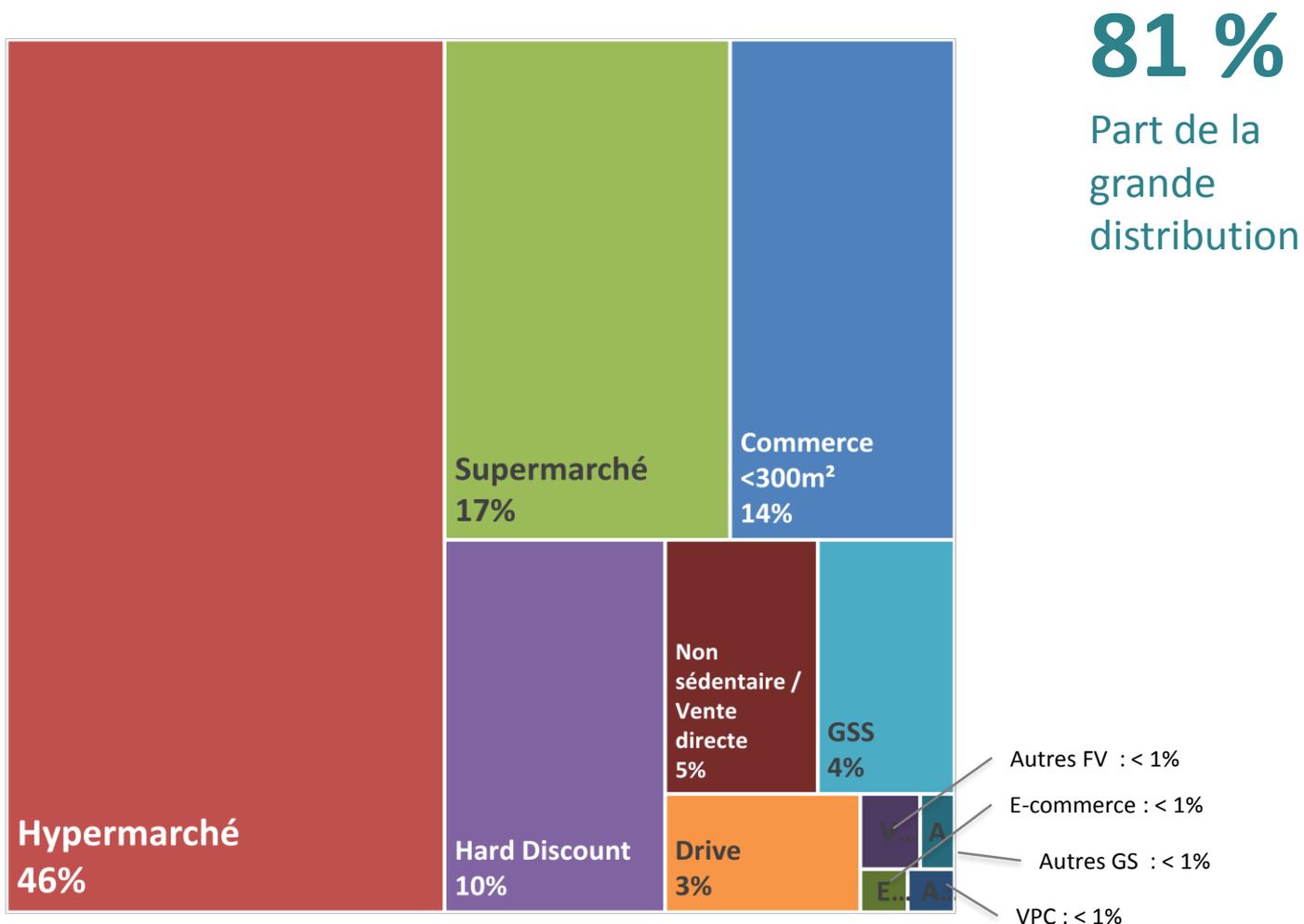


# 3. Les formes de vente fréquentées par les ménages de la Métropole

*Évolution 2014-2019*

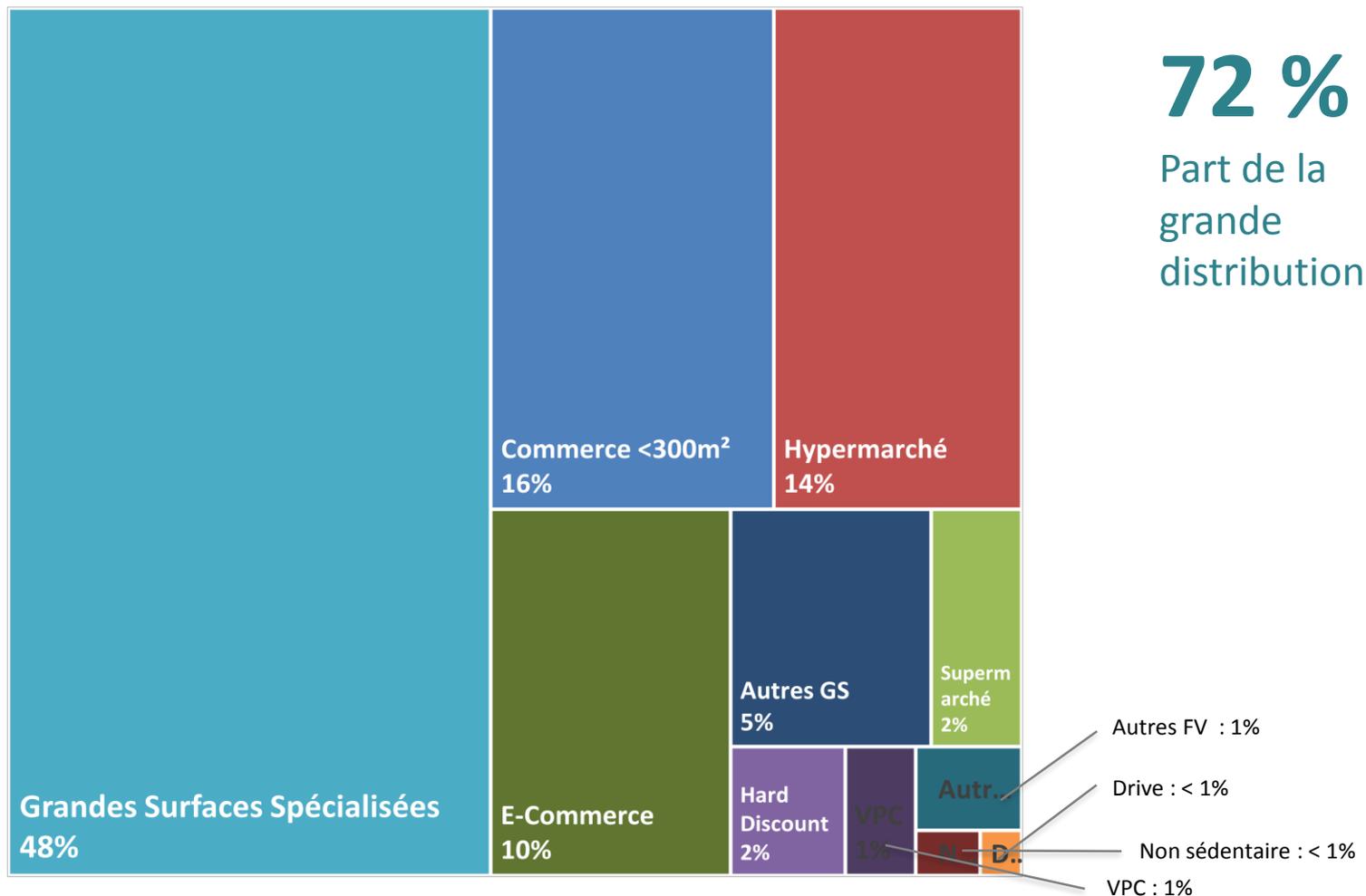


Pour leurs achats alimentaires, les ménages de Metz Métropole privilégient toujours les grandes surfaces



source: CCI MOSELLE – AID Observatoire 2014-2019

## Pour leurs achats non alimentaires, les ménages de Metz Métropole favorisent les grandes surfaces spécialisées

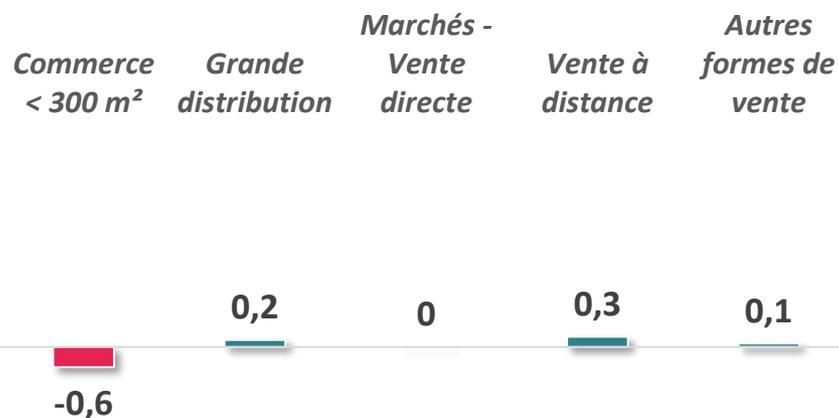


source: CCI MOSELLE – AID Observatoire 2014-2019

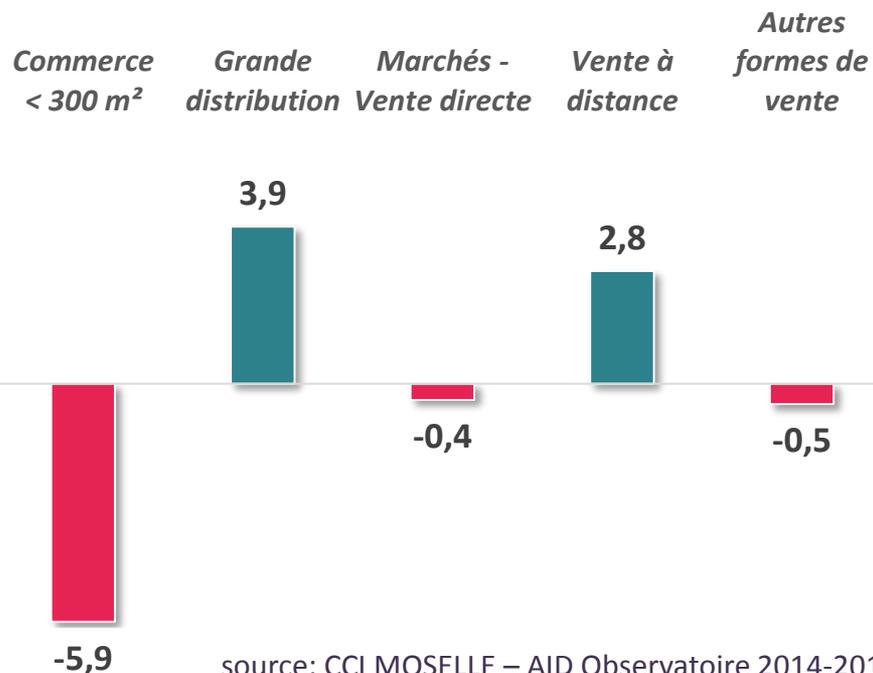


Une situation relativement stable en alimentaire, des dynamiques contrastées en non alimentaire

## ALIMENTAIRE



## NON ALIMENTAIRE



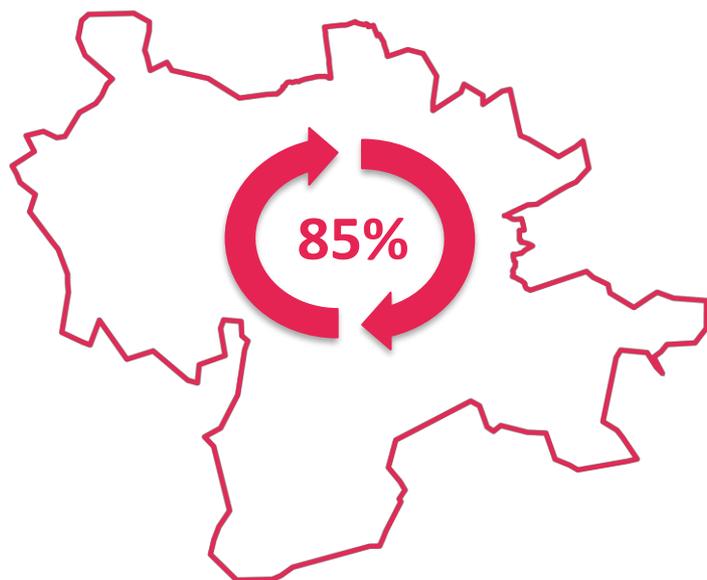
source: CCI MOSELLE – AID Observatoire 2014-2019

# 3. La performance commerciale du territoire de la Métropole

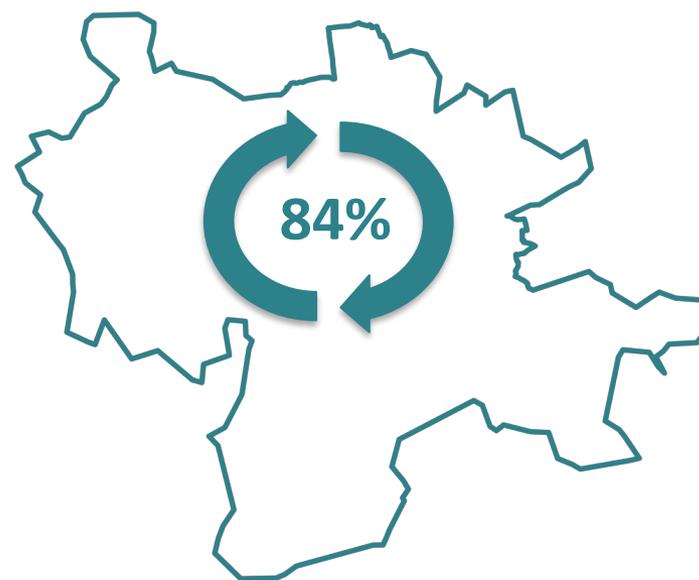
## Attraction interne au sein de la Métropole

Part des dépenses réalisées par les ménages de Metz Métropole, au sein du territoire  
Évolution 2014-2019 – en % du potentiel de consommation

2014



2019



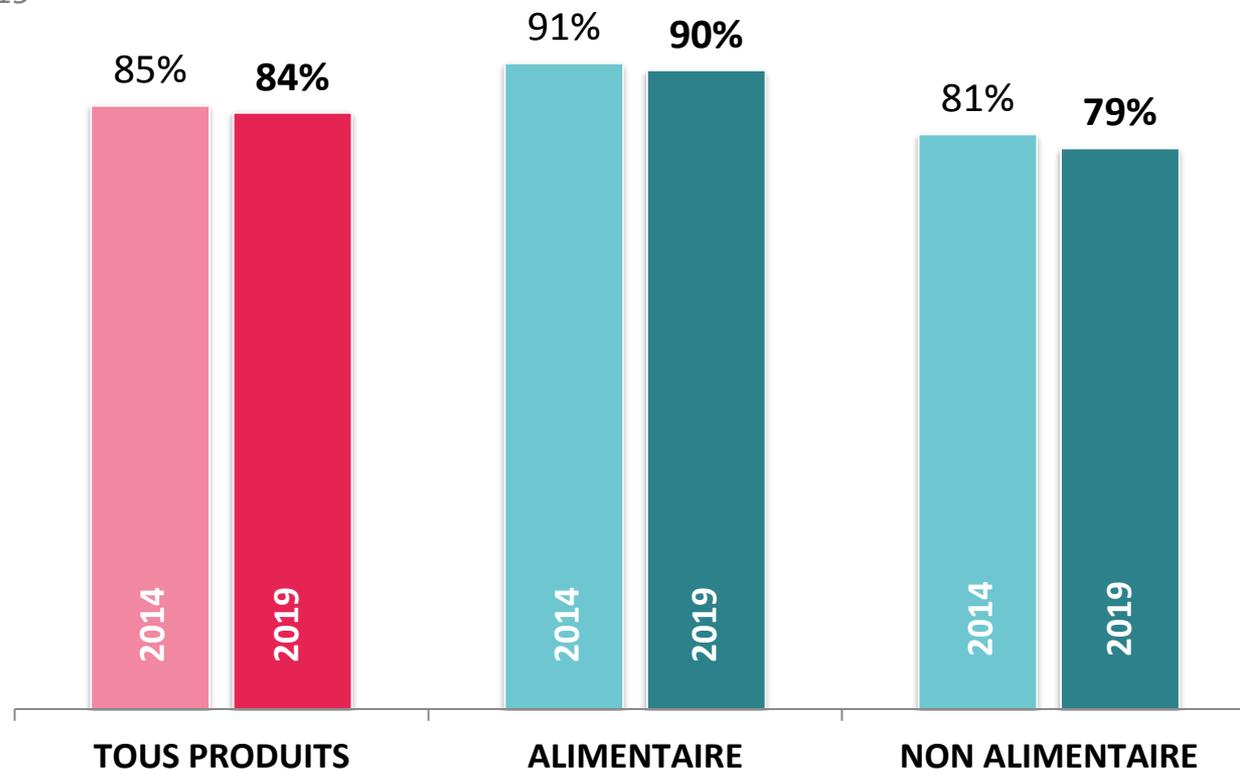
→ **Note de lecture :**

En 2019, 84 % des dépenses (tous produits) des ménages de Metz Métropole, sont réalisées dans les points de vente au sein du territoire, contre 85 % en 2014. Cette attraction interne est corrigée en incluant la partie Jouy-aux-Arches comprise dans la zone Actisud.

source: CCI MOSELLE – AID Observatoire 2014-2019

## Attraction interne (suite)

Part des dépenses réalisées par les ménages de Metz Métropole, au sein du territoire  
Evolution 2014-2019



→ **Note de lecture :**

En 2019, 80 % des dépenses (tous produits) des ménages de Metz Métropole, sont réalisées dans les points de vente au sein du territoire, contre 81 % en 2014.

source: CCI MOSELLE – AID Observatoire 2014-2019

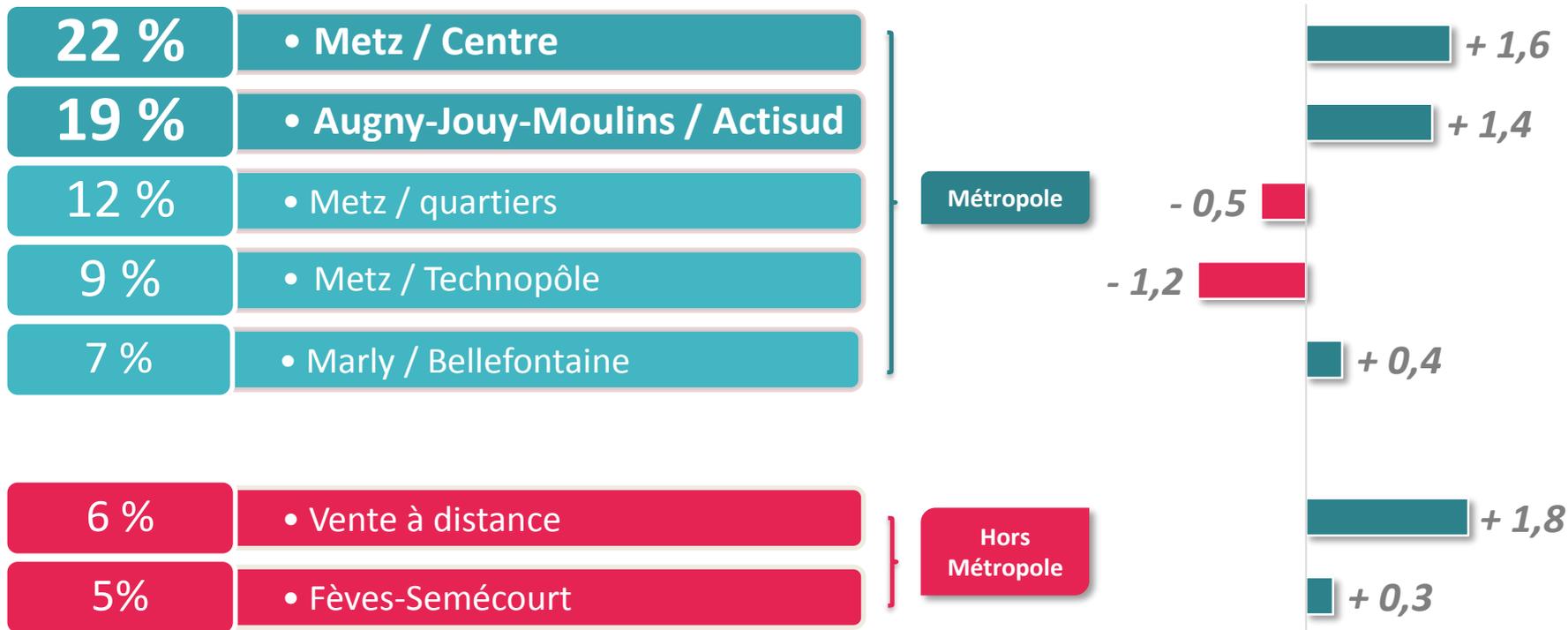


# Les destinations d'achats

## Les principales destinations d'achats tous produits des ménages de Metz Métropole

(en % de la dépense – par pôle commercial) – 2019

Evolution 2014-2019



### → Note de lecture :

En 2019, 19 % des dépenses tous produits des ménages de Metz Métropole, sont captées par la zone Actisud à Augny-Jouy-Moulins, soit une augmentation de 1 point par rapport à 2014.

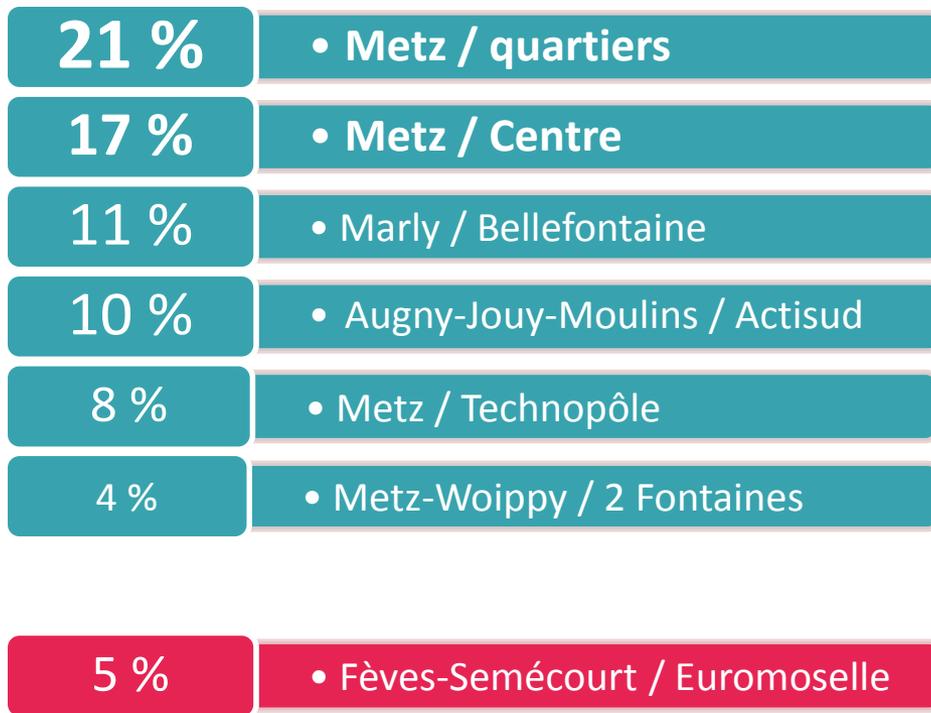
source: CCI MOSELLE – AID Observatoire 2014-2019

\* Centre = hypercentre de Metz + CC Muse



## Les principales destinations d'achats alimentaires des ménages de Metz Métropole

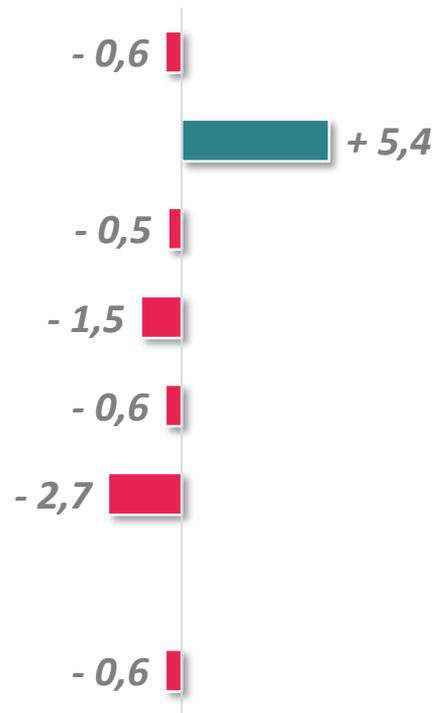
(en % de la dépense – par pôle commercial) – 2019



Métropole

Hors Métropole

Evolution 2014-2019



### → Note de lecture :

En 2019, 14 % des dépenses alimentaires des ménages de Metz Métropole, sont captées par le centre-ville de Metz, soit une augmentation de 2 points par rapport à 2014.

source: CCI MOSELLE – AID Observatoire 2014-2019

\* Centre = hypercentre de Metz + CC Muse

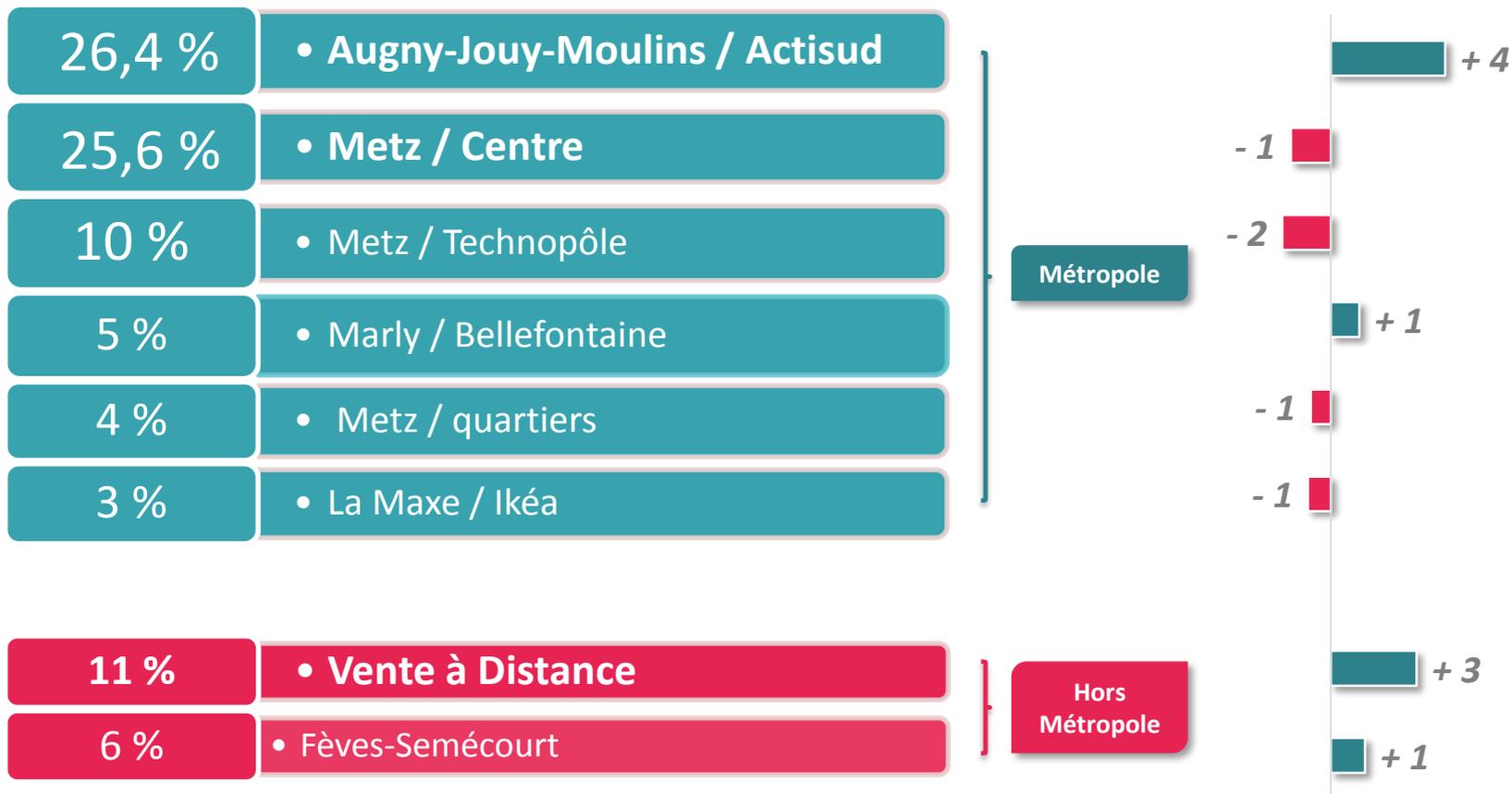


# Les destinations d'achats

## Les principales destinations d'achats non alimentaires des ménages de Metz Métropole

(en % de la dépense – par pôle commercial) - 2019

Evolution 2014-2019



→ **Note de lecture :**

En 2019, 26 % des dépenses non alimentaires des ménages de Metz Métropole, sont captées par la zone Actisud, soit une augmentation de 5 points par rapport à 2014.

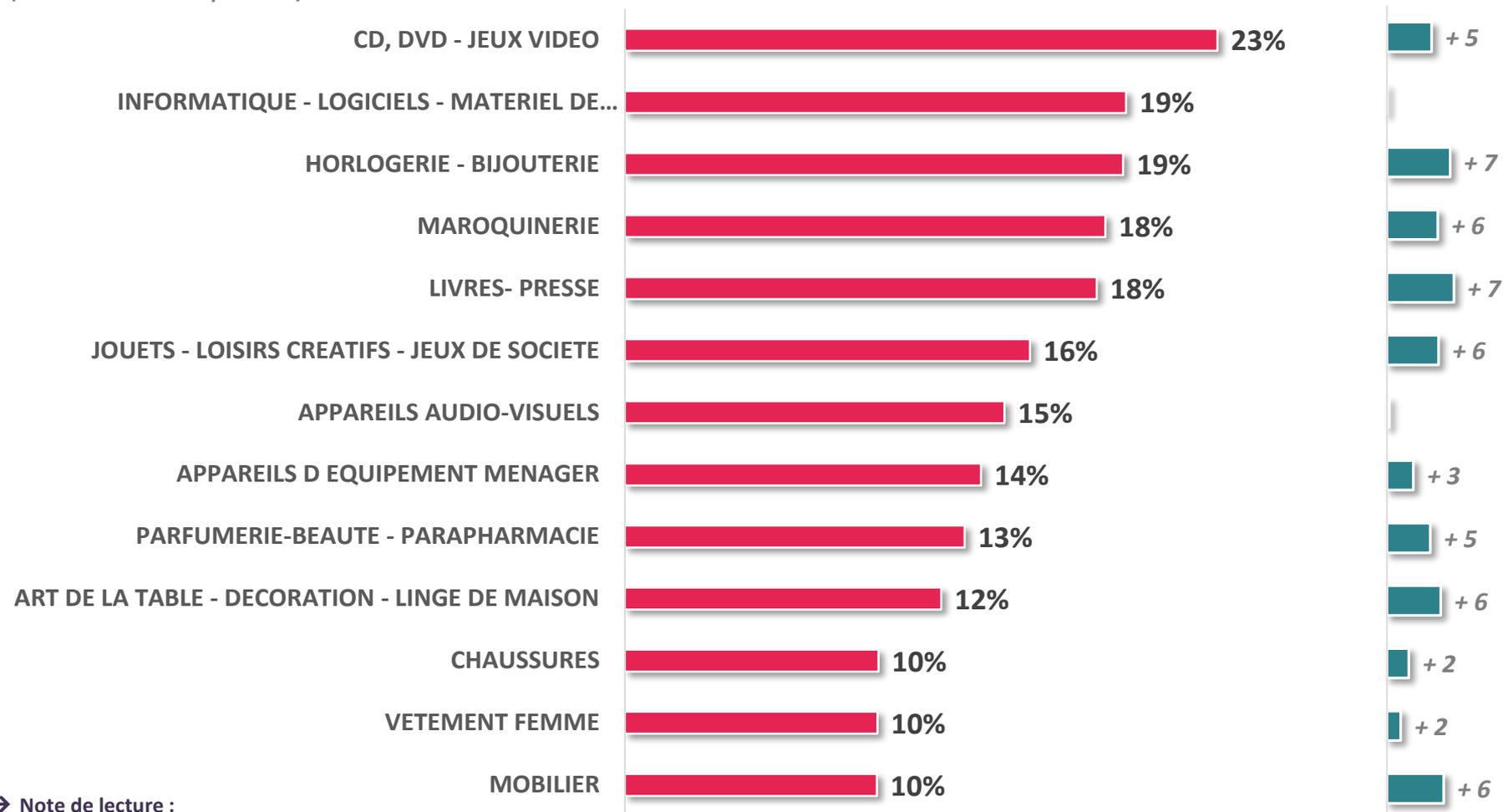
\* Centre = hypercentre de Metz + CC Muse

source: CCI MOSELLE – AID Observatoire 2014-2019

## Principaux produits consommés via la e-commerce par les ménages de Metz Métropole en 2019

(en % de la dépense)

Evolution 2014-2019



→ Note de lecture :

En 2019, 11 % des dépenses non alimentaires des ménages de Metz Métropole, sont captées par la VAD (Internet + Vente par Correspondance), soit une augmentation de 2,7 points par rapport à 2014.

source: CCI MOSELLE – AID Observatoire 2014-2019

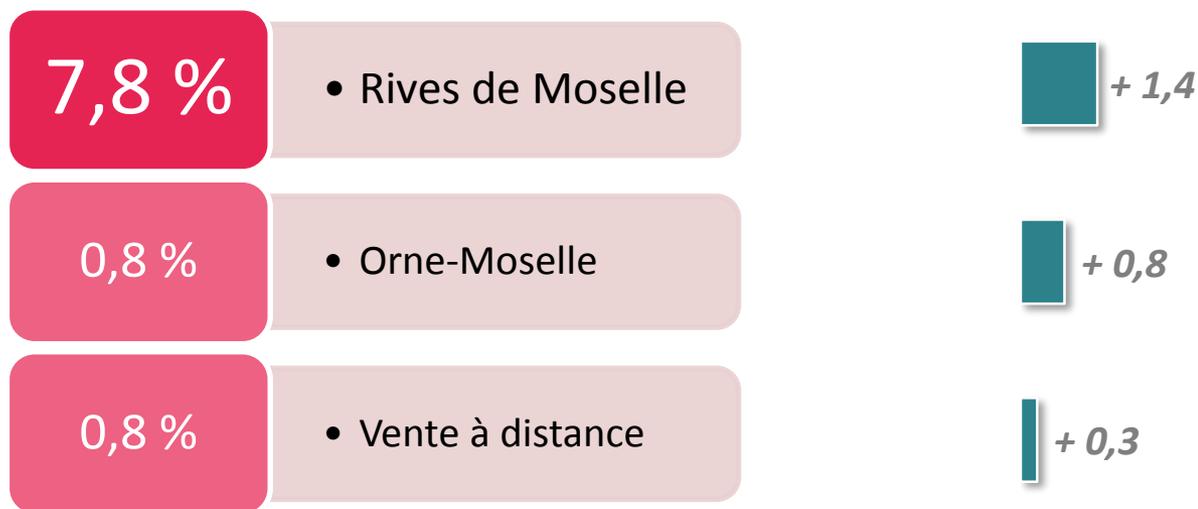


## Les principales destinations d'évasion alimentaire

(en % de la dépense – par territoire et VAD) - 2019

### ALIMENTAIRE

Evolution 2014-2019



→ **Note de lecture :**

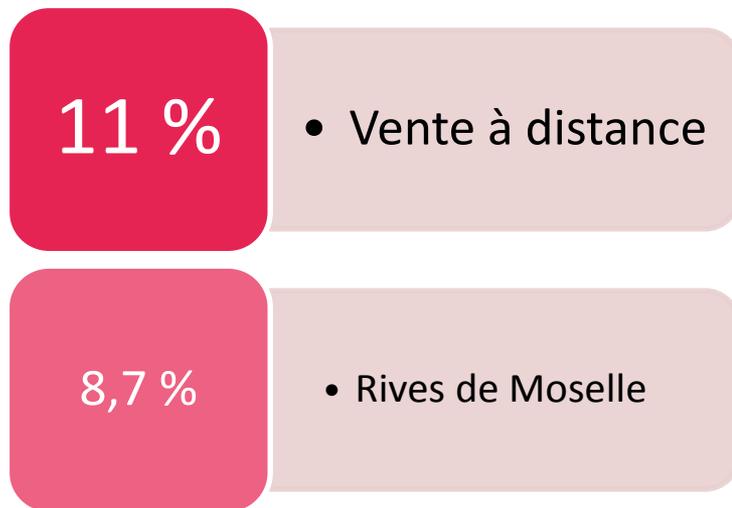
En 2019, 7,8 % des dépenses alimentaires des ménages de Metz Métropole, sont réalisées dans les points de vente des Rives de Moselle, soit une augmentation de 1,4 point par rapport à 2014.

source: CCI MOSELLE – AID Observatoire 2014-2019

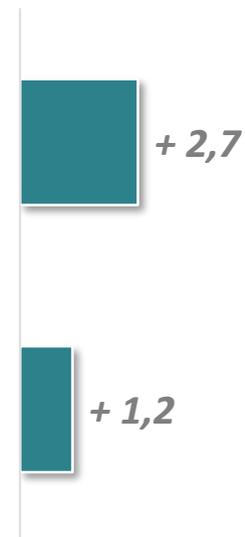
## Les principales destinations d'évasion non alimentaire

(en % de la dépense – par territoire et VAD) - 2019

### NON ALIMENTAIRE



### Evolution 2014-2019



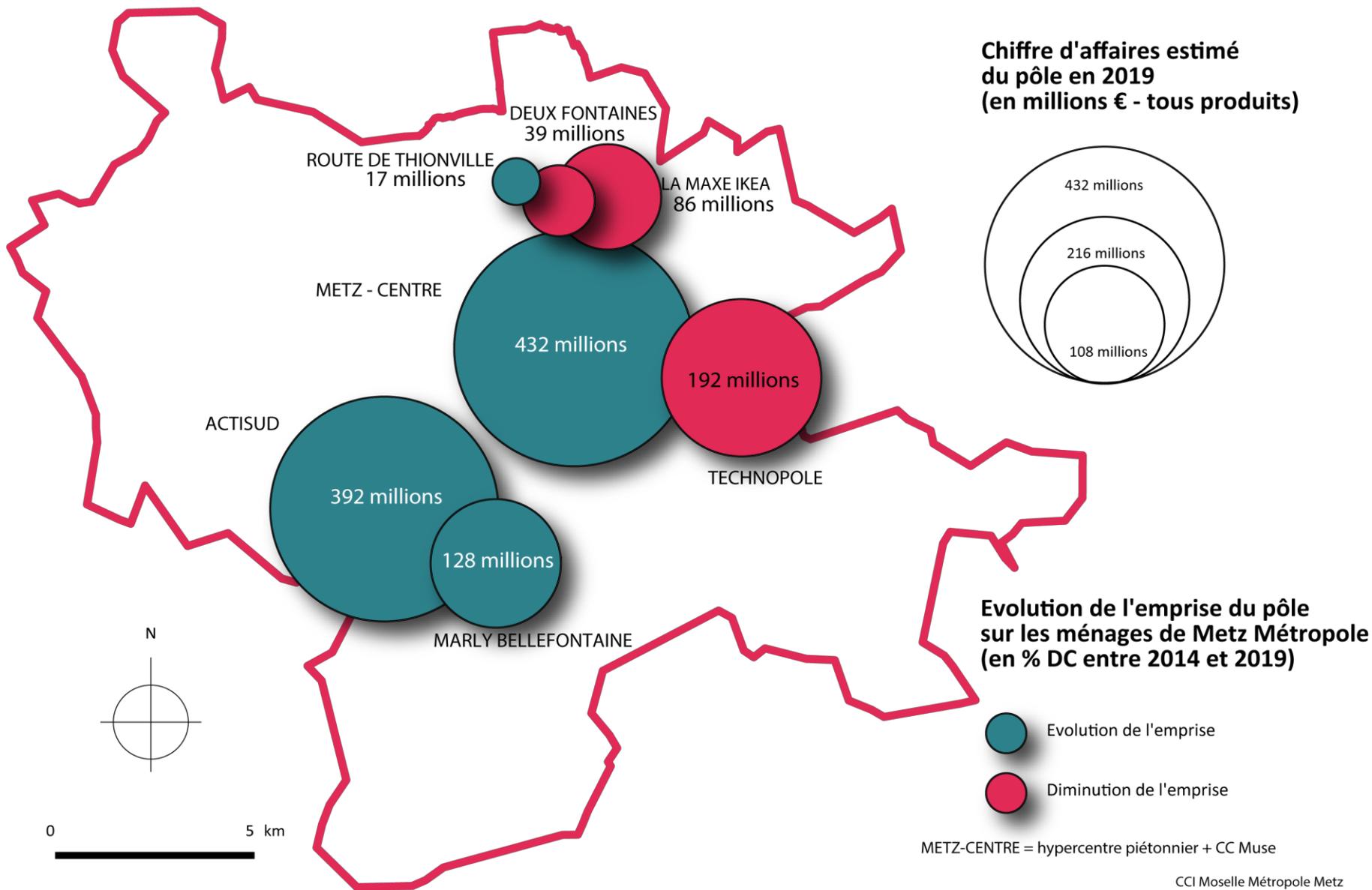
#### → Note de lecture :

En 2019, 11 % des dépenses non alimentaires des ménages de Metz Métropole, sont captées par la VAD (Internet + Vente par Correspondance), soit une augmentation de 2,7 points par rapport à 2014.

source: CCI MOSELLE – AID Observatoire 2014-2019

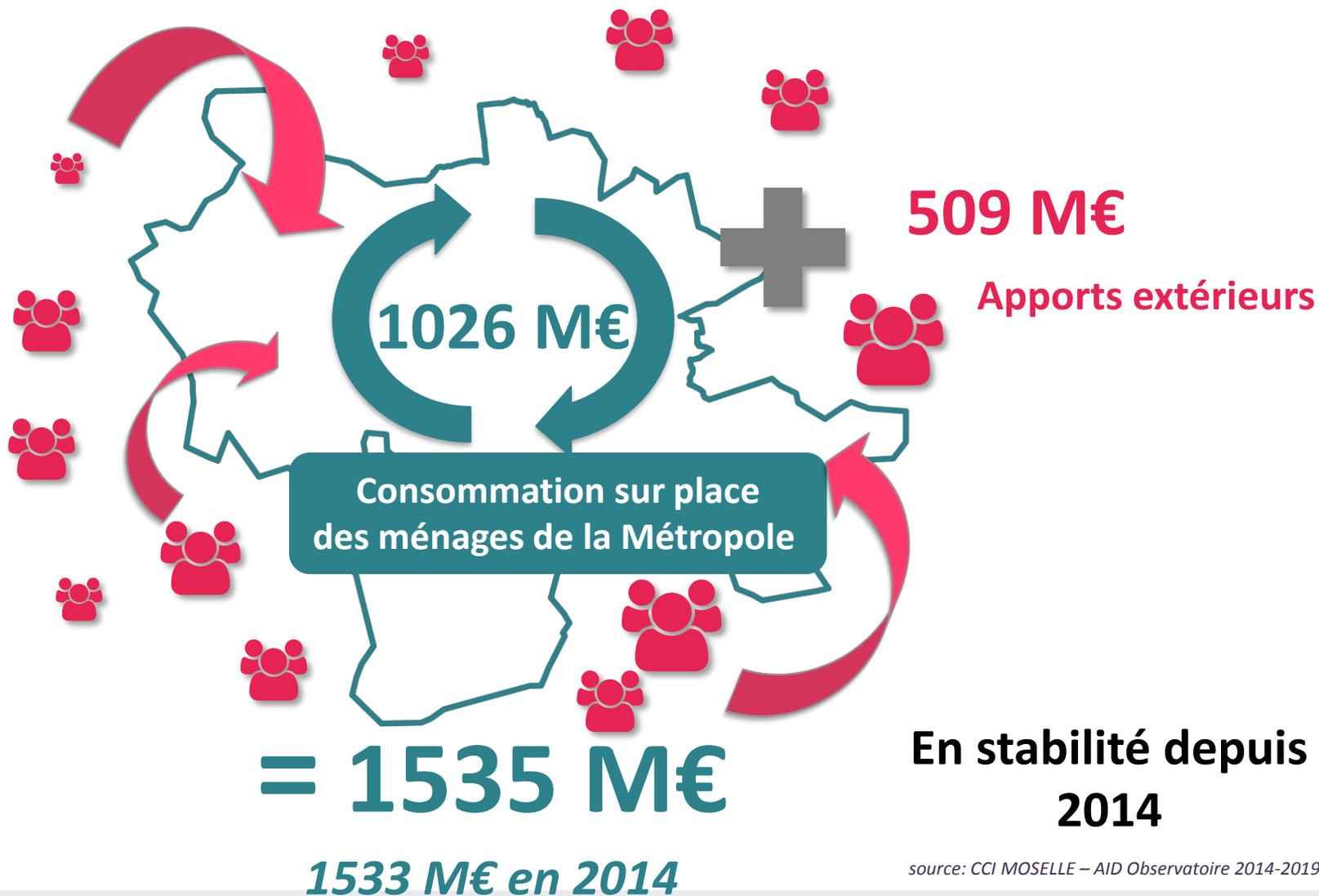
## 4. Le chiffre d'affaires estimé de la Métropole

# Le chiffre d'affaires estimé



# Le chiffre d'affaires estimé de Metz Métropole

Composition des apports (en millions d'euros) sur les 34 familles de produits étudiées



## Synthèse des dynamiques de consommation de la Métropole

- 1 Un chiffre d'affaires stabilisé sur la période 2014-2019 (1535 millions)
- 2 Metz centre conforte sa position commerciale (2<sup>e</sup> destination après Thionville-Linkling)
- 3 Des opportunités de développement liées à l'évolution des modes de vie
- 4 L'influence croissante du e-commerce

# MERCI DE VOTRE ATTENTION



## **Observatoire du Commerce et de la Consommation**

Direction des Etudes et de la Communication  
CCI de la Moselle  
10-12 Avenue Foch – BP 70330  
57016 METZ CEDEX 1  
[observatoire-commerce@moselle.cci.fr](mailto:observatoire-commerce@moselle.cci.fr)