



UNIVERSITE DE REIMS CHAMPAGNE-ARDENNE
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, SOCIALES ET DE GESTION

Master Analyse et politique économique
Parcours Statistique pour l'évaluation et la prévision

Cours de Géostatistiques

ETUDE GEOMARKETING

Réalisée par:

-Ismael Djoulde DIALLO

-Ousmane FALL

-Yannick GNAGO

Année universitaire 2021-2022

Sommaire

PARTIE 1 : Présentation de l'agglomération de Nantes

I-SITUATION GEOGRAPHIQUE

II-Données sociodémographiques

III-Distribution des entreprises par commune dans l'agglomération

IV-Distribution de la densité de la population dans l'agglomération de Nantes

V-Répartition de la population par tranche d'âge

VI-Répartition des catégories socio-professionnelle de l'agglomération de Nantes

PARTIE 2- Portrait de la commune de Nantes

I- Distribution de la population

I-1-Nombre d'habitants par iris

I-2-Distribution de la population nantaise par tranche d'âge

I-3-Niveaux de diplôme à Nantes

II-Part des CSP+ par iris

III-Indicateurs économiques

1-Distribution des catégories socio-professionnelles (CSP) de la ville de Nantes.

2-Localisation des centres commerciaux dans la ville de Nantes

3-Disposition des rues commerçantes

4-Densité de salariés dans la ville de Nantes

5-Flux domicile-Travail dans la ville de Nantes

6-Distribution du revenu médian dans la ville de Nantes

7-Les établissements avec enseigne

8-Les enseignes culturelles

PARTIE 3 : L'implantation de nos deux enseignes

I- La scène Thélème

1-Présentation du concept

2-Concurrence

3-Lieu d'implantation optimal

II-Lc Waikiki

1-Présentation du concept

2-Concurrence

3-Lieu d'implantation optimale

CONCLUSION

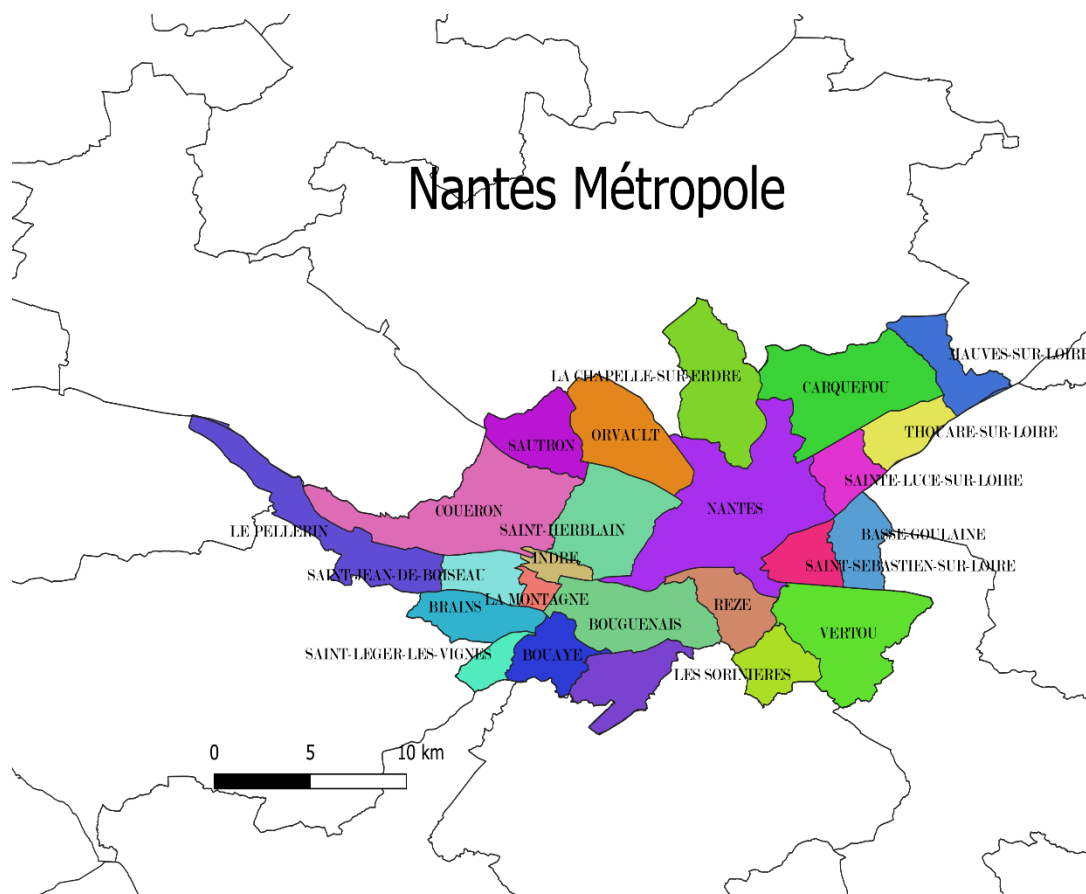
Annexe

Références

PARTIE 1 : Présentation de l'agglomération de Nantes

I-SITUATION GEOGRAPHIQUE

L'agglomération de Nantes est une métropole française située dans le département de la Loire-Atlantique dans la région du Pays de la Loire. Située au centre du département de la Loire-Atlantique, l'intercommunalité Nantes regroupe 24 communes et couvre une superficie de 523,4 km².



Carte 1 : Carte des communes de l'agglomération de Nantes réalisée par nos soins depuis QGIS

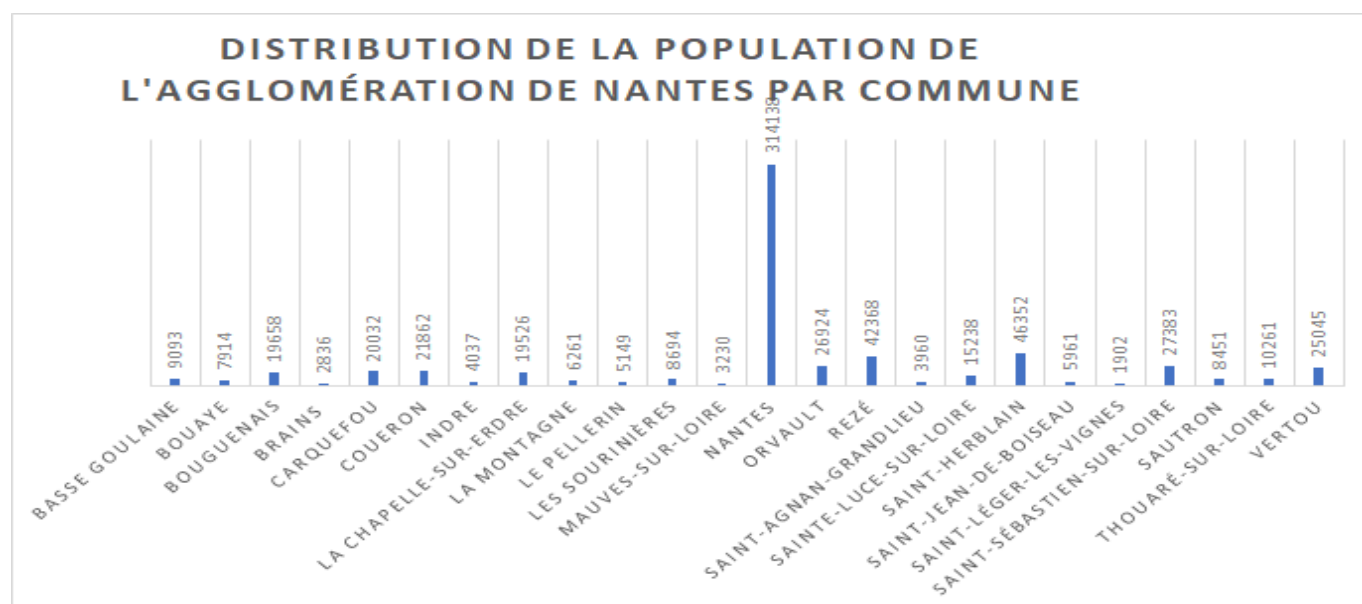
Pour le relief, elle se trouve au sud du Massif armoricain, et s'étend sur les deux rives de la Loire, principalement sur la rive droite (au nord). Avec une altitude moyenne de seulement 34 mètres, la Loire-Atlantique présente la particularité d'être le département le plus plat de France.



Carte 2 : Loire et communes de Nantes (extraite de metropole.nantes.fr)

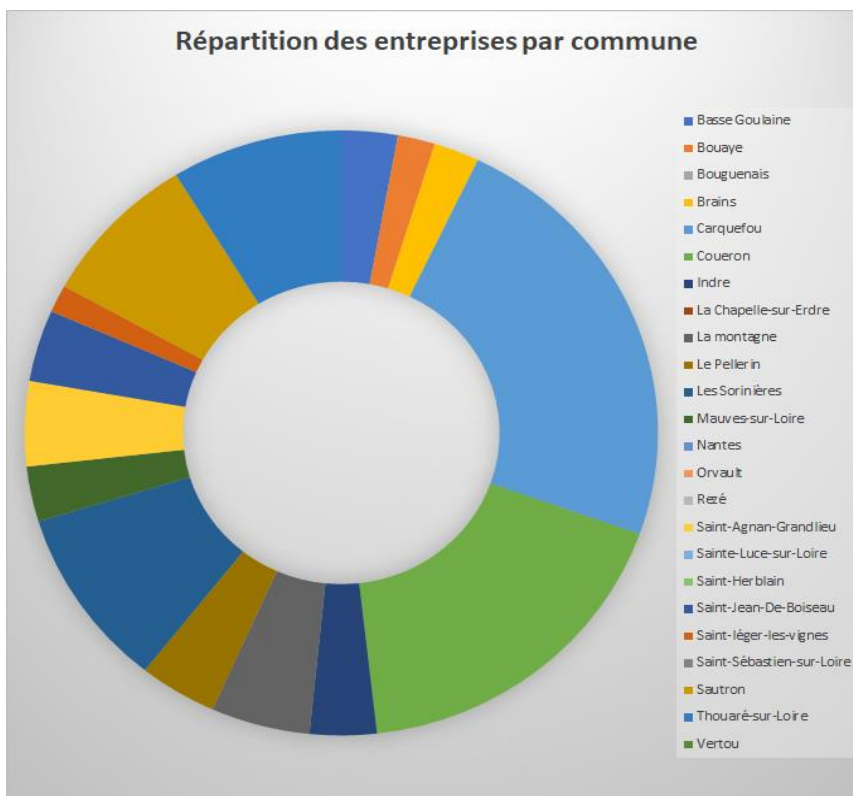
II-Données sociodémographiques

Avec ses 656 275 habitants, l'agglomération de Nantes est la sixième la plus peuplée de France avec la commune de Nantes qui concentre le plus grand nombre d'habitants 314130 (presque la moitié de la population). Après cette disparité, nous constatons une distribution presque homogène dans les autres communes sans disparité (diagramme en bâtons ci-dessous). Le taux d'accroissement de sa population était de 1,5 % entre 2013 et 2018 dont 0,6 % à imputer à la variation du solde naturel. 60,5% des habitants ont moins de 45 ans et 60,06% des moins de 25 ans sont scolarisés. 76,04% des ménages sont composés d'au moins deux personnes. Par ailleurs, le taux d'activité des 15-64 ans dans l'agglomération est de 74,6% dont 9,4% de chômeurs.



III-Distribution des entreprises par commune dans l'agglomération

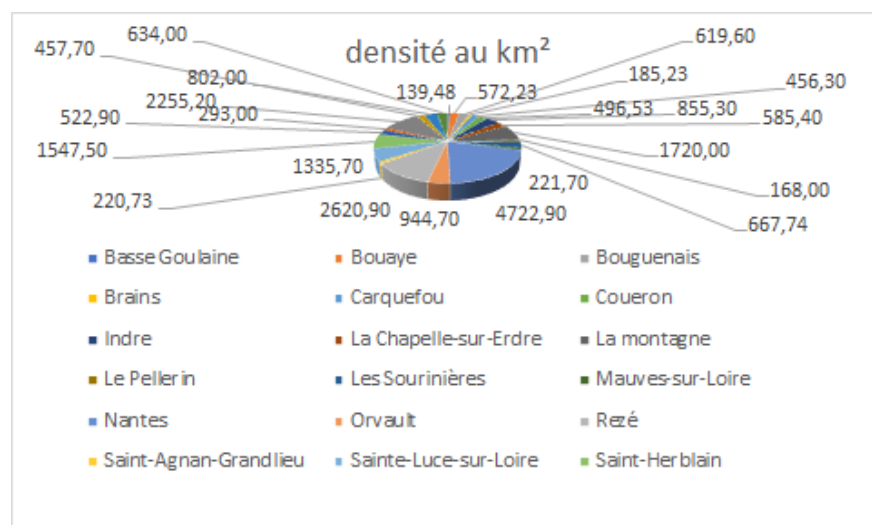
A travers ce diagramme circulaire, nous constatons une très grande concentration des entreprises sur la commune de Nantes suivie de celle de Saint-Herblain. Dans les autres communes, la répartition tient plutôt un caractère proportionnel.



Graphique 1 : Distribution des entreprises par commune dans l'agglomération de Nantes

IV-Distribution de la densité de la population dans l'agglomération de Nantes

Sur le diagramme en secteur ci-dessous, nous observons la distribution de la densité de la population des différentes communes de l'agglomération de Nantes. Comme nous pouvons le constater, la commune de Nantes est la plus dense avec 4722,9 habitants au Km².

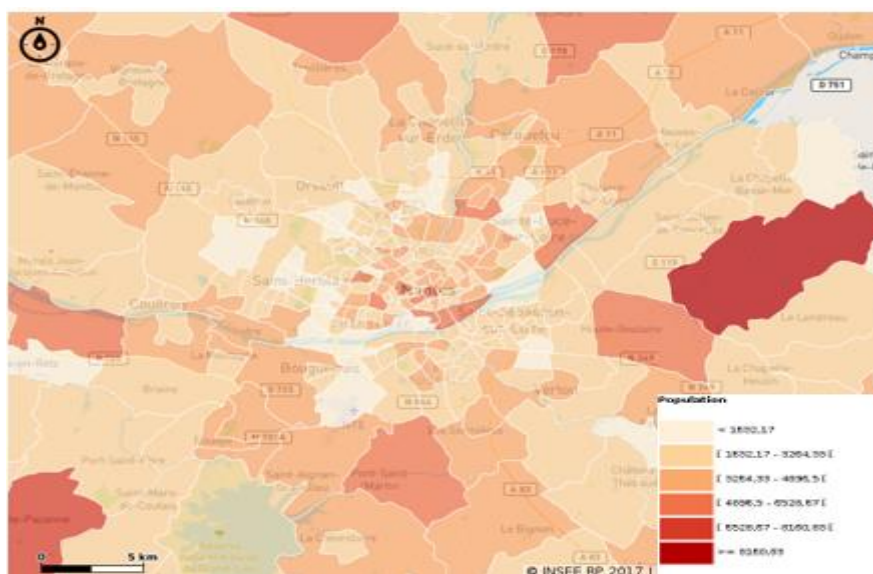


Graphique 2 : Densité de la population par km² dans l'agglomération

Compte tenu des opportunités économiques qu'offre une zone urbaine à forte densité, nous avons décidé d'implanter nos deux enseignes dans la commune de Nantes. Plus loin, nous mettrons en évidence les facteurs socio-démographiques et économiques pour justifier notre choix.

V-Répartition de la population par tranche d'âge

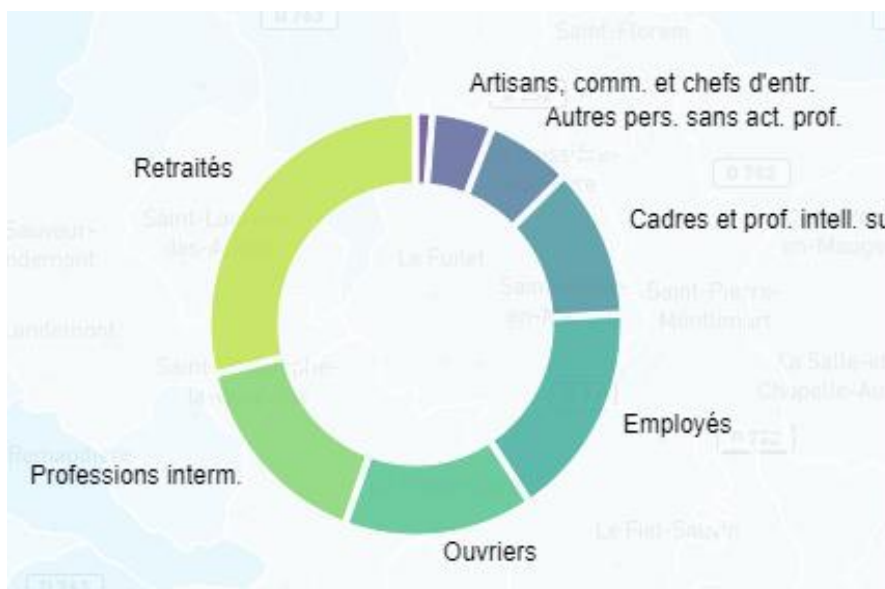
On constate qu'il y'a plus d'adultes, les jeunes et les adultes sont plus concentrées dans le centre de l'agglomération. Pour les seniors, nous pouvons remarquer qu'ils sont plus dans les communes recules du centre.



Carte 3 : Répartition de la population par tranche d'âge (easyretail)

VI-Répartition des catégories socio-professionnelle de l'agglomération de Nantes

Nous avons toutes les catégories socio-professionnelles sur l'agglomération de Nantes avec une prédominance des retraités sur les autres catégories. Une bonne partie de la population est soit employé, soit ouvrier ou exerce une profession intermédiaire. Nous notons aussi des cadres et autres personnes exerçant des professions intellectuelles supérieures. La part des Artisans, commerçants et chefs d'entreprises n'est pas importante, les personnes sans activités professionnelles sont aussi en nombre réduit.

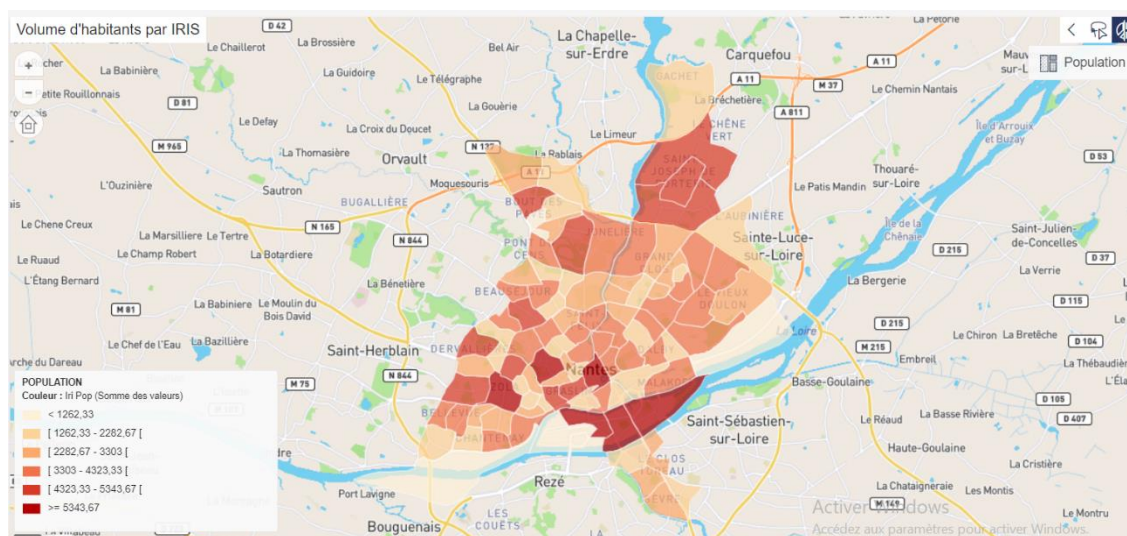


PARTIE 2- Portrait de la commune de Nantes

I- Distribution de la population

I-1- Nombre d'habitants par iris

Nous constatons une véritable dispersion de la population dans toute la commune avec des zones très peuplées au sud et plus ou moins au centre de la ville. On note aussi une population moyenne tout au nord de la commune.

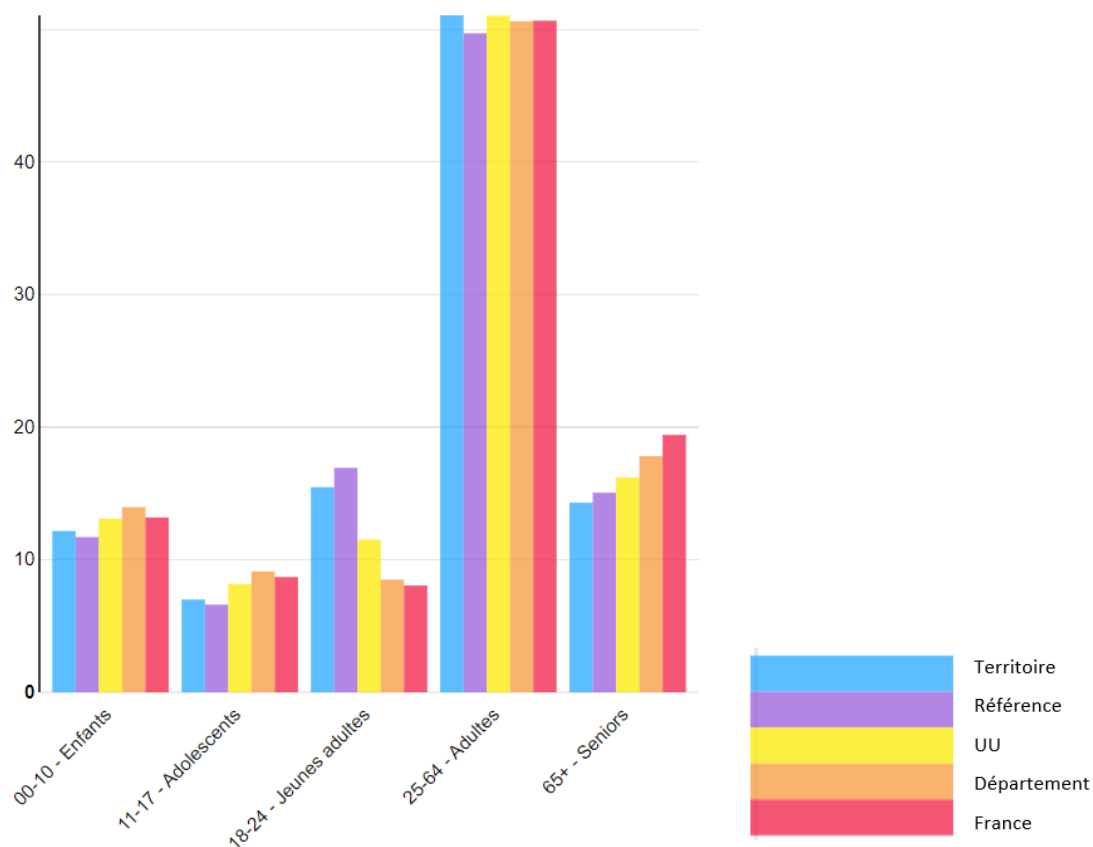


Carte 4: Répartition du nombre d'habitants par iris(easyretail)

I-2- Distribution de la population nantaise par tranche d'âge

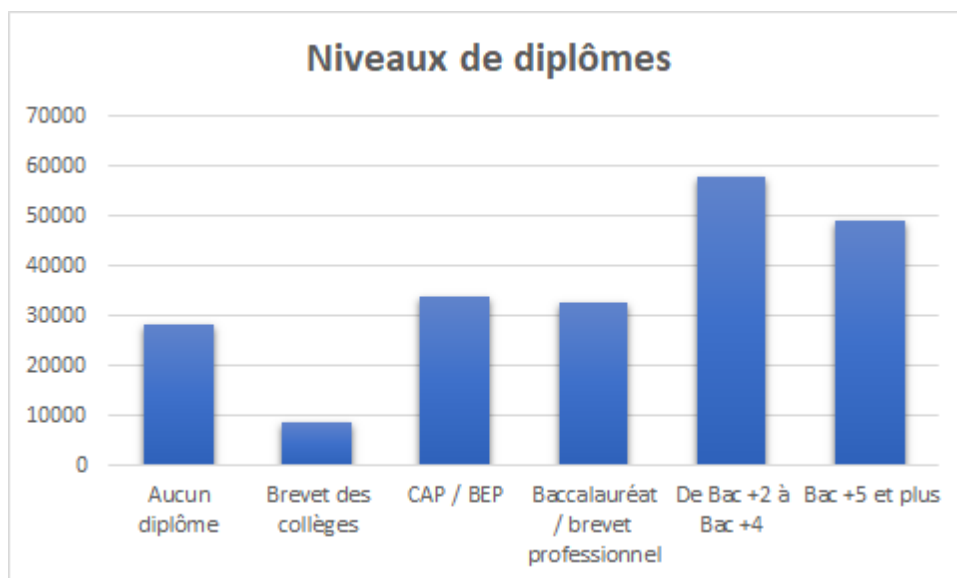
Le segment de la population la plus importante à Nantes est celui des adultes (entre 25-64 ans). Une population relativement jeune qui entraîne forcément un taux d'activité important parallèlement avec le niveau des études et les diplômes.

Répartition de la population nantaise par tranche d'âge



I-3 Niveaux de diplôme à Nantes

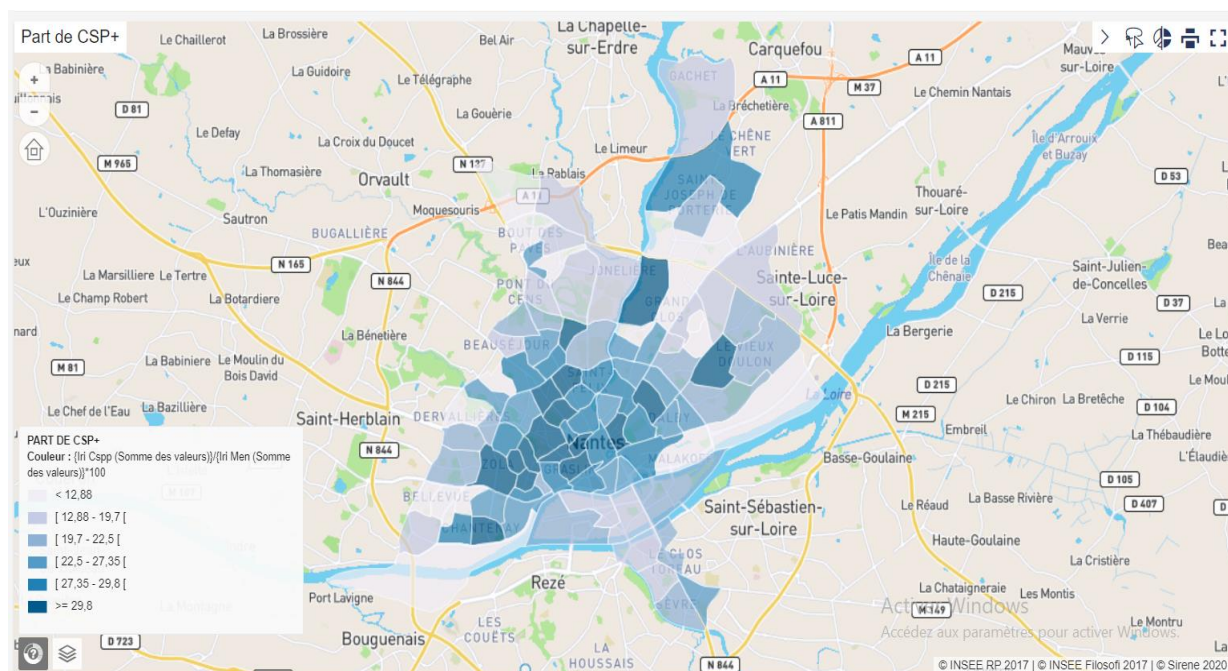
En termes de niveau scolaire, nous constatons que la plus grande frange de la population est entre le Bac +2 et le Bac +4. La proportion de la population n'ayant aucun diplôme est faible, même pas 10% de la population nantaise.



II-Part des CSP+ par iris

La CSP+ est la catégorie socio-professionnelle composée des cadres, des professions intermédiaires, des professions intellectuelles supérieures, des chefs d'entreprises, des commerçants et artisans.

Sur cette carte, la part des CSP+ est plus concentrée au centre de la commune de Nantes. Cependant, nous notons une présence de hauts cadres au nord de la ville. La population active avec le plus de compétences se regroupe ainsi au centre là où se situe la plupart des entreprises de Nantes.



Carte 5: Répartition des CSP par IRIS(easyretail)

III-Indicateurs économiques

Capitale de la Loire Atlantique, la ville de Nantes bénéficie d'une situation géographique avantageuse et un patrimoine culturel riche et varié qui favorisent sa croissance économique. Située à 50 km de l'océan Atlantique et à 2 heures 15 minutes par TGV de Paris et à quelques heures des capitales européennes au travers des destinations proposées par son aéroport, la ville de Nantes comptait 48512 entreprises en 2018 avec un revenu médian de 2518€. Une belle ville avec une forte attraction touristique, elle connaît un dynamisme économique des meilleurs de France.



© Leonid Andronov / Place Royale



© Kevin_guillois /Passage de Pommeraye



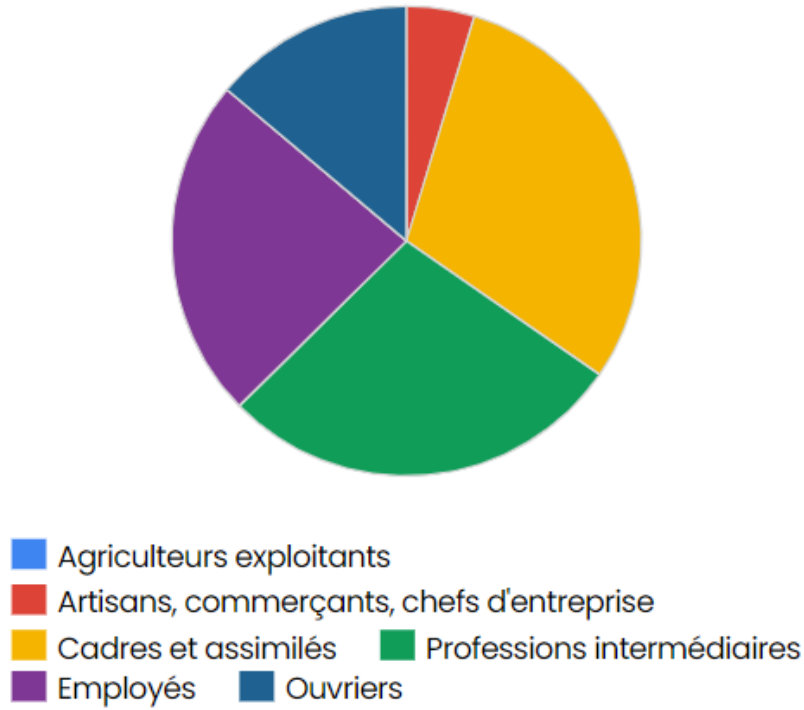
© Brad Pict / Château des Ducs de Bretagne



© Pauline Delaunay / Musée d'Art de Nantes

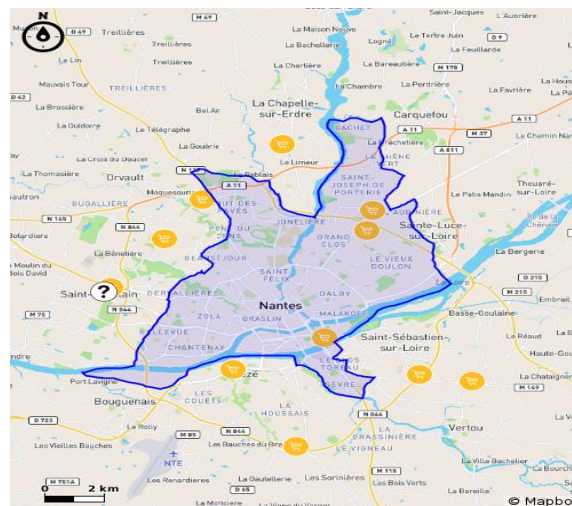
1-Distribution des catégories socio-professionnelles (CSP) de la ville de Nantes.

29,4% de la population active est de la CSP cadres et assimilés.



2-Localisation des centres commerciaux dans la ville de Nantes

Easy Retail nous montre 3 centres commerciaux dans la commune de Nantes dont les 2 se profilent au Nord Est et le dernier au sud. Donc on peut dire que la majorité des centres commerciaux se situe en périphérie de la commune. Par contre, les communes aux alentours présentent aussi des centres commerciaux qui sont à la frontière de notre commune de sélection.

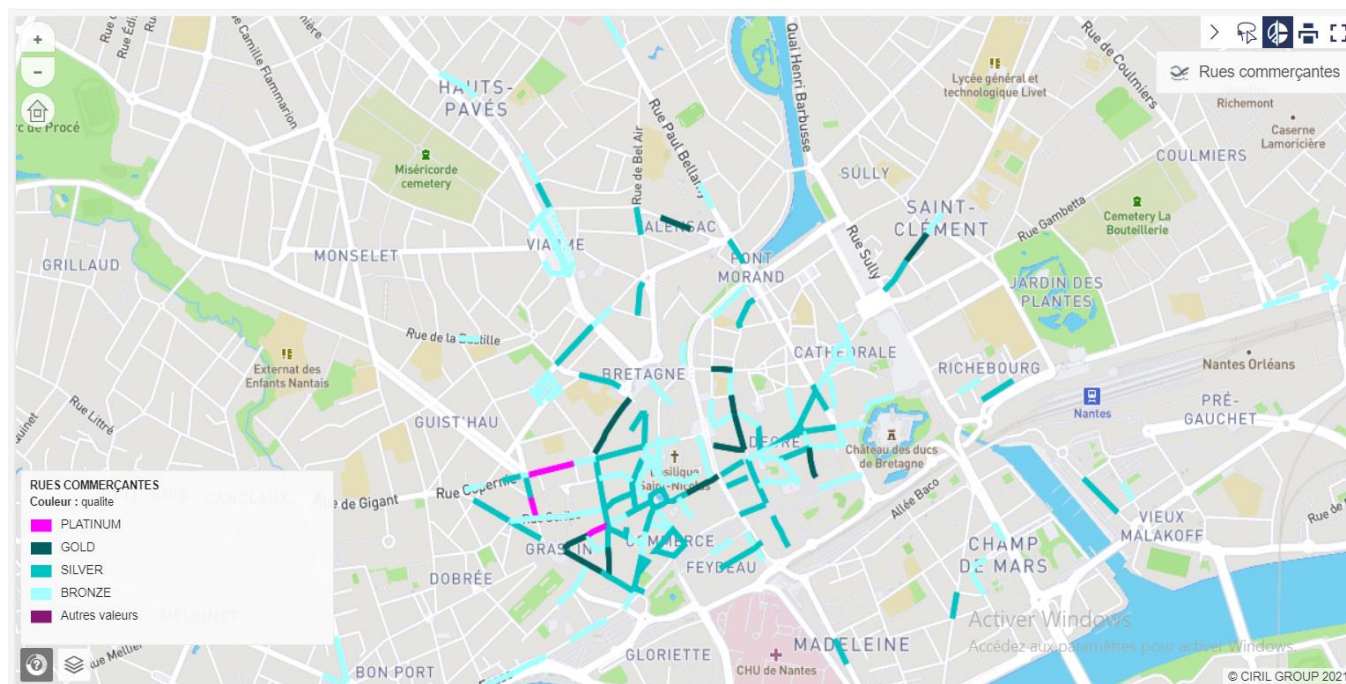


Carte 6: Les centres commerciaux dans la ville de Nantes (easyretail)

3-Disposition des rues commerçantes

-Les rues commerçantes de Nantes qui les plus importantes sont : la rue Crébillon, la rue du calvaire, la rue des halles, la rue Franklin, etc.

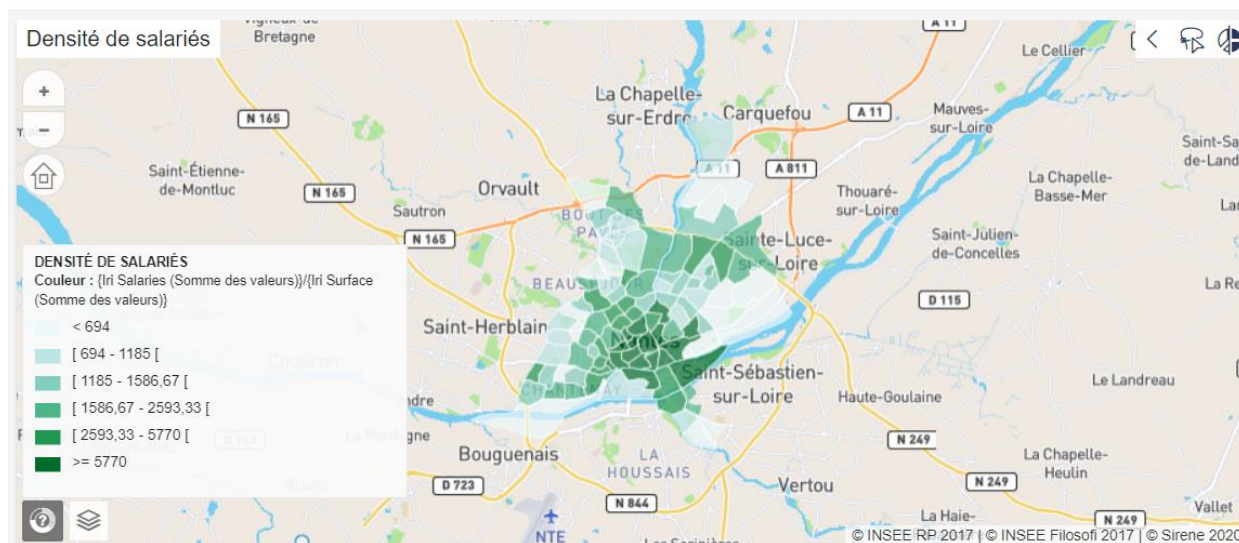
-Sur la carte, nous constatons que le centre-ville est le cœur des principales rues commerçantes, elle est ainsi une zone de forte affluence.



Carte 7 : Les rues commerçantes du centre de Nantes (easyretail)

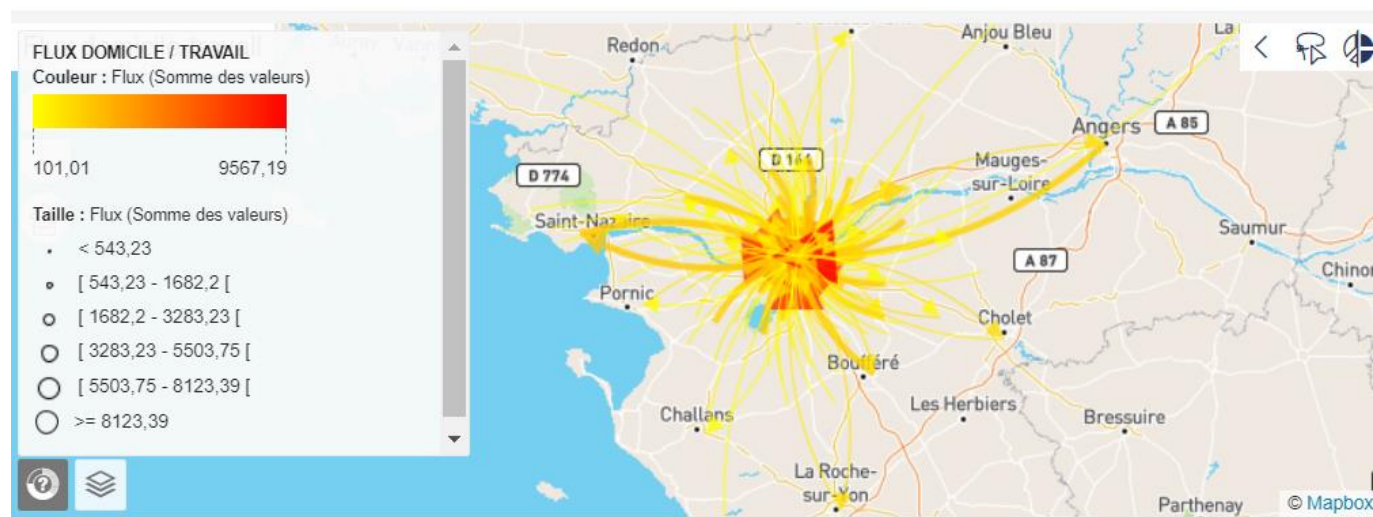
4-Densité de salariés dans la ville de Nantes

On remarque que les salariés sont fortement concentrés dans le noyau de l'agglomération. Toutefois, la densité des salariés des communes en périphérie n'est pas négligeable.



Carte 8: Répartition de la densité salariale (easyretail)

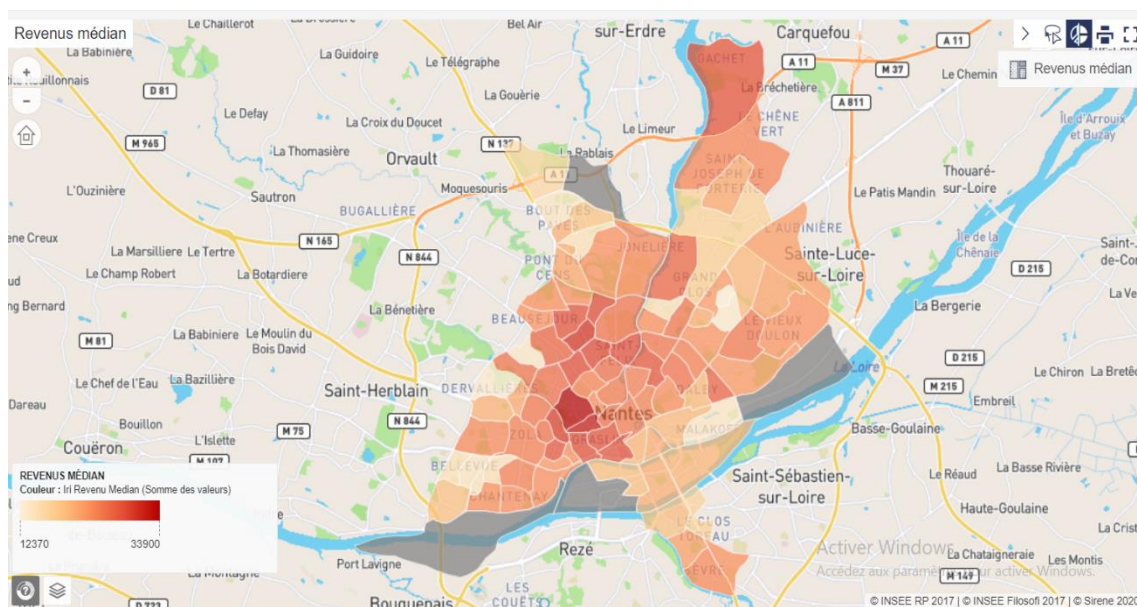
5-Flux domicile-Travail dans la ville de Nantes



On peut voir que la plus grande partie des salariés réside non loin de leur lieu de travail. Cela étant, nous constatons une faible part des travailleurs qui nous proviennent de l'extérieur (autres communes de la métropole, autres villes...). La plus grande concentration du flux domicile-travail est noté au centre-ville de la commune de Nantes.

6-Distribution du revenu médian dans la ville de Nantes

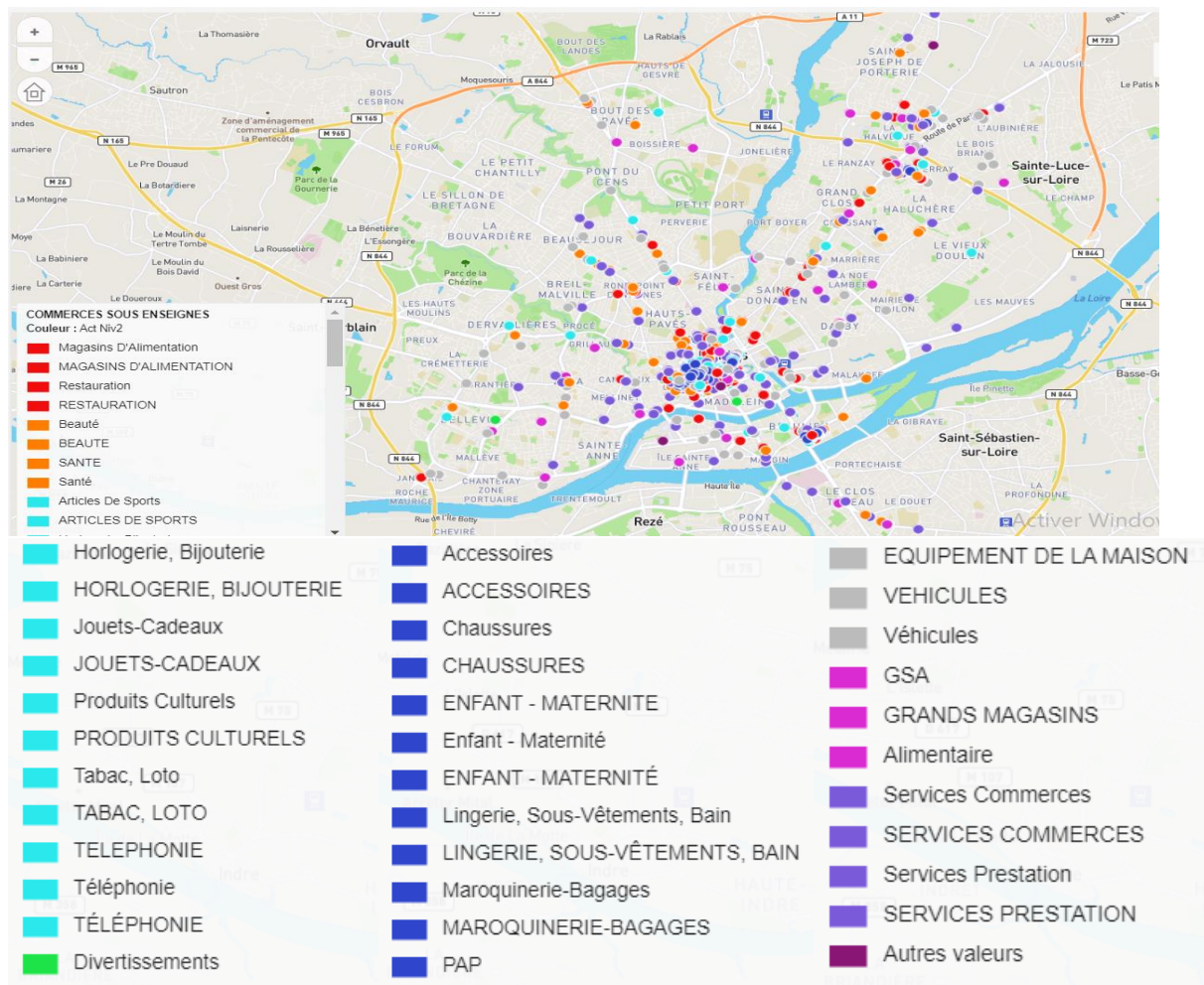
Sur la carte ci-dessous on peut constater que la population la plus aisée (avec le revenu médian le plus élevée soit 33900€) est concentrée au centre de Nantes plus précisément au sein de l'IRIS Monselet ensuite celle de l'IRIS Rond-Point de Rennes. Cependant, celle de l'IRIS Pin Sec où le revenu médian vaut 12370€ est la plus pauvre de Nantes.



Carte 9: Distribution du revenu médian(easyretail)

7-Les établissements avec enseigne

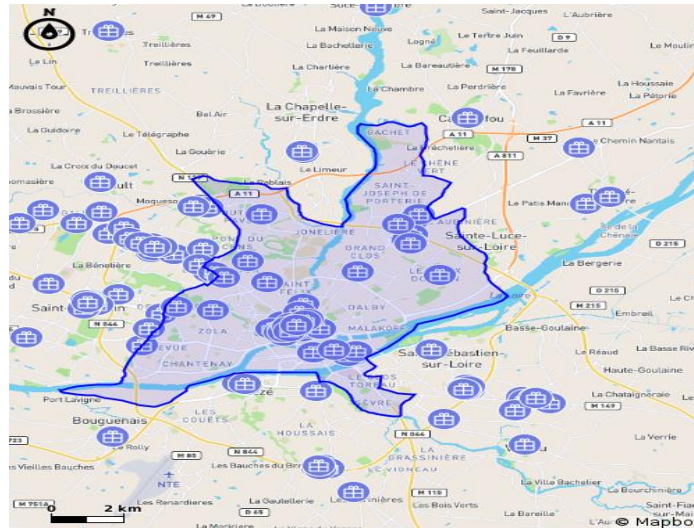
Les enseignes sont en grande pompe réunies dans le centre-ville avec une forte présence de l'alimentaire. Le nord-ouest de la ville cependant n'est pas bien lotie en enseignes.



Carte 10: Les établissements avec enseigne(easyretail)

8-Les enseignes culturelles

Nantes est une ville étroitement liée à la culture, avec notamment des musées, dont le Musée des Beaux-arts qui vient tout juste de rouvrir ses portes après quelques années de travaux. La plupart de ces enseignes culturelles sont localisées au centre et au nord de la ville.



Carte 11 : Les enseignes culturelles (easyretail)

PARTIE 3 : L'implantation de nos deux enseignes

Pour l'implantation de nos enseignes, nous allons opter pour deux franchises : Une de restauration traditionnelle (scène Thélème) et une de "prêt à porter"(Lc Waikiki).

I- La scène Thélème



1-Présentation du concept

La scène Thélème est un restaurant unique où la gastronomie traditionnelle, servie par le grand chef Yoshitaka Takayanagi, s'allie au théâtre. Elle est distinguée d'une étoile au guide Michelin.

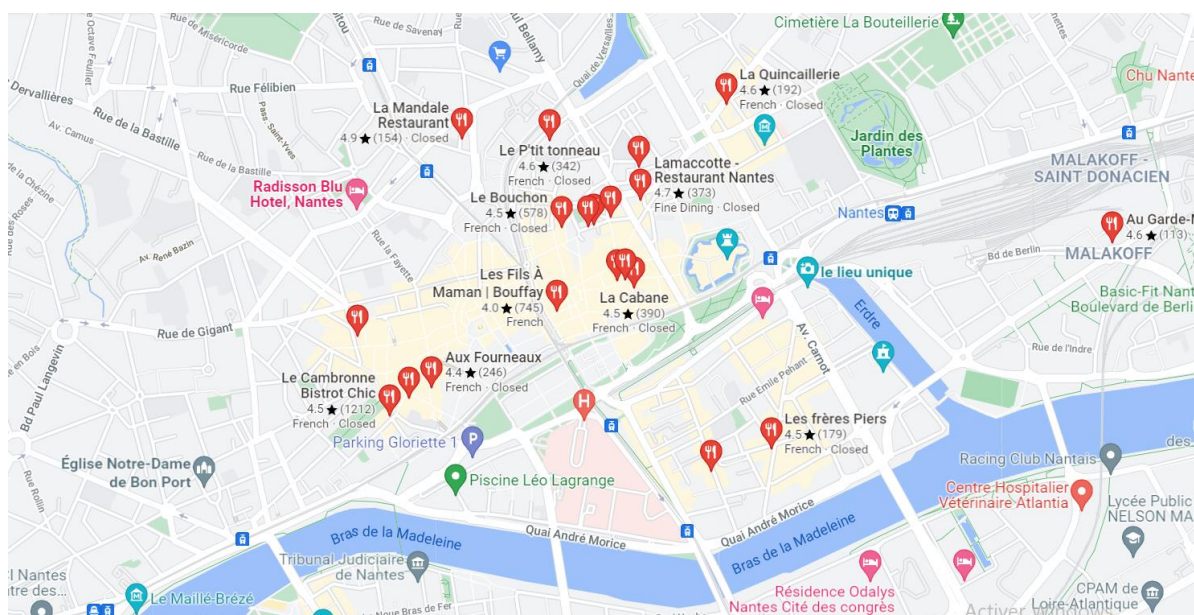
Créée en 2016 et implantée aux Champs Élysées à Paris, elle permet à son public, particulièrement aux passionnés de culture, de savourer des mets délicieux tout en contemplant une scène proposée par une troupe de jeunes comédiens talentueux.

Son implantation à Nantes serait vraiment une aubaine en raison de son environnement culturel assez riche et de l'évolution du revenu de la population nantaise.

A travers des prospections géomarketing et l'analyse statistique, nous allons essayer de proposer le lieu d'emplacement optimal pour notre enseigne de restauration traditionnelle.

2-Concurrence

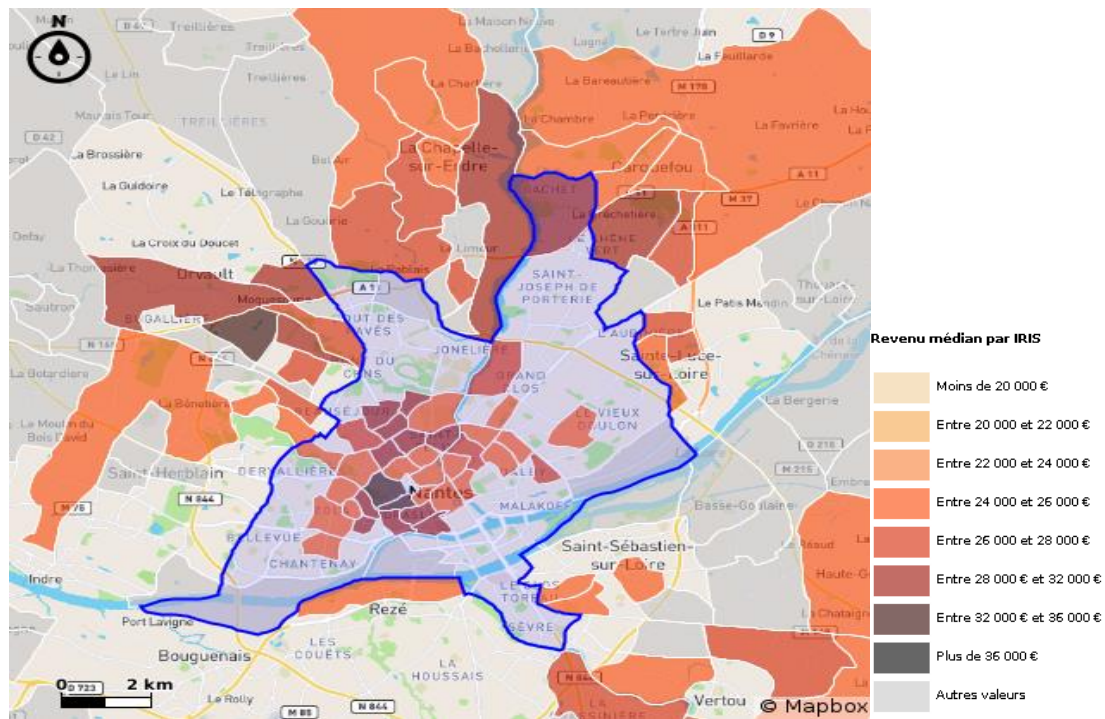
Les potentiels concurrents de l'enseigne "La scène Thélème" seront les enseignes de restauration traditionnelle (Les Fils à Maman Bouffay, La Quincaillerie, Les petits saints etc.). La plupart de ces restaurants se situent dans le centre-ville de Nantes comme nous le constatons dans la carte ci-dessous.



Carte 11: Visualisation des principaux restaurants traditionnels(easyretail)

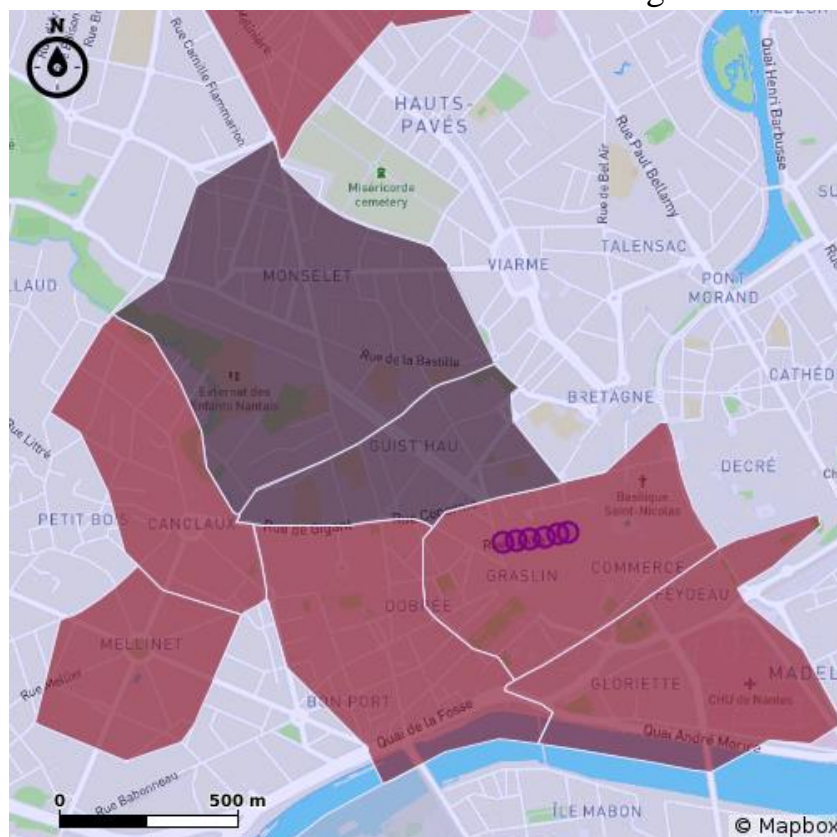
3-Lieu d'implantation optimal

Comme le restaurant "la scène Thélème" est une enseigne haute gamme, nous allons donc prioriser cet aspect dans la recherche du lieu d'implantation optimal tout en prenant en compte la situation géographique des personnes plus susceptibles d'y aller. Dans l'agglomération de Nantes, les rues commerçantes liées à la restauration sont généralement en Gold ou Silver (voir Figure des rues commerçantes de Nantes). Nous pouvons citer : Les rues entre la place royale et la place Graslin qui sont les artères les plus commerçantes du centre-ville Nantes ; elles sont aussi les rues les plus fréquentées dans le centre nantais, observons le revenu moyen par IRIS dans la ville (zone délimitée par —).



Carte 12: Distribution du revenu médian par IRIS(easyretail)

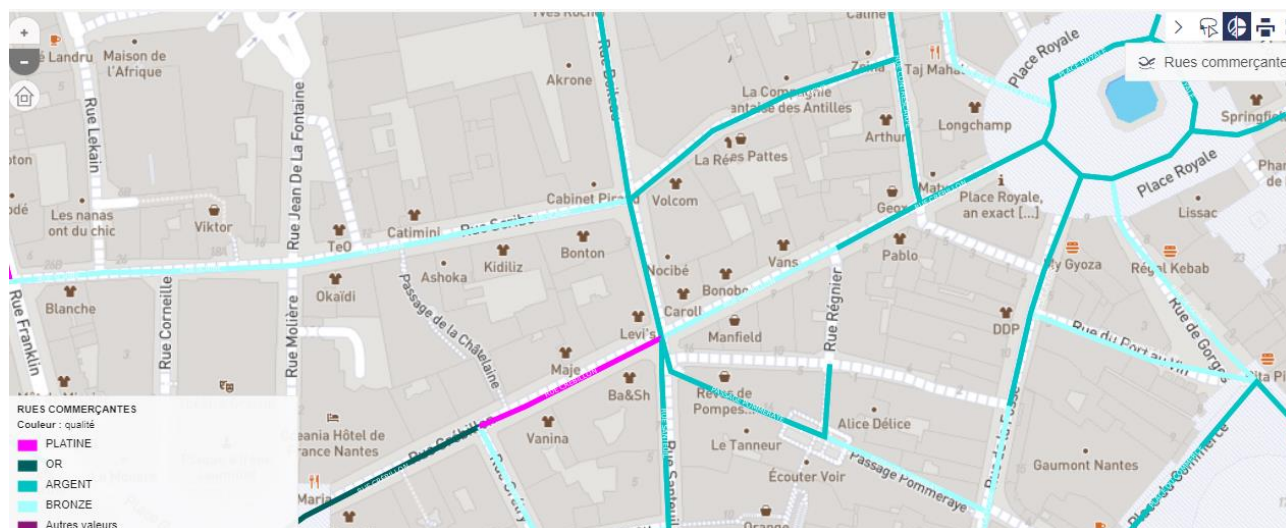
Nous pouvons remarquer que le centre est l'endroit où le revenu médian est le plus élevée, le revenu médian dans ce secteur est au moins égal à 28000 euros.



Carte 13: Implantation du lieu optimal (easyretail)

Etant donnée que la répartition de la population par tranche d'âge et que nos cibles principales sont les adultes, nous remarquons que la grande part des adultes actifs est concentrée dans le centre.

Finalement, en croisant les précédents résultats avec les différentes rues commerçantes, nous pouvons donc choisir comme lieu d'implantation optimal de "la Scène Thélème", La rue Scribe (la rue marquée en cercle violet sur le schéma). Ainsi, la zone de chalandise de notre enseigne couvrira tous les IRIS en périphérie du centre de Nantes.



Toutefois, il y a lieu de préciser que nous supposons qu'il n'y a aucune contrainte liée à l'obtention d'un local sur ladite rue pour l'installation de notre enseigne.

II-Lc Waikiki

LC Waikiki

1-Présentation du concept

LC Waikiki est une marque turque de vêtements de prêt-à-porter et d'accessoires de mode pour hommes, femmes et enfants, fondée en 1985 par la société française DDKA et rachetée en 1997 par un groupe industriel turc.

LC Waikiki est présente dans 51 pays à travers pas moins de 1000 magasins avec pour slogan "Chacun mérite d'être bien habillé", permettant ainsi à chacun de profiter d'une mode accessible grâce à des produits de qualité et à des prix très abordables.

Plus de 47.000 personnes travaillent en effet pour l'enseigne à travers le monde.

Il se distingue aussi par des collections faciles à vivre, confortables et décontractées, spécialement conçues pour habiller toute la famille.

Présent à Paris, Marseille et Lyon, LC Waikiki souhaiterait élargir son domaine d'existence en s'implantant dans d'autres villes de France pour faire bénéficier les populations de son expertise.

C'est dans cette optique que nous allons, à travers une étude géomarketing, essayer de proposer à l'enseigne l'emplacement le plus optimal pour un bon déroulement de ses activités.

2-Concurrence

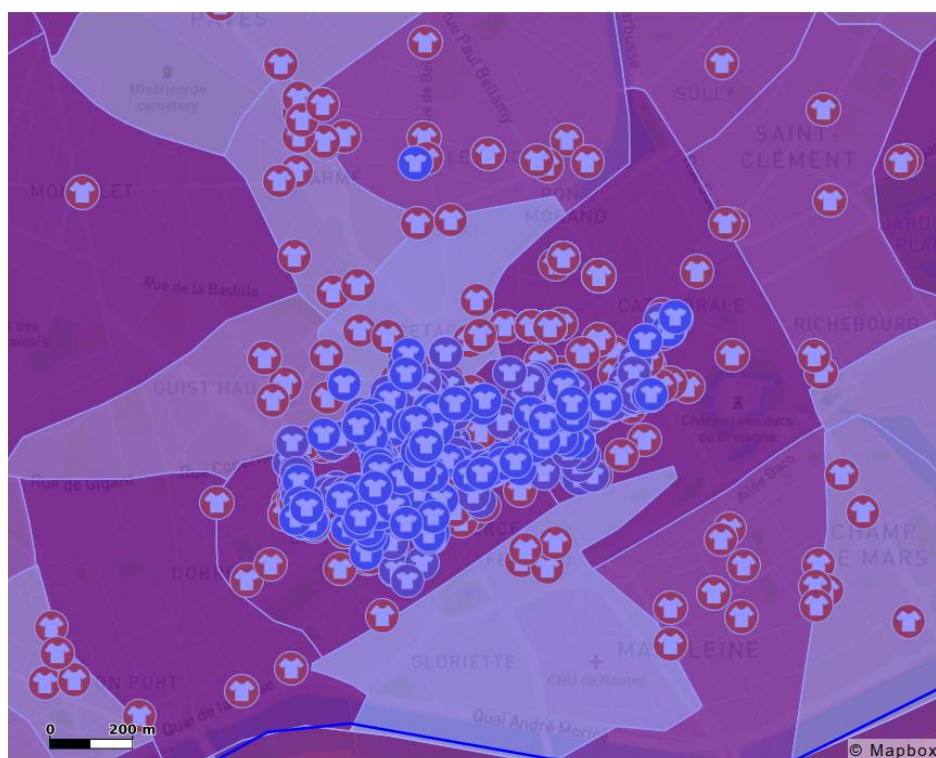
Les potentiels concurrents de Lc Waikiki seront les enseignes de prêt à porter tels que Zara, KIABI, Bershka, Tommy Hilfiger....

Ces magasins se situent principalement dans le centre-ville de Nantes.

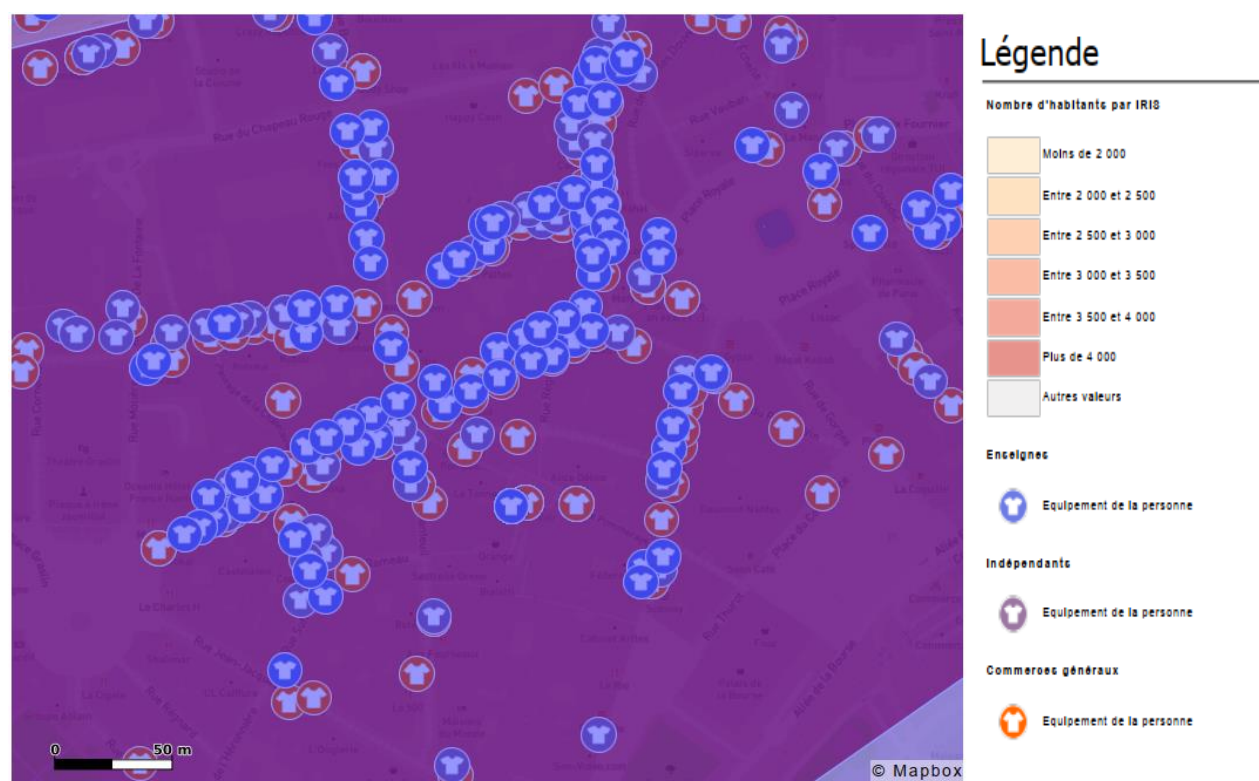
Lc Waikiki étant déjà une marque de renommée internationale, s'implanter aux abords de ses concurrents ne lui ferait pas sujette à un taux de cannibalisation trop élevé. Donc le choix de l'emplacement optimal dépendra plutôt de la densité de la population et le caractère commerçant ou pas de la rue.

3-Lieu d'implantation optimale

Lc Waikiki est une marque ayant déjà fait ses preuves dans le monde. Et donc pour s'implanter, la nature de la rue primera forcément sur la présence ou non de ses concurrents potentiels.



Carte 14 : Disposition des établissements de “prêt à porter”(easyretail) et nombre d’habitants



Sur ce, Nous avons trois rues Platinum que sont : rue du calvaire, rue franklin et rue Crébillon.

Par rapport au nombre d'habitants, nous constatons que la rue Crébillon est la rue la plus prisée de la ville et où sont implantés la plupart de nos potentiels concurrents.

Par ailleurs, le segment client visé qui est la famille se concentre davantage dans cette partie de la ville qui est donc la plaque économique tournante de cette dernière.

Ainsi, placer Lc Waikiki sur la rue Crébillon permettrait à l'enseigne de tirer un bon profit avec la réalisation d'un chiffre d'affaires énormes. Mais aussi, rester fidèle à son slogan pour garder une certaine notoriété et mettre en valeur son enseigne.

Les problèmes majeurs qu'on peut noter dans l'implantation dans une rue Platinum sont les coûts d'emplacement et le risque de cannibalisation par les pairs. Ici, Lc Waikiki est un géant de l'habillement et donc jouit d'une forte renommée. Ce qui lui permettra de gérer les coûts de déplacement tout en se développant naturellement sans se faire cannibaliser par ses concurrents.

Conclusion

A travers cette étude géomarketing, nous avons implanté nos deux enseignes dans des lieux optimaux où elles pourront mener à bien leur activité. La Scène Thélème pourrait bien s'épanouir au niveau de la rue Scribe tandis que s'implanter sur la rue de Crébillon pourrait permettre à Lc Waikiki de développer son business model tout en s'agrandissant davantage compte tenu de l'affluence sur la rue. Pour parvenir à implanter nos enseignes, nous avons fait un croisement des différentes données afin d'avoir une zone de chalandise assez importante pour que leur installation soit rentable tout en tenant compte des concurrents potentiels qu'elles pourraient se heurter.

En outil, nous avons tiré la majorité de nos cartes sur Easyretail, d'autres sur Google Maps et sur QGIS. Nous avons aussi utilisé Ms Excel pour la réalisation de nos graphiques.

Quant aux données, elles ont été collectées auprès de l'INSEE, d'Open Data Nantes et entreprises-lefigaro.

Ainsi, ce projet nous a permis de mettre en pratique nos compétences acquises lors des différents cours et travaux dirigés de géostatistique et de QGIS.

Annexe

Code Postal	Communes	Population	densité au km ²	Famille	Revenu médian	Population active	Entreprises
44115	Basse Goulaine	9093	139,48				307
44830	Bouaye	7914	572,23				204
44340	Bouguenais	19658	619,60	5 610	21 860 €	9 309	2 045
44830	Brains	2836	185,23				249
44470	Carquefou	20032	456,30	5 345	17 703 €	9015	2496
44220	Coueron	21862	496,53				1901
44610	Indre	4037	855,30				365
44240	La Chapelle-sur-Erdre	19526	585,40	5 788	25 882 €	9 445	2 111
44620	La montagne	6261	1720,00				542
44640	Le Pellerin	5149	168,00				426
44840	Les Sorinières	8694	667,74				1029
44470	Mauves-sur-Loire	3230	221,70	927	23 640 €	1 608	316
44000	Nantes	314138	4722,90	71 170	22 812 €	155 378	45 237
44700	Orvault	26924	944,70	7 520	24 939 €	12 148	2 815
44400	Rezé	42368	2620,90	11 026	21 335 €	20 248	4 654
44860	Saint-Agnan-Grandlieu	3960	220,73				485
44980	Sainte-Luce-sur-Loire	15238	1335,70	4 613	23 774 €	7 635	1 441
44800	Saint-Herblain	46352	1547,50	12 737	21 017 €	22 000	6 874
44640	Saint-Jean-De-Boiseau	5961	522,90				409
44710	Saint-léger-les-vignes	1902	293,00				157
44230	Saint-Sébastien-sur-Loire	27383	2255,20	7 518	23 193 €	12 866	2 229
44880	Sautron	8451	457,70	2 555		3 671	879
44470	Thouaré-sur-Loire	10261	802,00	2911		4 978	935
44120	Vertou	25045	634,00	7 283	25 103 €	11 497	2 803

Niveau de diplôme	Total
Aucun diplôme	28448
Brevet des collèges	8836
CAP / BEP	33802
Baccalauréat / brevet professionnel	32828
De Bac +2 à Bac +4	57791
Bac +5 et plus	49099

IRIS : Îlots Regroupés pour l'Information Statistique

Références

Certains de nos graphiques ont été réalisés sur Excel à partir des données de 2018 que nous avons collectées sur l'INSEE et sur entreprises-lefigaro.fr et d'autres sur Easy Retail.

INSEE : RP2013 et RP2018

https://geo.easyretail.fr/demo_etudiant/index.html

https://geo.easyretail.fr/portrait_de_territoires/index.html

<https://data.nantesmetropole.fr/>

<https://entreprises.lefigaro.fr>

<https://metropole.nantes.fr>

<https://www.google.com/maps/search/>