

LA ZONE DE CHALANDISE

I) La notion de zone de chalandise :

On entend par zone de chalandise : l'espace géographique, périmètre, entourant un commerce dans lequel se situent les clients potentiels de ce futur commerce. Elle peut être définie aussi par « zone d'attraction » ou encore « zone d'influence ».

Plusieurs paramètres interviennent dans sa détermination : attractivité (la réputation de l'enseigne), le nombre d'habitants, le besoin, le pouvoir d'achat, la concurrence dans la même zone géographique...

II) L'intérêt de déterminer sa zone de chalandise :

La détermination de la zone de chalandise est une étape indispensable lors de l'implantation d'une nouvelle unité commerciale aussi bien que lors de l'estimation de l'évolution de l'environnement autour d'une unité commerciale déjà existante.

La délimitation de la zone de chalandise permet de :

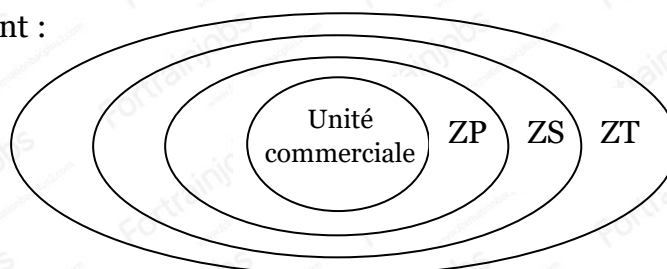
- Définir le rayon d'influence d'un point de vente ;
- Désigner le rayon géographique qui rassemble la majorité de sa clientèle cible ;
- Estimer le chiffre d'affaire potentiel pour le lieu de vente ;
- Connaître la concurrence et les politiques commerciales mises en œuvre.

III) Les composantes de la zone de chalandise :

On peut diviser la zone de chalandise en 3 sous-zones suivantes :

- **ZP : zone primaire ;**
- **ZS : zone secondaire ;**
- **ZT : zone tertiaire.**

Soit le schéma suivant :



Plus on est éloigné du point de vente, plus la probabilité de capter des clients devient faible. Il est à noter aussi que la distance de chaque sous-zone de l'unité commerciale varie d'un commerce à un autre.