

33.

Les activités commerciales

Éléments de méthodologie

La notion d'offre commerciale

Depuis 1995, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Morlaix dispose d'un observatoire de l'**offre commerciale**. Mis à jour quotidiennement, cet outil permet de répondre aux questions suivantes : **Qui vend quoi ? Où ? Sur quelle surface commerciale ? Avec quel effectif, salarié ou non salarié ?**

Les résultats présentés ci-après sont issus de cet outil, la date de valeur est fixée au **21 juin 2004**.

Dans le cadre de cette présentation, la notion "**Commerce de détail**" recense 8 secteurs d'activités (présentés en Annexe 2 page 53). Elle intègre les commerces de détail et les services ayant "**boutique sur rue**". Ainsi, ont été exclues du champs de l'analyse, les activités suivantes : **Commerces non sédentaires, Agences bancaires, Cabinets d'assurance, Autos-écoles, Professions libérales et de santé (sauf les pharmacies, les magasins d'optique ou d'audioprothèses).**

La notion de flux de consommation

Cette présentation de l'offre commerciale est complétée par une **analyse des flux de consommation** fondée sur l'Observatoire Economique du Commerce et de la Consommation. Développé, en 1997, à l'initiative des 3 CCI du Finistère, cet observatoire analyse très finement les comportements d'achats des ménages du département pour 49 produits (présentés en Annexe 3 page 55). Il permet en effet de répondre aux questions suivantes : **Qui achète quoi ? Où ? Dans quel type de magasin ? Pour quel montant ?**

Les valeurs présentées ci-après sont donc le résultat global des flux générés pour 49 produits. Elles qualifient donc une tendance. Les volumes d'affaires présentés ci-après sont donc à relativiser en conséquence.

Au cours de l'année 2001, lors de la mise à jour de cet outil, 4 200 ménages ont été enquêtés sur leurs habitudes de consommation.