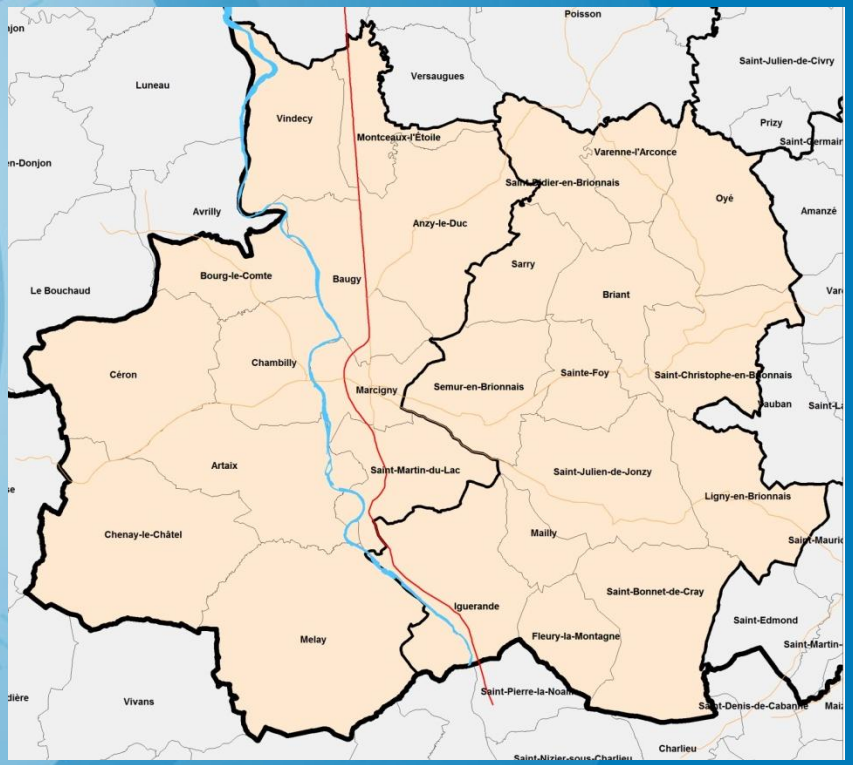
CCI SAÔNE-ET-LOIRE

Les flux de consommation
CC de Semur-en-Brionnais et de Marcigny



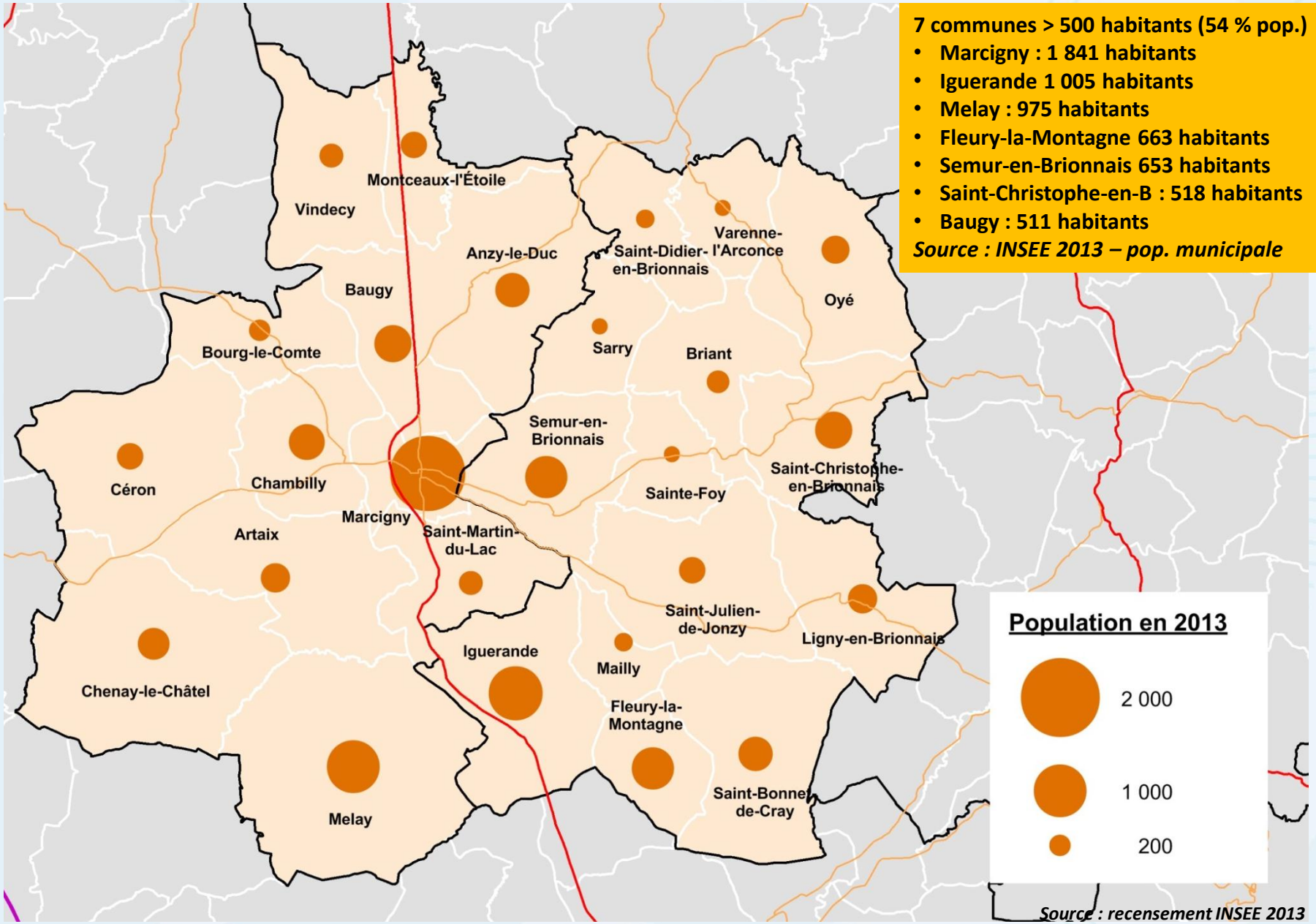
Lundi 5 décembre 2016

Faire avancer toutes les envies d'entreprendre

LES DONNEES SOCIOECONOMIQUES

26 communes - 11 455 habitants – 5 072 ménages

CCI SAÔNE-ET-LOIRE



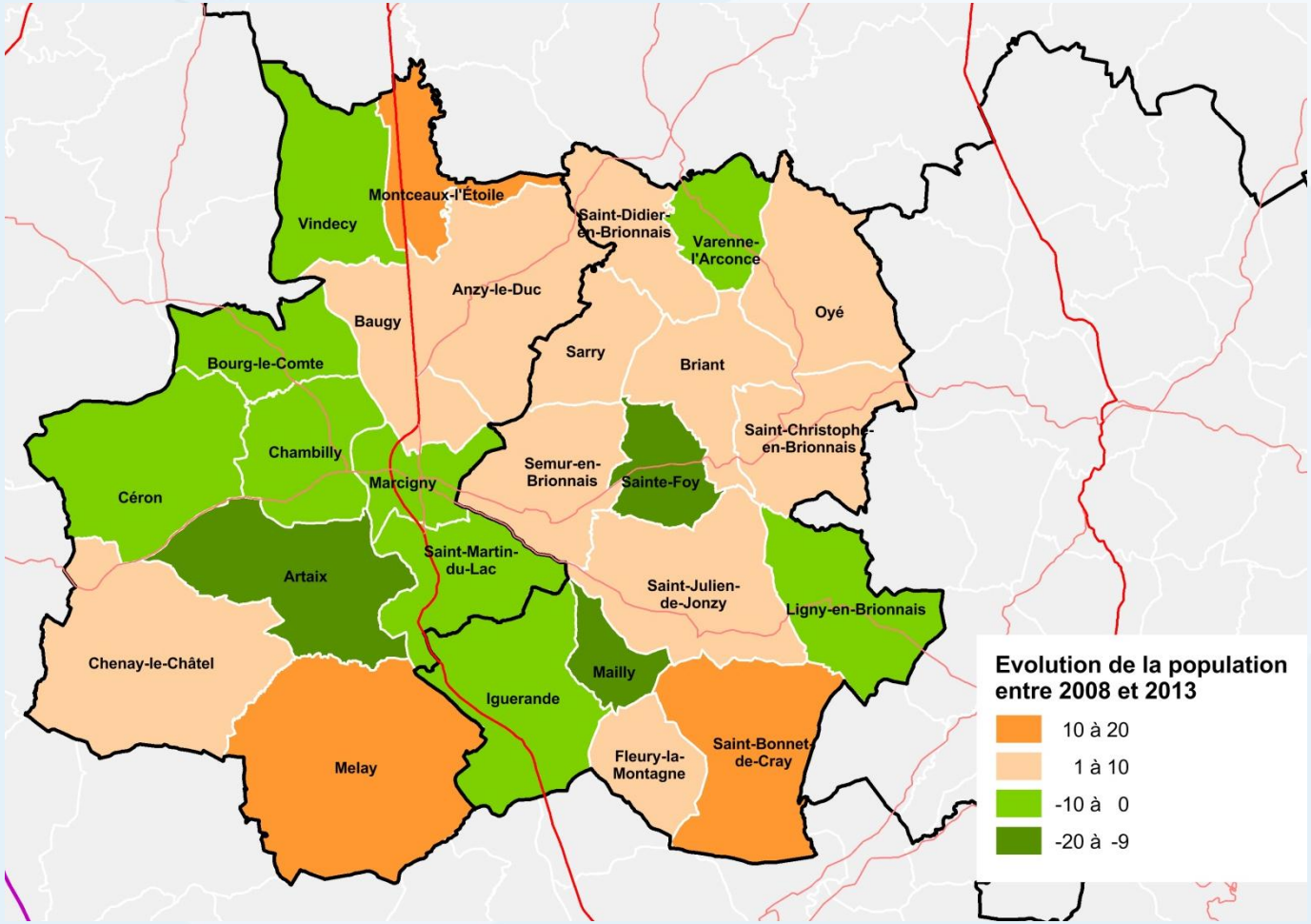
7 communes > 500 habitants (54 % pop.)

- **Marcigny : 1 841 habitants**
- **Iguerande 1 005 habitants**
- **Melay : 975 habitants**
- **Fleury-la-Montagne 663 habitants**
- **Semur-en-Brionnais 653 habitants**
- **Saint-Christophe-en-B : 518 habitants**
- **Baugy : 511 habitants**

Source : INSEE 2013 – pop. municipale

Source : recensement INSEE 2013

Une évolution démographique positive entre 2008 et 2013 : un territoire attractif (plus d'arrivées que de départs)



CC Marcigny : + 20 habitants

↘ - 0,3 % d'habitants

↗ + 2 % de ménages

CC Semur-en-B : + 157 habitants

↗ + 3 % d'habitants

↗ + 4 % de ménages

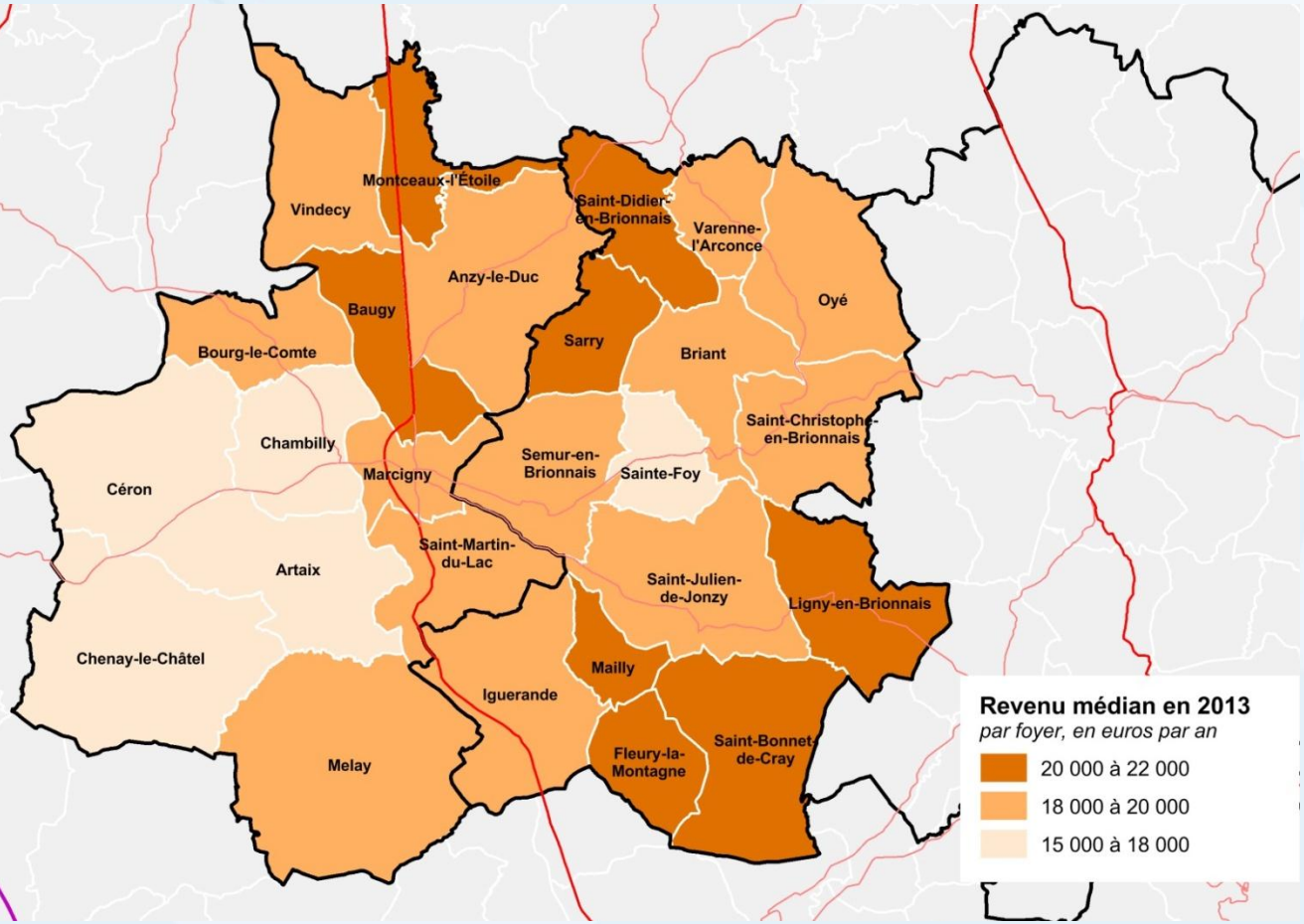
Saône-et-Loire :

↗ + 1 % d'habitants

↗ + 2 % de ménages

Source : recensement INSEE 2013

Un revenu fiscal médian supérieur à la moyenne départementale



Part des ménages fiscaux imposables

- **CC de Marcigny : 46,3 %**
- **CC Semur-en-Brionnais : 54,2 %**
- **Saône-et-Loire : 54,8 %**
- **France métropolitaine : 58,2 %**

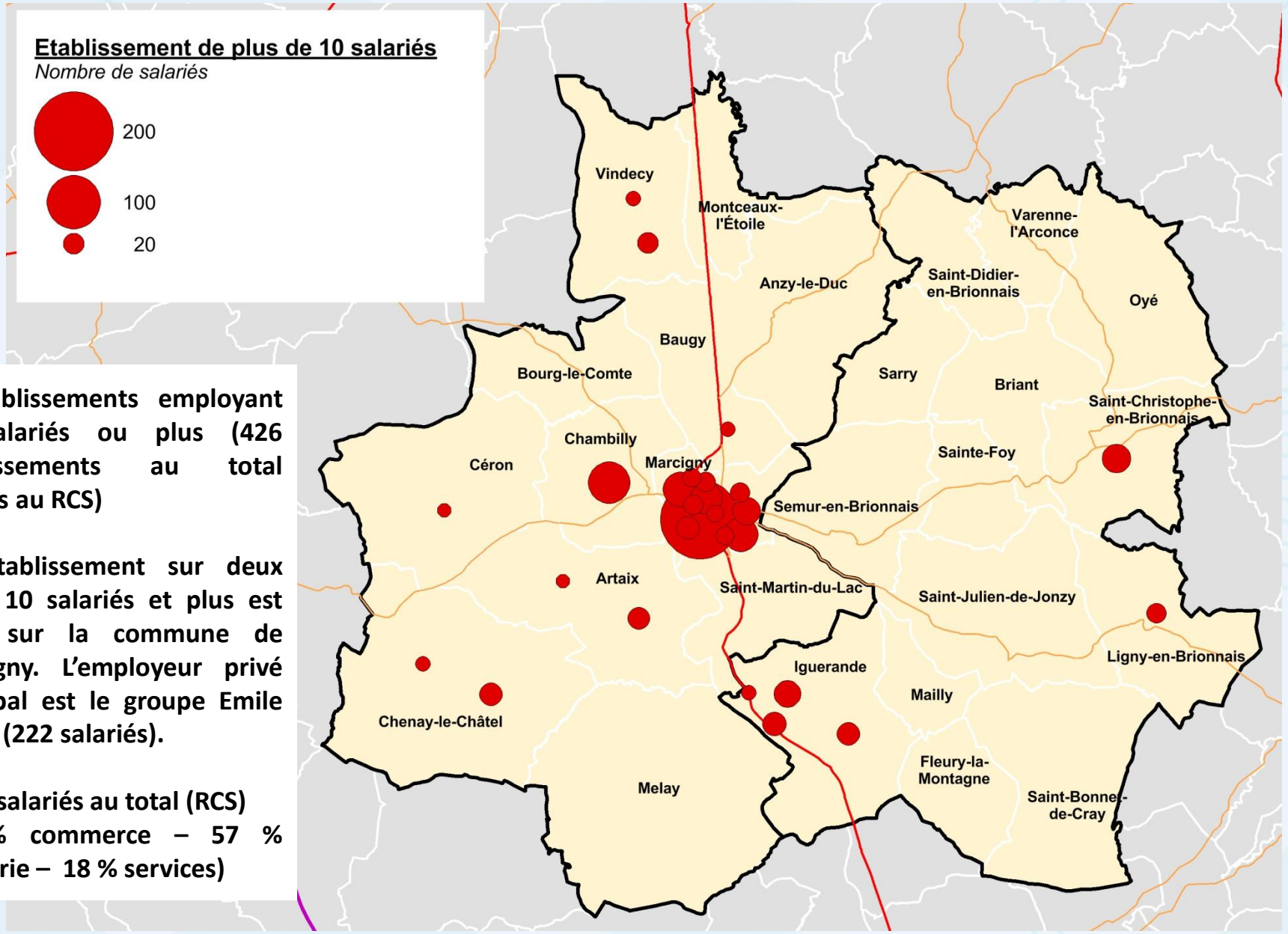
Revenu médian disponible

- **CC de Marcigny : 18 490 €**
- **CC Semur-en-Brionnais : 19 420 €**
- **Saône-et-Loire : 19 360 €**
- **France métropolitaine : 20 180 €**

Source : recensement INSEE 2013

Un tissu d'entreprises concentré (source : fichier RCS)

CCI SAÔNE-ET-LOIRE

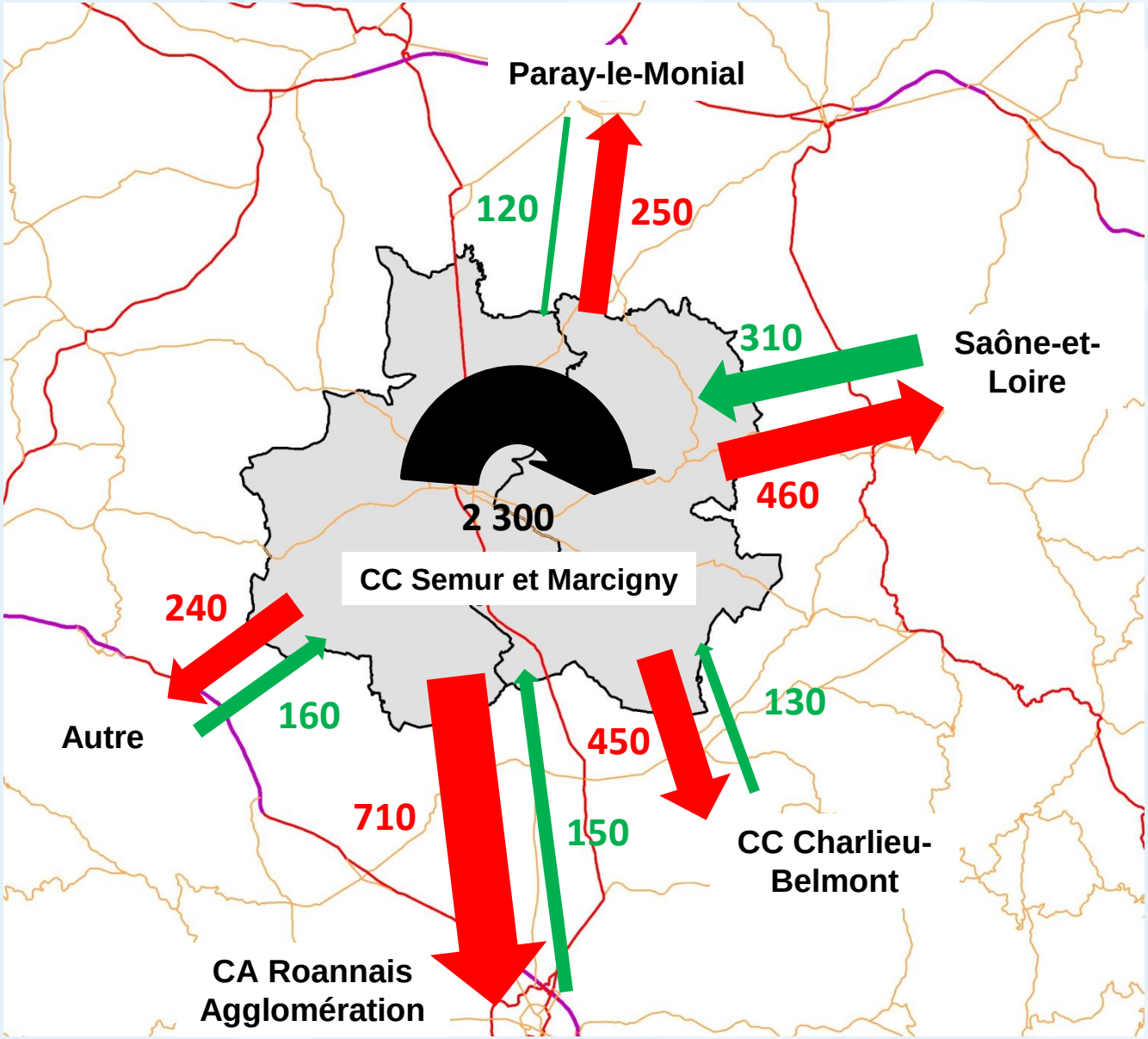


27 établissements employant 10 salariés ou plus (426 établissements au total inscrits au RCS)

Un établissement sur deux ayant 10 salariés et plus est situé sur la commune de Marcigny. L'employeur privé principal est le groupe Emile Henry (222 salariés).

1 300 salariés au total (RCS) (25 % commerce – 57 % industrie – 18 % services)

Les principales migrations domicile-travail
Forte attractivité de l'agglomération roannaise



Un territoire résidentiel : moins d'emplois que d'actifs.

Les actifs sortants sont plus nombreux que les actifs entrant sur le territoire.

5 communes font partie du bassin de vie de Charlieu :

- **Fleury-la-Montagne**
- **Iguerande**
- **Ligny-en-Brionnais**
- **Mailly**
- **St-Bonnet-de-Cray**

Source Insee 2013

Source : recensement INSEE 2013

Répartition de la population par catégorie socioprofessionnelle en 2013 et son évolution entre 2008 et 2013

CCI SAÔNE-ET-LOIRE

- 39 % de la population de 15 ans ou plus étaient retraités en 2013
- Une progression importante des professions intermédiaires (+ 24 %)

Catégorie socioprofessionnelle	Ensemble	Répartition	Evolution 2008/2013	Saône-et-Loire	France
Professions intermédiaires	1 015	11%	24%	12%	14%
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	491	5%	17%	4%	3%
Retraités	3 650	39%	5%	34%	27%
Cadres et professions intellectuelles supérieures	391	4%	4%	5%	9%
Employés	1 379	15%	-1%	15%	17%
Agriculteurs exploitants	378	4%	-9%	2%	1%
Autres personnes sans activité professionnelle	959	10%	-11%	13%	16%
Ouvriers	1 196	13%	-22%	16%	13%
Ensemble	9 457	100%	-0,3%	100%	100%

Source : recensement INSEE 2013

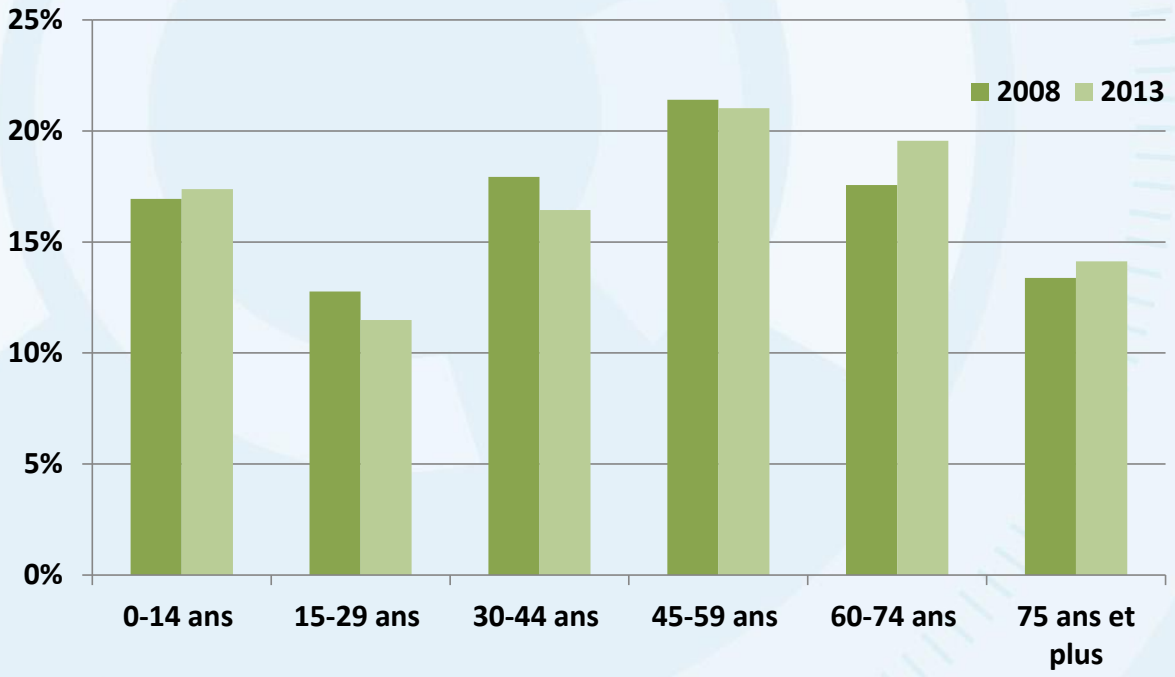
Répartition de la population par tranches d'âges

CCI SAÔNE-ET-LOIRE

Tranches d'âge	Ensemble %	Saône-et-Loire %	France %
0 à 19 ans	22	22	24
20 à 64 ans	52	56	57
65 ans et plus	26	22	19
Ensemble	100	100	100

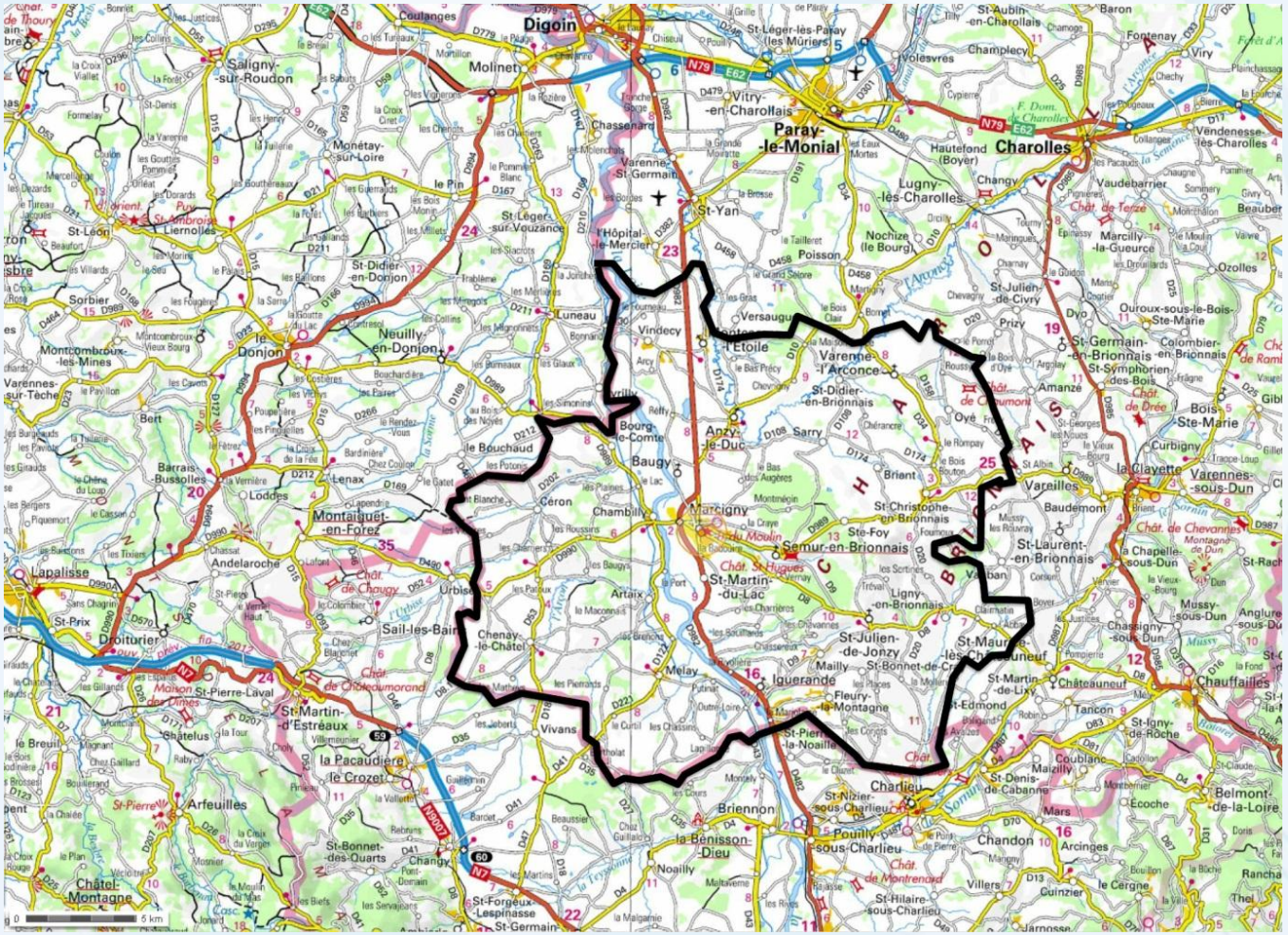
Une population plus âgée que la moyenne départementale

Un vieillissement de la population observé entre 2008 et 2013



Source : recensement INSEE 2013

L'OFFRE ET LA DEMANDE COMMERCIALES



Un observatoire des flux de consommation

CCI SAÔNE-ET-LOIRE

La CCI de Saône-et-Loire dispose d'un observatoire sur la consommation des ménages.

Au printemps 2015, une enquête de consommation a été réalisée auprès d'un panel départemental de 2 044 ménages répartis dans 64 bassins de consommation, permettant de recueillir 56 800 actes d'achat recueillis sur le département et 13 700 actes d'achat recueillis dans des bassins de consommation limitrophes (Allier, Rhône, Loire, Ain et Jura).

922 actes d'achat ont été collectés sur les CC de Marcigny et Semur-en-Brionnais.

Deux précisions importantes :

- **L'apport de la clientèle touristique et de la clientèle de passage n'est pas mesuré**
- **Les soins à la personne et l'activité des cafés-hôtels-restaurants ne sont pas compris dans le périmètre de l'enquête.**

5 familles de produits – 38 produits de consommation courante

CCI SAÔNE-ET-LOIRE

ALIMENTAIRE
01 - FRUITS ET LEGUMES FRAIS
02 - PAIN, PATISSERIE FRAICHE
03 - CHARCUTERIE, PLATS CUISINES, VIANDE, VOLAILLE
04 - POISSON FRAIS CRUSTACES
05 - EPICERIE, BOISSONS NON ALCOOLISEES
06 - LAIT, OEUF, PRODUITS LAITIERS, FROMAGE, BEURRE
07 - PRODUITS SURGELES
08 - CHOCOLAT, CONFISERIE, CAFE, THE
09 - BOISSONS ALCOOLISEES

EQUIPEMENT DE LA PERSONNE
10 - HABILLEMENT ENFANTS 2-12 ANS DONT LAYETTE PUERICULTURE
11 - HABILLEMENT FEMMES (DONT 13-18 ANS)
12 - HABILLEMENT HOMMES (DONT 13-18 ANS)
13 - SOUS-VETEMENTS LINGERIE HOMMES ET FEMMES
14 - CHAUSSURES DE VILLES ADULTES, ENFANTS, ADOS
15 - HORLOGERIE, BIJOUTERIE
16 - ACCESSOIRES D HABILLEMENT, BIJOUTERIE FANTAISIE
17 - MAROQUINERIE, BAGAGES, ACCESSOIRES, ARTICLES DE VOYAGES
18 - VETEMENTS ET CHAUSSURES DE SPORT

HYGIENE, SANTE
19 - PRODUITS DE TOILETTE ET HYGIENE
20 - PRODUITS DE BEAUTE/PARFUMERIE
21 - OPTIQUE

EQUIPEMENT DE LA MAISON
22 - MOBILIER LITERIE
23 - ELECTROMENAGER
24 - BRICOLAGE ET REVETEMENTS MURS ET SOLS
25 - LINGE DE MAISON, TISSU AMEUBLEMENT
26 - ARTICLES DE DECORATION, LUMINAIRES, VAISSELLE, ART DE LA TABLE, USTENSILES DE CUISINE
27 - PRODUITS D ENTRETIEN
28- APPAREILS TV, RADIO, HIFI, VIDEO, MUSIQUE
29 - TELEPHONIE, MICRO-INFORMATIQUE, BUREAUTIQUE, SUPPORTS ENREGISTREMENTS
30 - JARDINERIE, BRICOLAGE EXTERIEUR, PLANTES D'EXTERIEUR

CULTURE-LOISIRS
31 - FLEURS, PLANTES EN POTS D INTERIEURS
32 - ANIMALERIE (ALIMENTATION, ACCESSOIRES …)
33 - ARTICLES DE SPORT
34 - JEUX, JOUETS, CONSOLES VIDEO
35 - CD, DVD, BLUE RAY ET TELECHARGEMENT EN LIGNE (LEGAL)
36 - LIVRES ET BANDES DESSINEES
37 - REVUES, MAGAZINES, JOURNAUX
38 - PAPETERIE ET ARTICLES DE BUREAU

Lors d'une enquête téléphonique d'une durée d'environ 30 minutes, il est demandé à la personne interrogée d'indiquer son dernier acte d'achat par produit effectué par elle ou une personne de son foyer et d'en indiquer le montant, le point de vente et le lieu.

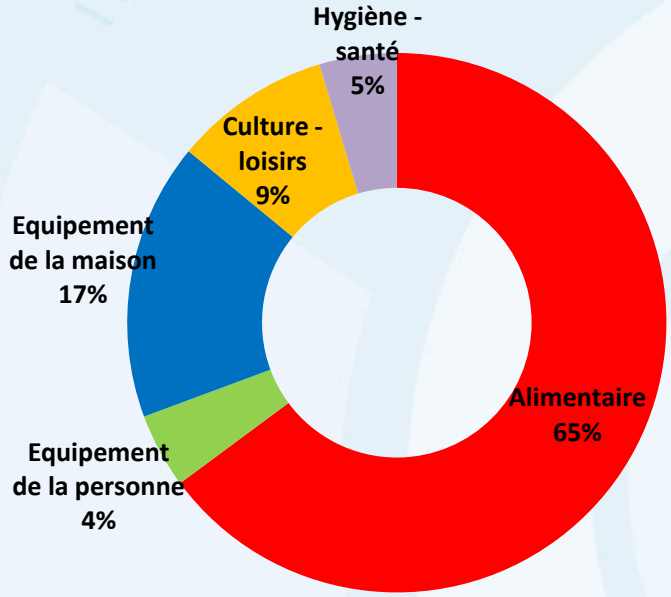
CCI SAÔNE-ET-LOIRE

L'ACTIVITE COMMERCIALE DES POINTS DE VENTE SITUES SUR LES CC DE SEMUR-EN-BRIONNAIS ET DE MARCIGNY

CC Marcigny et Semur :
Un niveau d'activité commerciale estimé à 27 M€

CCI SAÔNE-ET-LOIRE

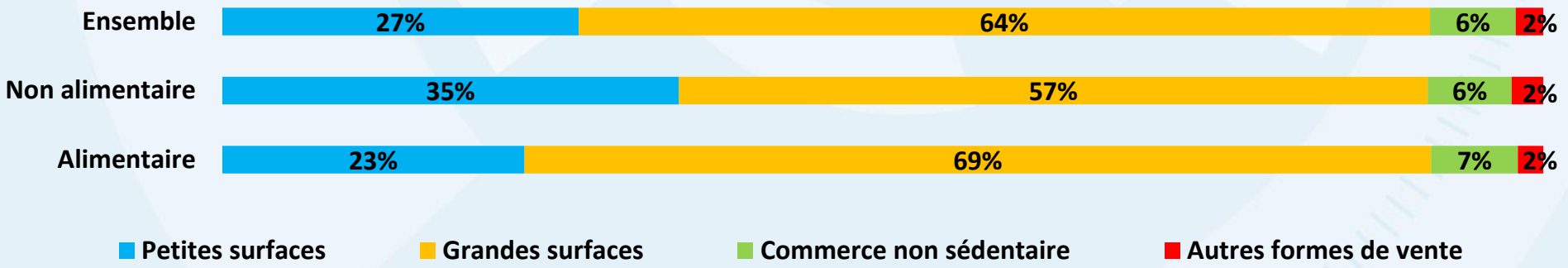
Chiffre d'affaires par famille de produits



L'activité commerciale est concentrée sur la commune de Marcigny : 23 M€ soit 85 % de l'activité commerciale totale.

Entre 2010 et 2015, le niveau d'activité commerciale a augmenté de 6 %, soit une hausse de 1,5 M€.

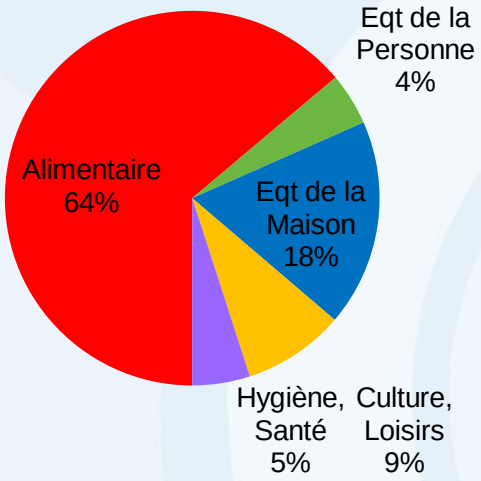
Répartition du chiffre d'affaires par forme de vente et catégorie de produits



** Ce chiffre d'affaires ne prend pas en compte les services et CHR ainsi que la part du tourisme et de la clientèle de passage.*

Le pôle commercial de Marcigny

Une activité commerciale estimée en 2015 à 23 M€



Formes de vente	Total	
	En M€	%
Commerce - 300m²	4	18 %
Grandes surfaces	18	76 %
Commerce non sédentaire	1	5 %
Autres	0	1 %
Total	23	100%

- **Entre 2010 et 2015, le chiffre d'affaires de Marcigny est en progression de 3 M€ soit 16%.**
- **En proportion, on note que le chiffre d'affaires est réalisé majoritairement par les grandes surfaces alimentaires.**
- **La part du commerce de moins de 300 m² est dans la fourchette haute des valeurs observées dans des pôles comparables.**

CCI SAÔNE-ET-LOIRE

L'OFFRE COMMERCIALE SUR LES CC DE SEMUR-EN-BRIONNAIS ET DE MARCIGNY

CCI SAÔNE-ET-LOIRE

L'OFFRE COMMERCIALE DE 300 M² ET PLUS

5 surfaces commerciales ayant une surface de vente de 300 m² et plus pour un plancher commercial total de 6 230 m² et situées sur la zone Saint-Nizier à Marcigny.

Famille de produits	m²	%
Alimentaire	3 280	52,7 %
Bricolage - jardinage	2 650	42,5 %
Equipement de la personne	300	4,8 %
Total	**6 230**	**100 %**

Il faut noter la présence d'un magasin à l'enseigne PULSAT (150 m²)

Alimentaire

- Bi1 (2 500 m²)

+ 800 m² et changement d'enseigne en 2016

- ALDI (780 m²)

Bricolage / Jardinerie

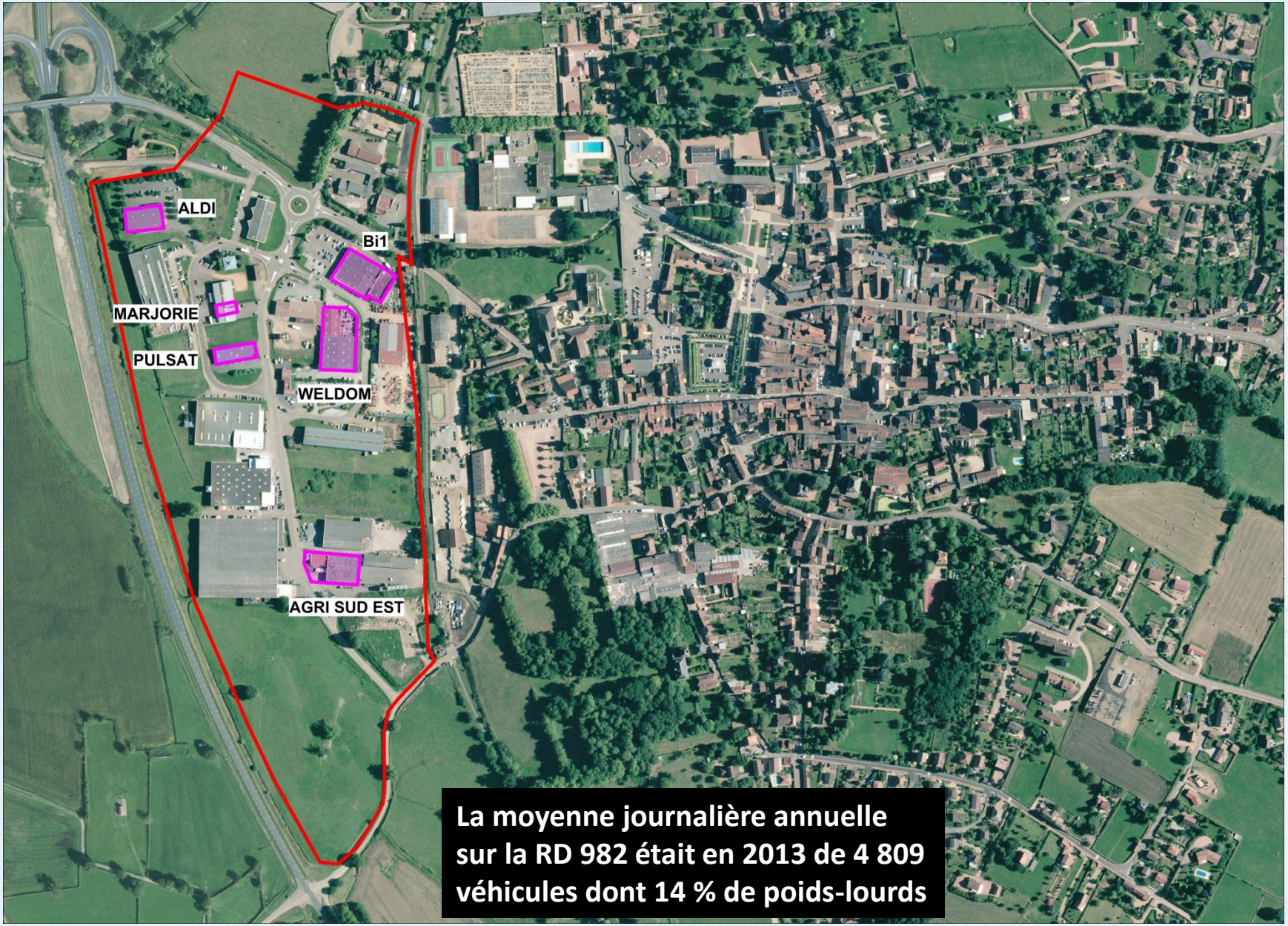
- Weldom (2 000 m²)
- Agri Sud Est (650 m²)

Equipement de la personne - chaussures

- Marjorie (300 m²)

La zone de Saint-Nizier à Marcigny (23 hectares)

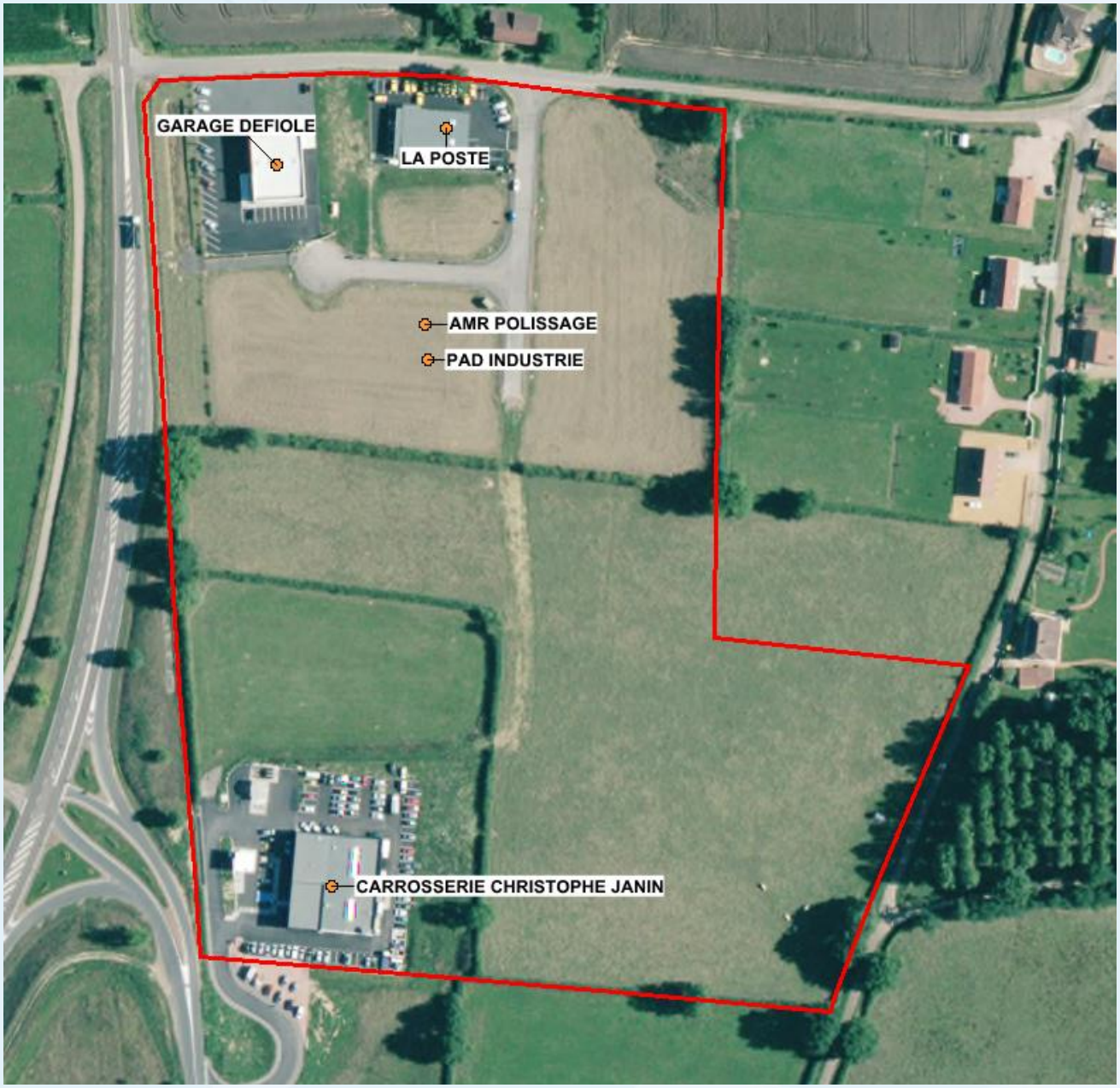
CCI SAÔNE-ET-LOIRE



La moyenne journalière annuelle sur la RD 982 était en 2013 de 4 809 véhicules dont 14 % de poids-lourds

La zone du Champêtre à Baugy (7 hectares)

CCI SAÔNE-ET-LOIRE



Zone intercommunale créée en 2013 proche de l'axe routier RD 982 reliant Paray à Roanne.

Une extension du site a eu lieu en 2016 portant sur 4 hectares viabilisés soit une quinzaine de parcelles entre 1 200 et 4 000 m².

La Communauté de Communes étudie la possibilité de construire un deuxième atelier partagé.

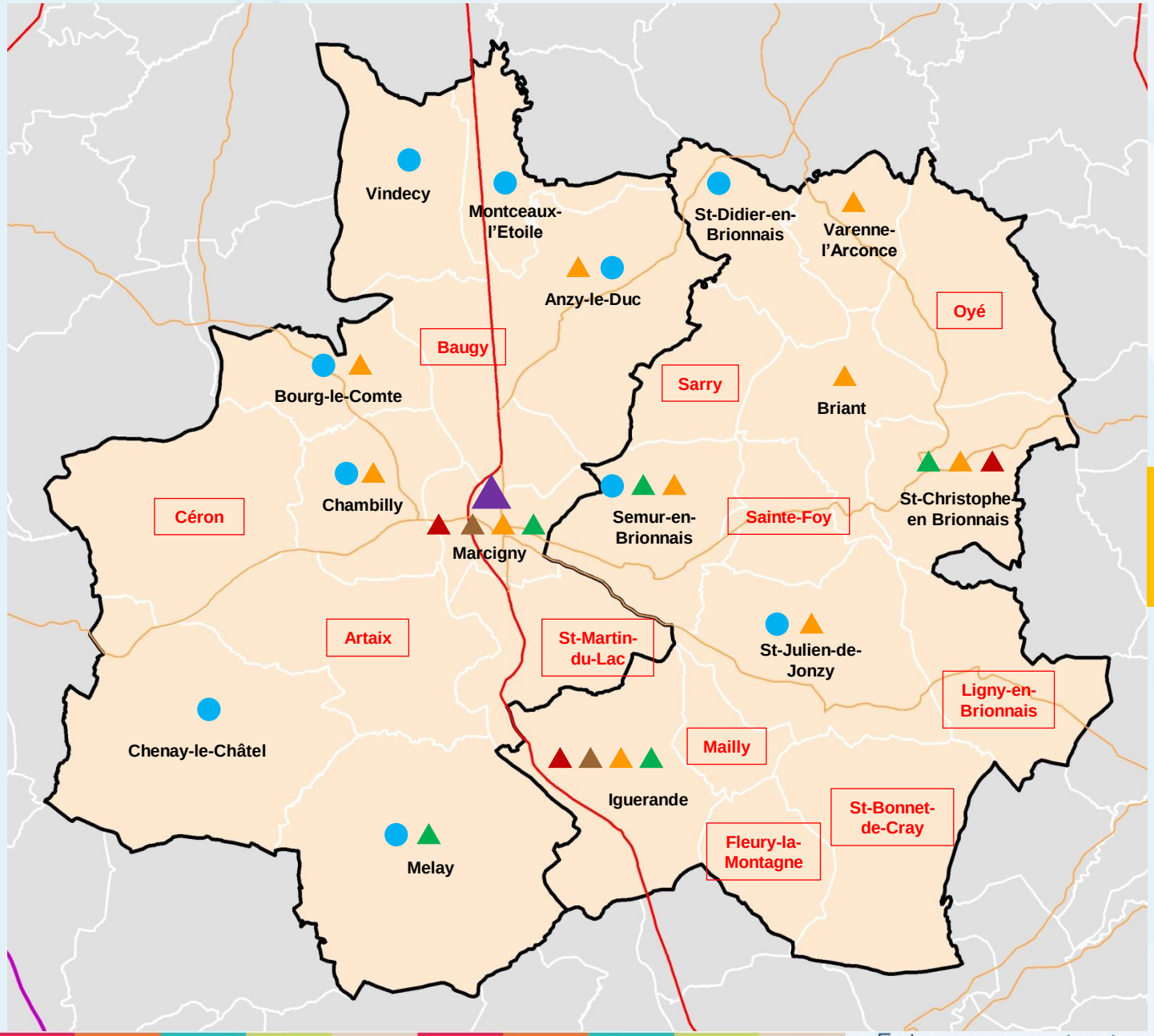
Dans le document d'aménagement commercial du SCOT du Pays Charolais-Brionnais approuvé le 30 octobre 2013, la zone de Baugy a été identifiée comme zone d'activité commerciale (ZACOM).

CCI SAÔNE-ET-LOIRE

L'OFFRE COMMERCIALE DE - 300 M² ET PLUS

Une offre concentrée sur la commune de Marcigny

CCI SAÔNE-ET-LOIRE



Marcigny

St-Christophe-en-Brionnais

La moyenne d'âge des commerçants est de 49 ans.
10 commerçants sont âgés de 54 ans ou plus

- Multi-activités
- Boulangerie
- Pâtisserie
- Alimentation
- Boucherie
- Supermarché

Commune — 11 communes sans offre

Evolution de l'offre commerciale entre 2006 et 2016 – CC Semur

CCI SAÔNE-ET-LOIRE

Stabilité de l'offre commerciale entre 2006 et 2016 sur les deux communautés de communes (source : RCS)

Disparition d'activités

Fleury la Montagne
- 2 commerces alimentaires
- 1 blanchisserie-teinturerie de détail

Iguerande
- 1 commerce de détail de fleurs

Saint-Bonnet-de-Cray
- 1 commerce de boissons

Semur-en-Brionnais
- 1 commerce d'alimentation générale
- 1 boucherie

Varenne l'Arconce
- 1 boulangerie

Créations d'activités

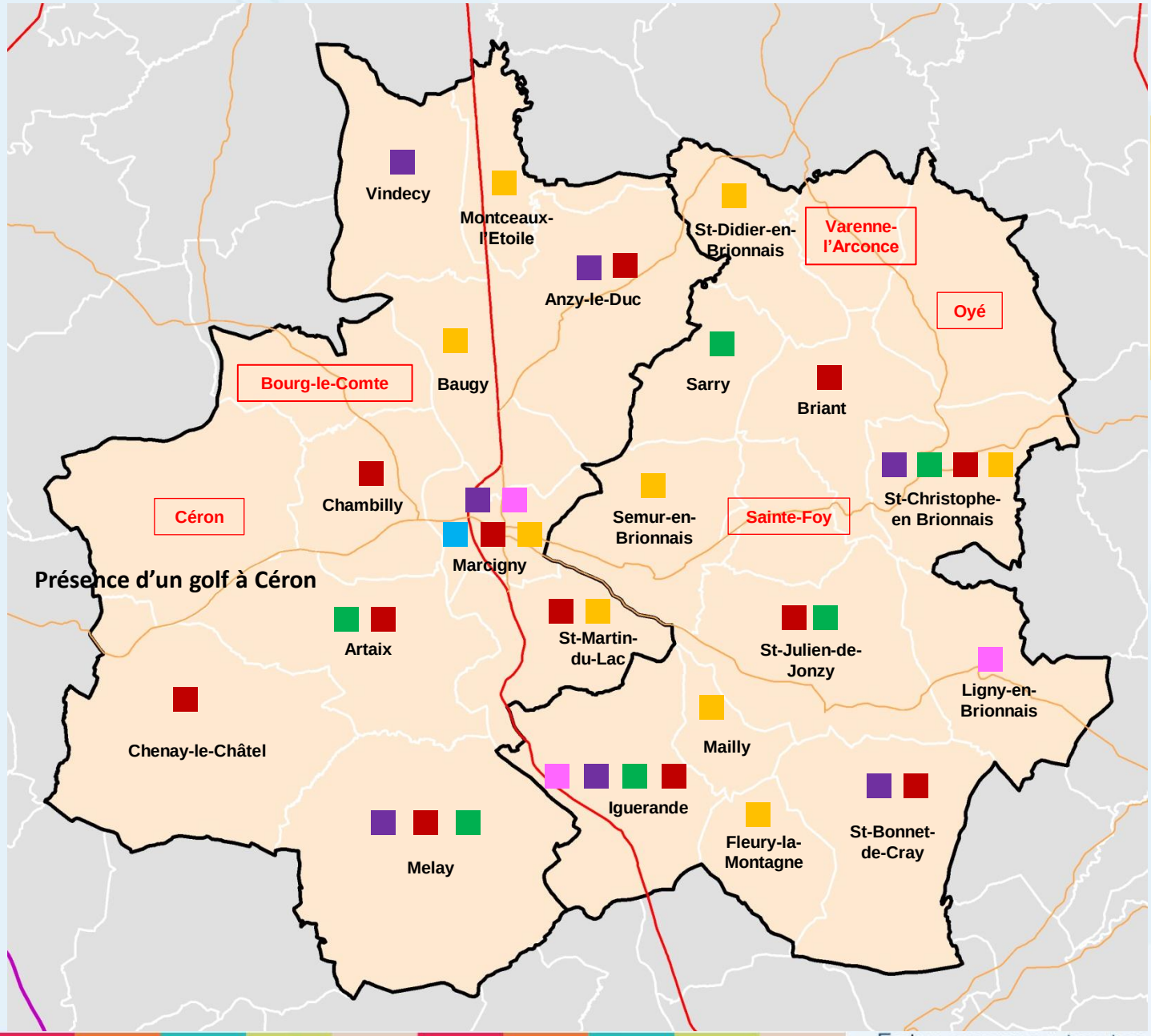
Iguerande
- 1 salon de coiffure
- 1 institut de soins de beauté

Saint-Julien-de-Jonzy
- 1 boulangerie

Semur-en-Brionnais
- 1 commerce alimentaire spécialisé
- 1 salon de coiffure

La présence de services de proximité (source : fichiers CCI / CMA)

CCI SAÔNE-ET-LOIRE



La moyenne d'âge des dirigeants est de 47 ans.

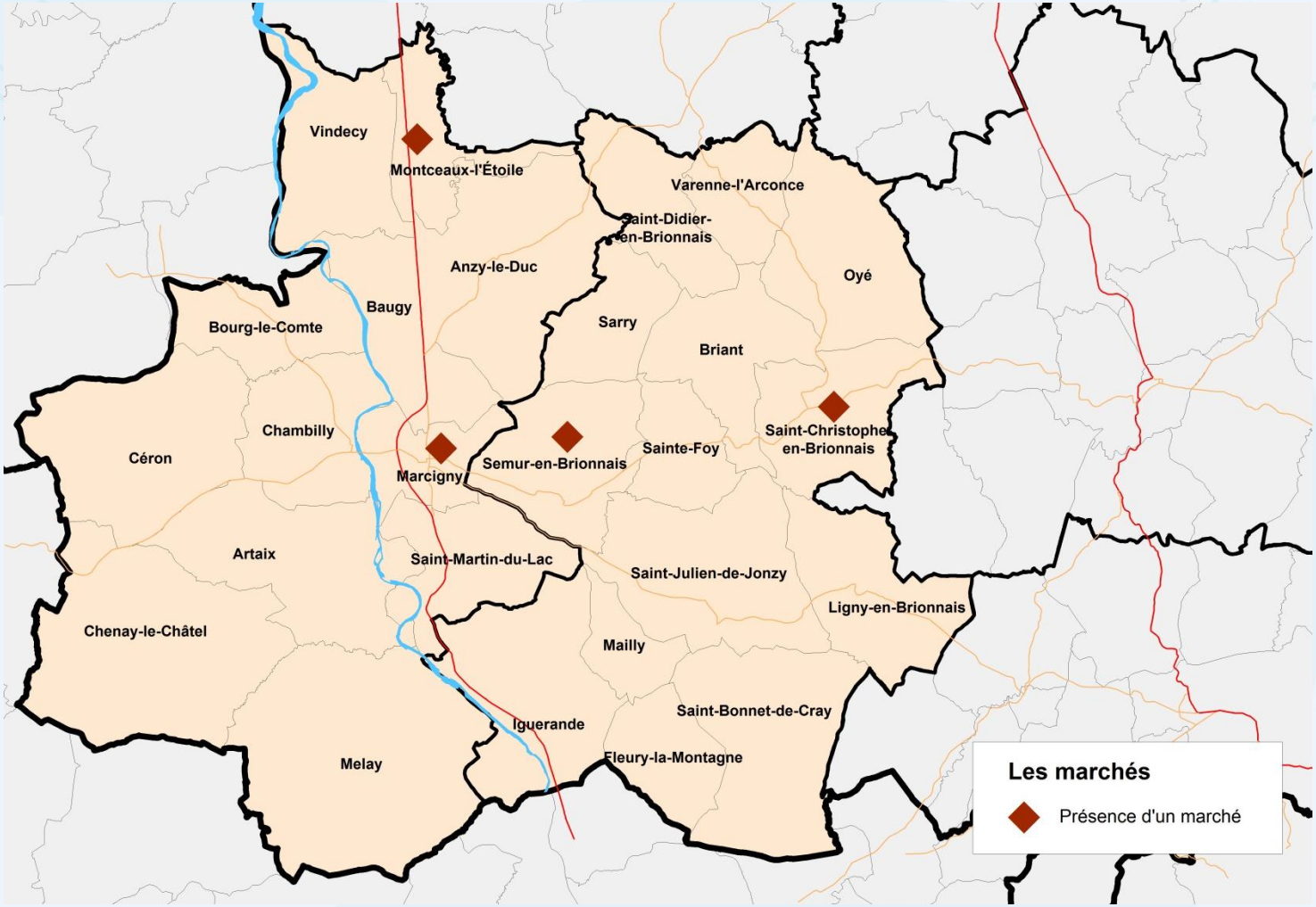
12 dirigeants sont âgés de 54 ans ou plus

- Restaurant
- Débit de boisson
- Hébergement
- Réparation et retouches
- Coiffure
- Soins beauté

Commune — 5 communes sans offre

Les marchés hebdomadaires

CCI SAÔNE-ET-LOIRE



Commune	marchés
MARCIGNY	lundi - 7h à 13h / 90 à 120 commerçants en basse saison et entre 120 et 150 en haute saison
MONTCEAUX-L'ETOILE	marché gourmand de producteurs - 1er dimanche du mois - de février à décembre
SAINT-CHRISTOPHE-EN-BRIONNAIS	marché couvert le mercredi
SEMUR-EN-BRIONNAIS	marché des produits du terroir tous les 2ème et 4ème dimanche de chaque mois

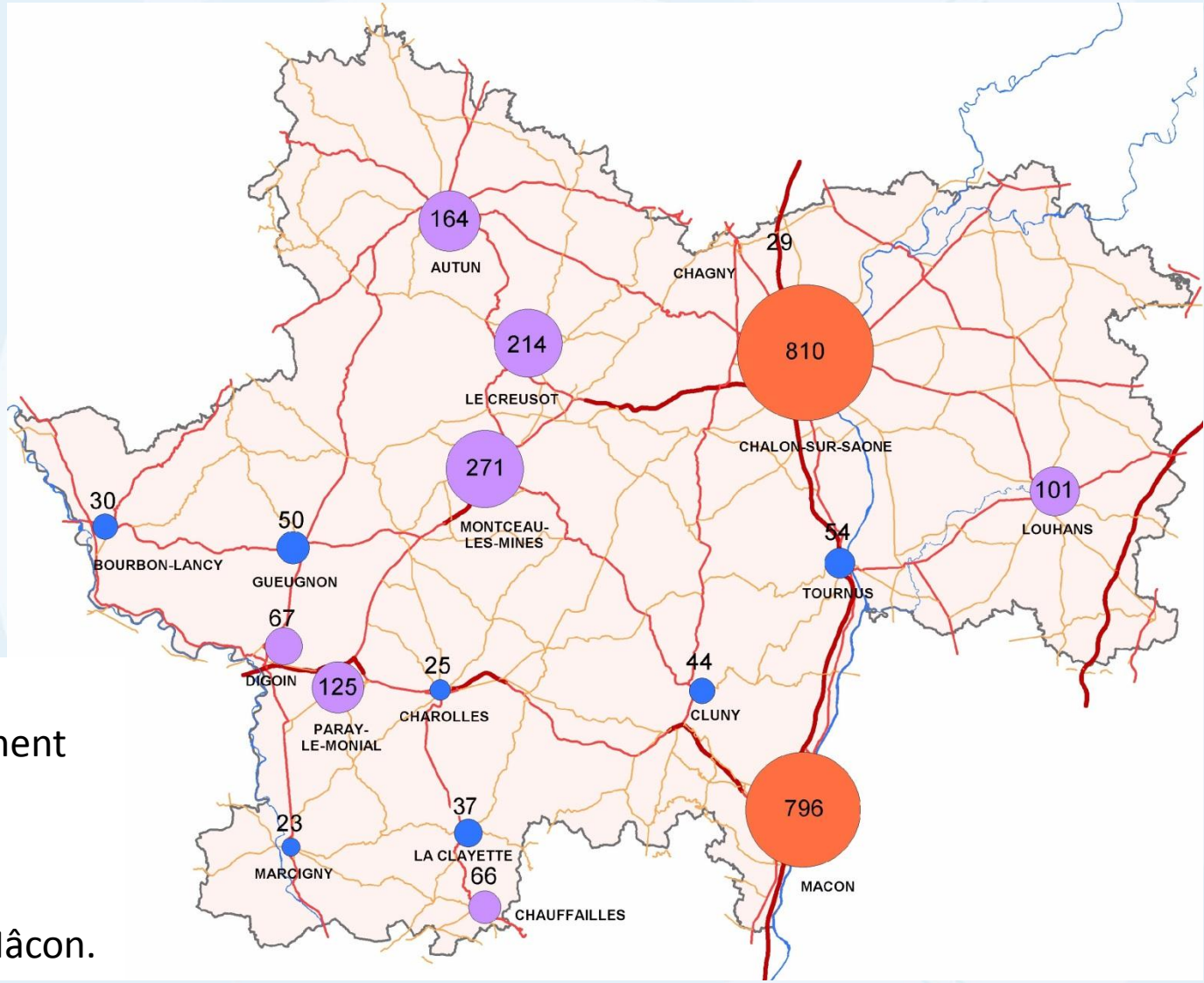
LES POLES COMMERCIAUX CONCURRENTS

Carte des pôles commerciaux de Saône-et-Loire

CCI SAÔNE-ET-LOIRE

17 pôles commerciaux en Saône-et-Loire :

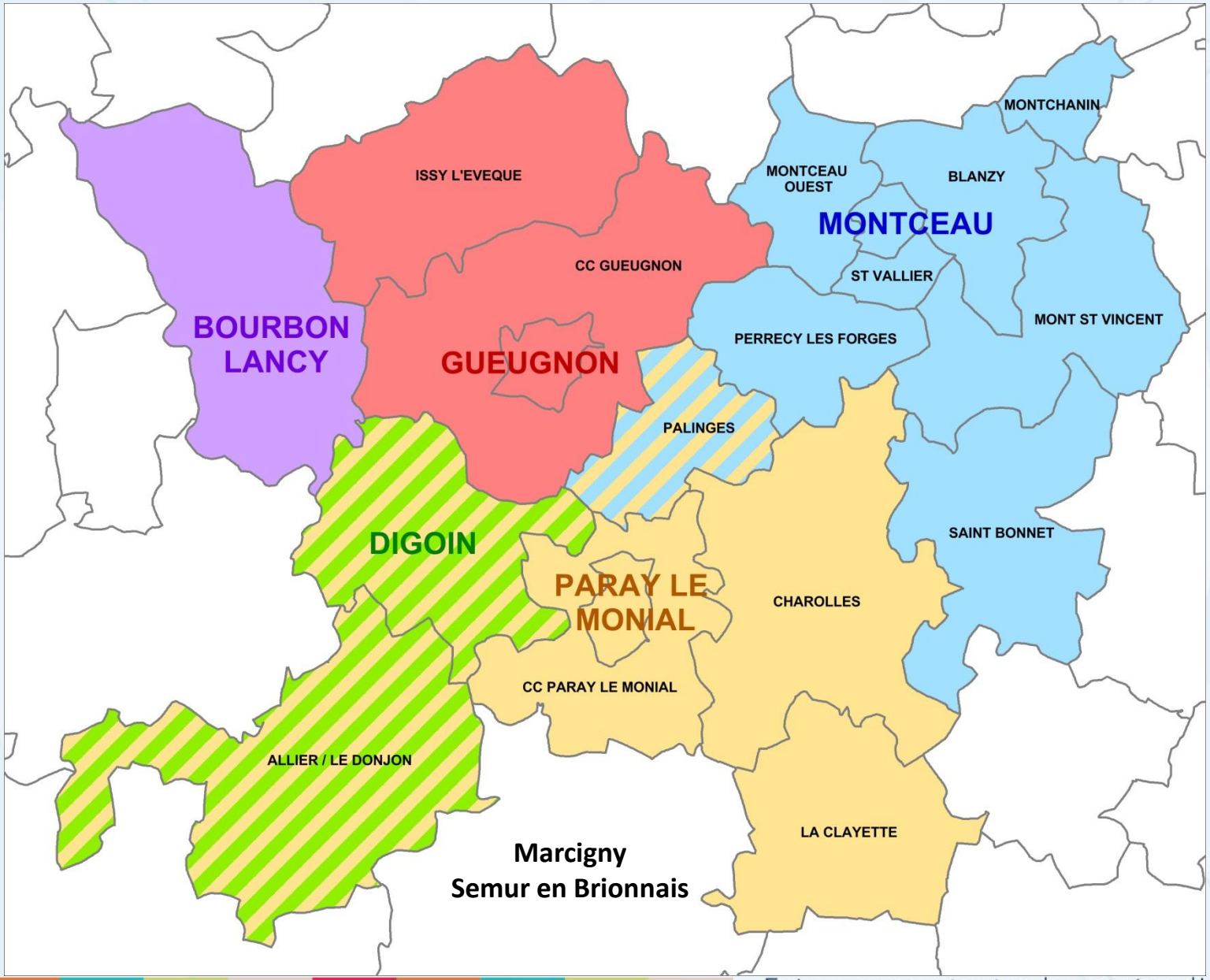
- **2 pôles principaux**
- **7 pôles secondaires**
- **8 pôles relais (entre 20 et 65 M€)**

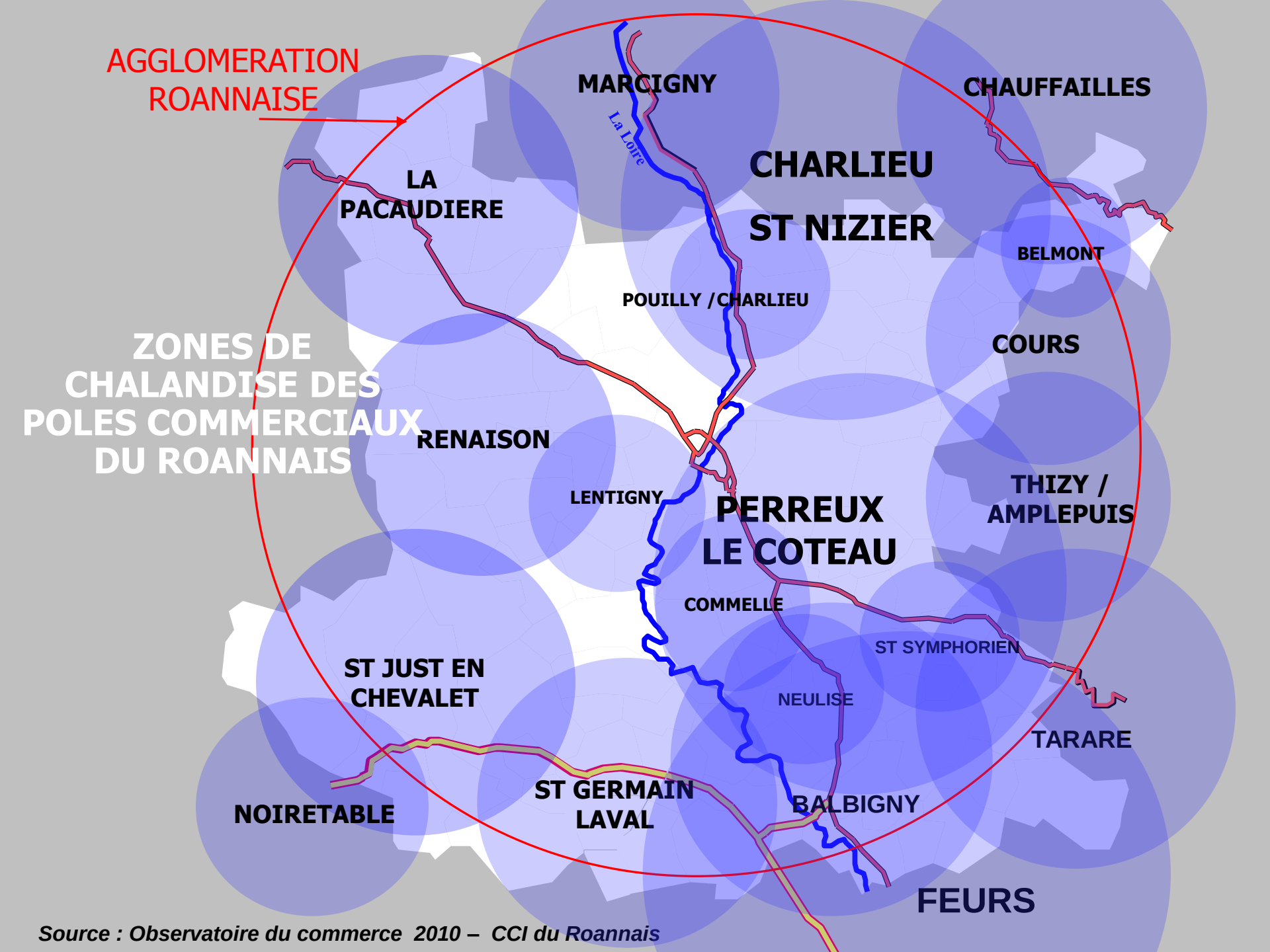


Le niveau d'activité commerciale du département est estimé à **3,3 milliards d'euros** dont la moitié est générée par les pôles de Chalon-sur-Saône et de Mâcon.

Les zones de chalandise des pôles commerciaux proches en S&L

CCI SAÔNE-ET-LOIRE



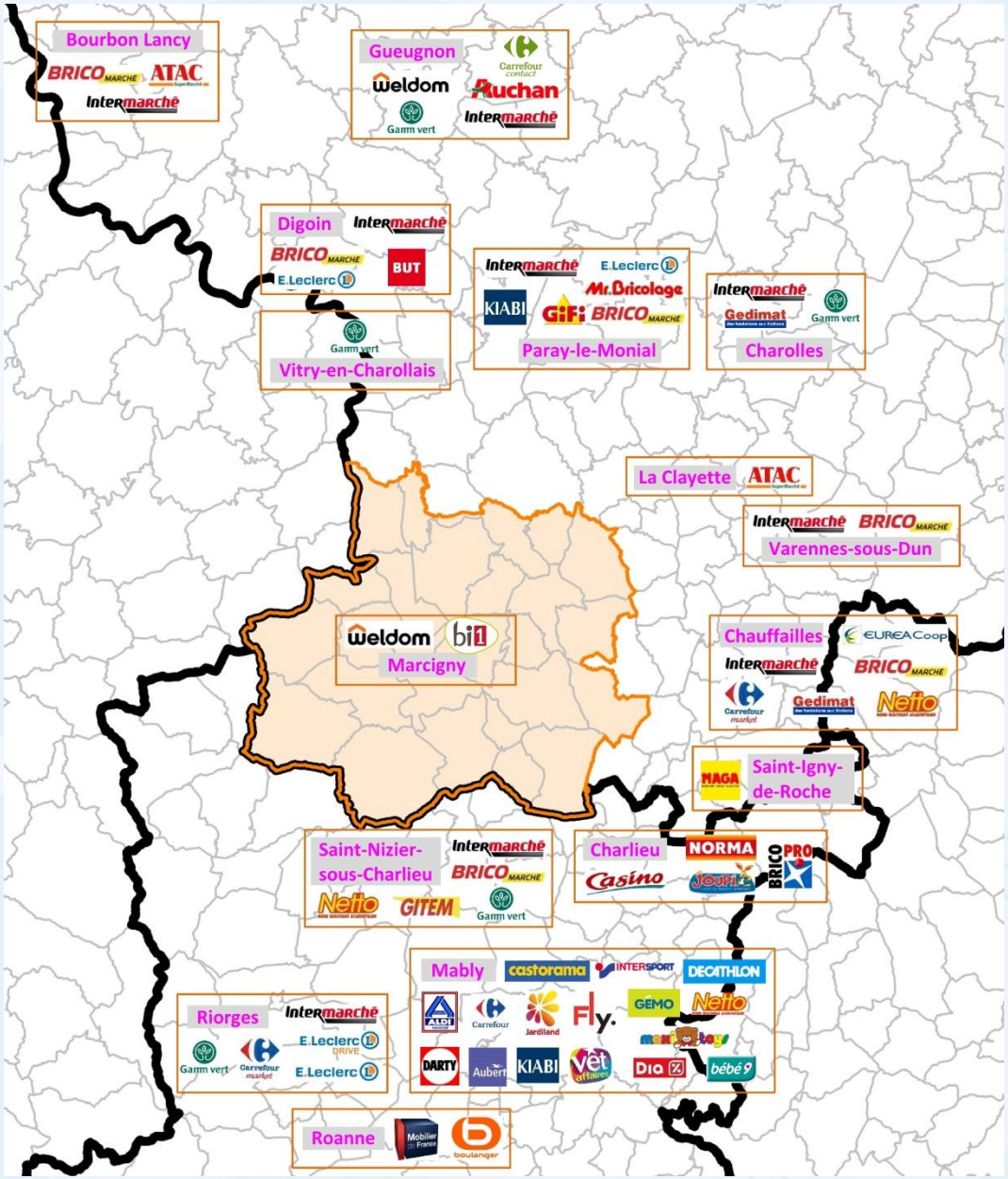


Source : Observatoire du commerce 2010 – CCI du Roannais

Localisation des enseignes commerciales de 1 000 m² et plus

CCI SAÔNE-ET-LOIRE

Les ouvertures d'enseignes en 2015 : Starjouet à Chauffailles en août 2015 (250 m²) et Jouéclub à Saint-Nizier-sous-Charlieu en septembre 2015 (500 m²)



CCI SAÔNE-ET-LOIRE

LA CONSOMMATION DES MENAGES RESIDANT DANS LES CC DE MARCIGNY/SEMUR

(5 197 ménages – 922 actes d'achat collectés en 2015)

Analyse des dépenses commercialisables

CCI SAÔNE-ET-LOIRE

Produits	DC / ménages (€)	%	DC / ménages (€)	%	% DC / ménages France
ALIMENTAIRE	5 844	48,5	6 146	49,6	47
EQT PERSONNE	1 622	13,5	1 645	13,3	15
EQT MAISON	2 610	21,7	2 654	21,5	22
CULTURE-LOISIRS	1 136	9,4	1 168	9,5	9
HYGIENE, SANTE	830	6,9	752	6,1	7
Total	**12 042**	**100**	**12 368**	**100**	**100**

SAONE-ET-LOIRE

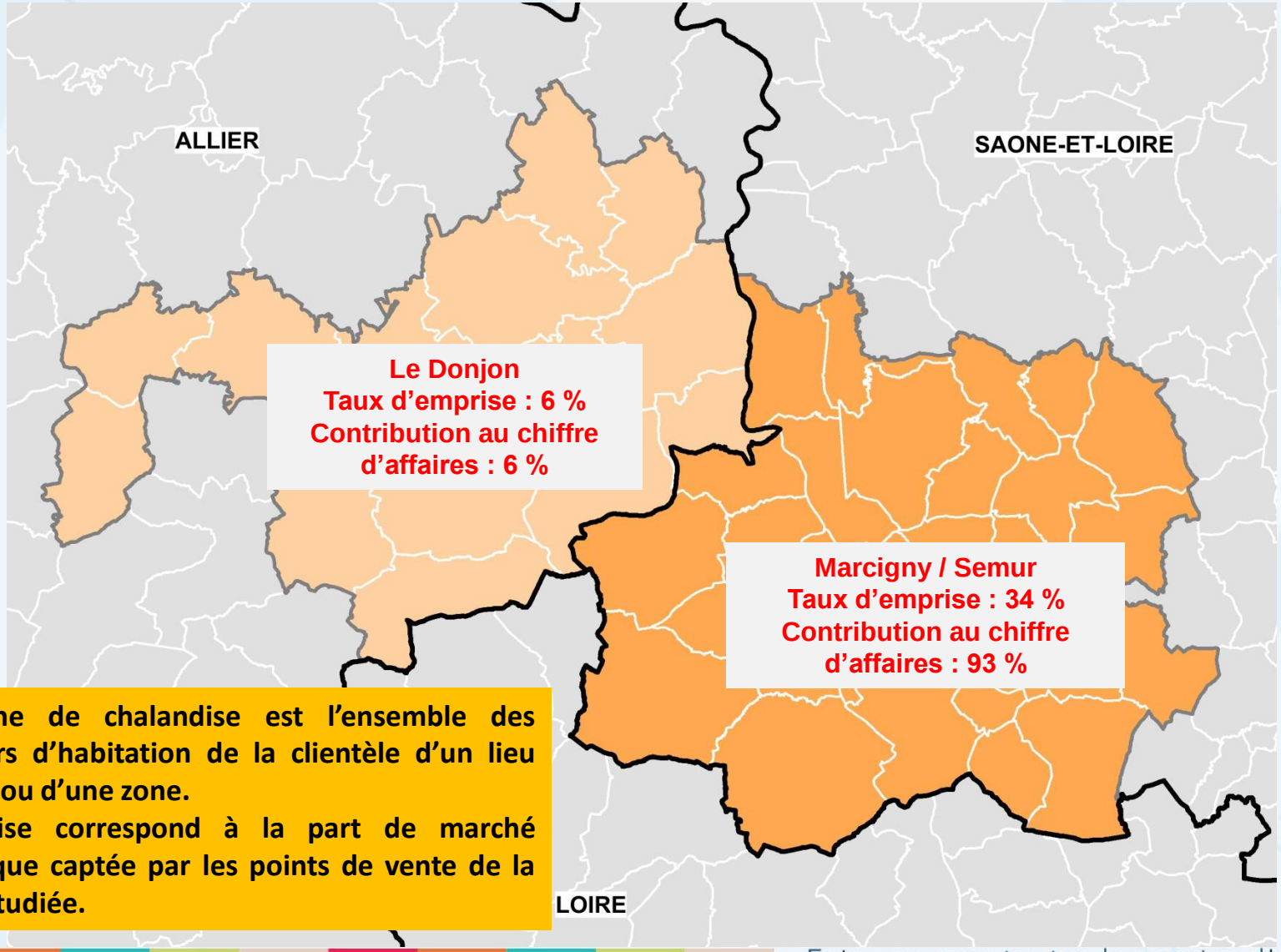
MARCIGNY-SEMUR

L'emprise des formes de vente / consommation des ménages

	Petits commerces	Grandes surfaces	Vente à distance	Commerce non sédentaire	Autres formes de vente
Alimentaire	13,0	80	1,8	3,4	1,7
Equipement de la personne	31,8	47,1	14,2	6,3	1,0
Equipement de la maison	18,0	73,8	6,7	0,5	1,0
Hygiène santé	37,9	51,2	8,5	0,0	2,4
Culture-Loisirs	38,5	54,0	5,5	0,1	1,9
Ensemble	**20,6**	**70,1**	**5,3**	**2,6**	**1,5**

Au niveau départemental, les comportements d'achats des ménages sont plutôt orientés vers les grandes surfaces (76 % des dépenses tous produits confondus soit 5 points de plus par rapport à la moyenne nationale)

Une zone de chalandise estimée en 2015 à 11 800 habitants



La zone de chalandise est l'ensemble des secteurs d'habitation de la clientèle d'un lieu donné ou d'une zone.
L'emprise correspond à la part de marché théorique captée par les points de vente de la zone étudiée.

LES PRINCIPALES DESTINATIONS DES DEPENSES DE CONSOMMATION EN 2015

Un potentiel de consommation estimé à 64 M€

Une consommation sur place estimée à 25 M€

Une évasion commerciale estimée à 39 M€

922 actes d'achat déclarés par les ménages résidant sur les CC de Marcigny et Semur ont été ainsi analysés.

Ne sont indiquées sur les cartes que les principales destinations d'achat.

Où vont consommer les ménages pour l'ensemble des achats ?

CCI SAÔNE-ET-LOIRE

Un potentiel de consommation estimé à 64 M€

61 % des achats se font en dehors du territoire

Une évasion estimée à 39 M€

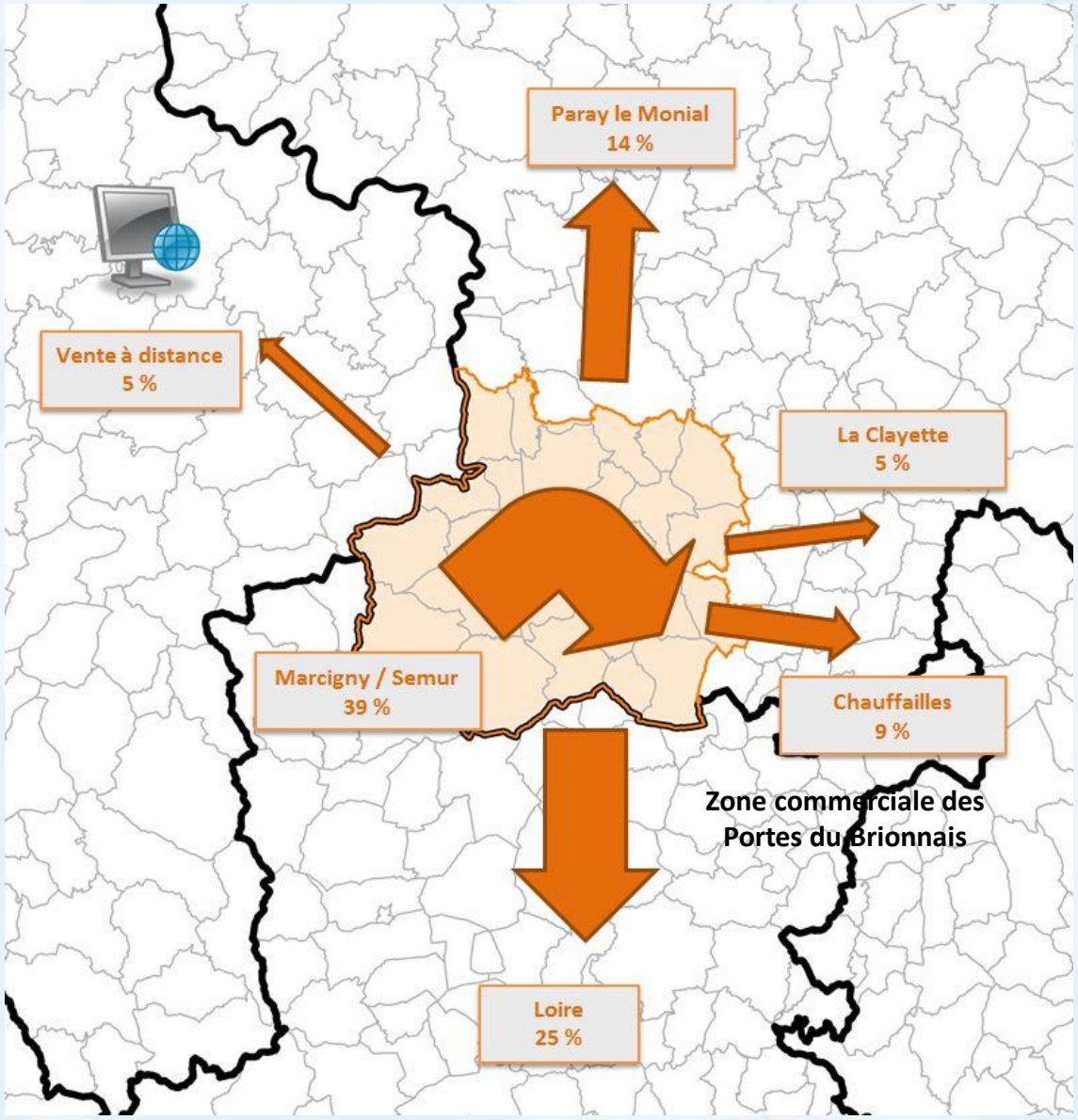
Grandes surfaces : 70 % (76 % en S&L)
Petit commerce : 20 %

25 % du potentiel de consommation s'évade en direction des pôles commerciaux du Roannais :

- **Saint-Nizier-sous-Charlieu (Zone de Tigny)**
- **Mably (centre commercial Carrefour)**
- **Roanne (enseignes en centre-ville)**

Tendances 2010/2015 :

- **Baisse de l'attraction roannaise et parodienne**
- **Hausse de la dépense sur le territoire**
- **Hausse des achats à distance (internet)**
- **Des nouvelles destinations**



Achats alimentaires : Où vont consommer les ménages ?

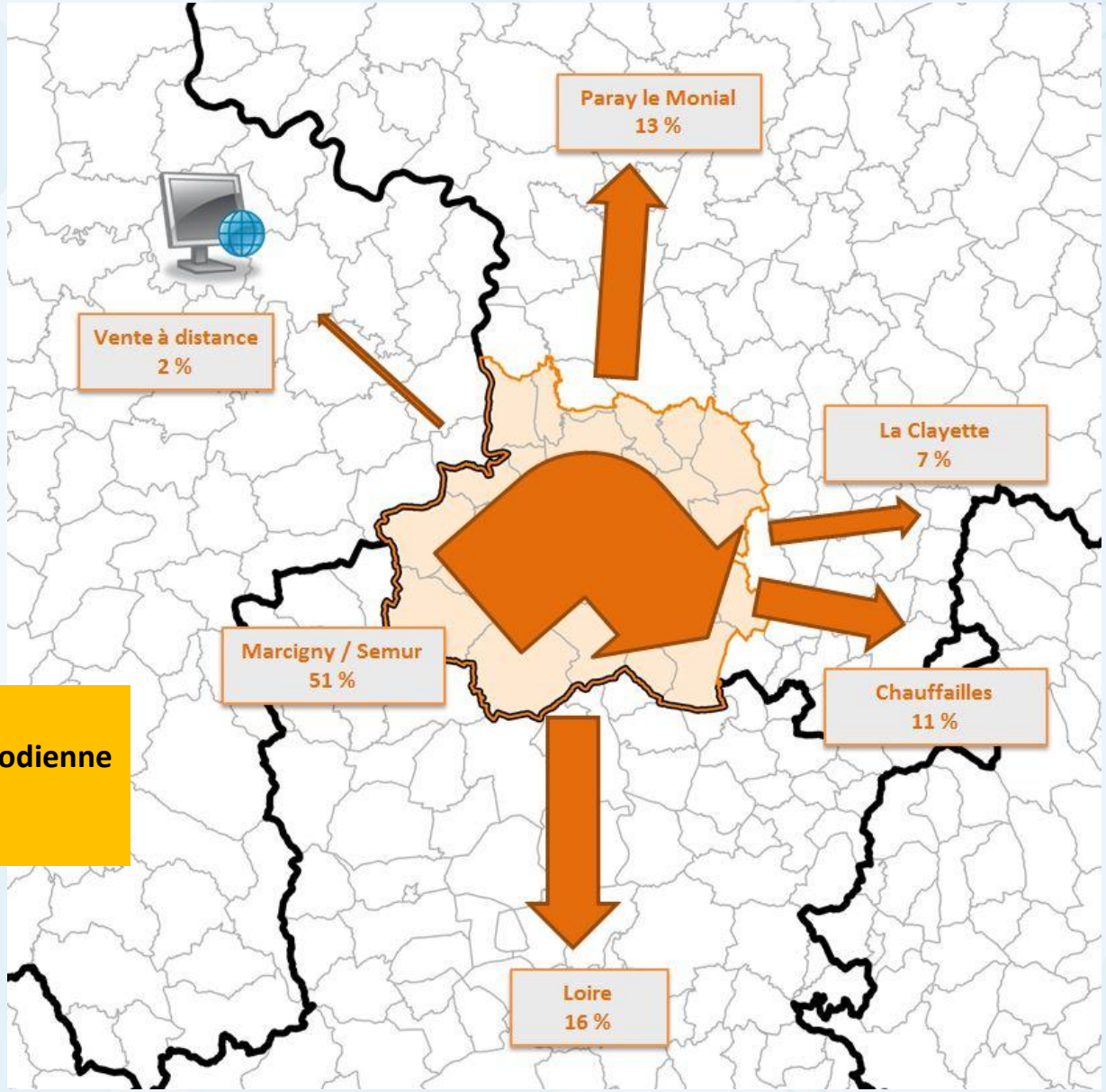
CCI SAÔNE-ET-LOIRE

Un potentiel de consommation estimé à 32 M€

Près de la moitié des dépenses se font en dehors du territoire

Une évasion estimée à 16 M€

Grandes surfaces : 80 %
Petit commerce : 13 %



Tendances 2010/2015 :

- **Baisse de l'attraction roannaise et parodienne**
- **Hausse de la dépense sur le territoire**
- **Des nouvelles destinations d'achat**

Equipement de la personne : Où vont consommer les ménages ?

CCI SAÔNE-ET-LOIRE

Un potentiel de consommation estimé à 9 M€

87 % des dépenses se font en dehors du territoire

Une évasion commerciale estimée à 7 M€

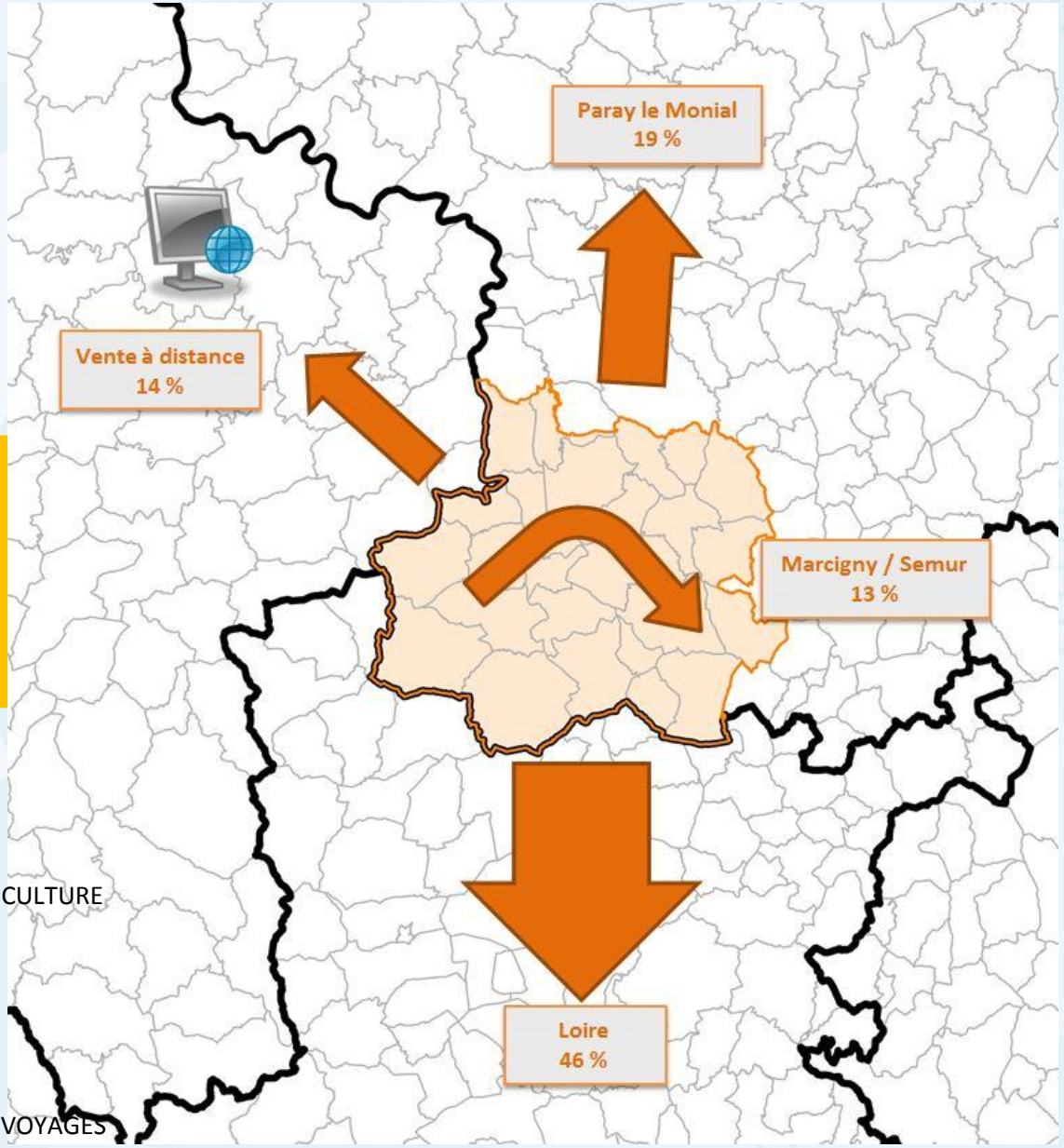
46 % du potentiel de consommation (38 % en 2015) s'évade en direction des pôles commerciaux du Roannais :

- **Roanne**
- **Mably**

Baisse de l'attraction parodienne

Grandes surfaces : 47 %

Petit commerce : 32 %



EQUIPEMENT DE LA PERSONNE

10 - HABILLEMENT ENFANTS 2-12 ANS DONT LAYETTE PUERICULTURE
11 - HABILLEMENT FEMMES (DONT 13-18 ANS)
12 - HABILLEMENT HOMMES (DONT 13-18 ANS)
13 - SOUS-VETEMENTS LINGERIE HOMMES ET FEMMES
14 - CHAUSSURES DE VILLES ADULTES, ENFANTS, ADOS
15 - HORLOGERIE, BIJOUTERIE
16 - ACCESSOIRES D HABILLEMENT, BIJOUTERIE FANTAISIE
17 - MAROQUINERIE, BAGAGES, ACCESSOIRES, ARTICLES DE VOYAGES
18 - VETEMENTS ET CHAUSSURES DE SPORT

Equipement de la maison : Où vont consommer les ménages ?

CCI SAÔNE-ET-LOIRE

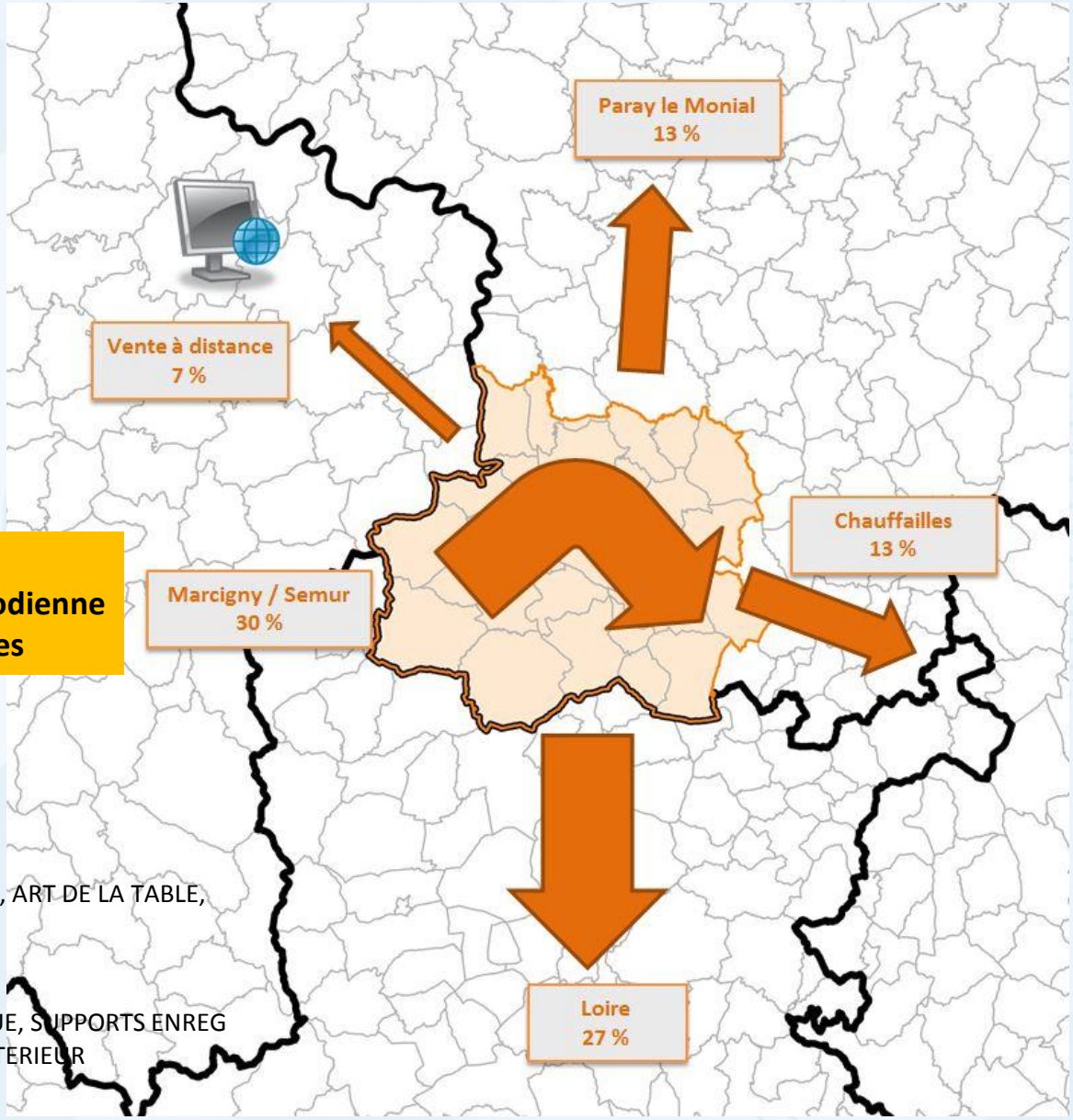
70 % des dépenses se font en dehors du territoire

Un potentiel de consommation estimé à 14 M€

Une évasion commerciale estimée à 10 M€

Grandes surfaces : 74 %
Petit commerce : 18 %

Tendances 2010/2015 :
- **Baisse de l'attraction roannaise et parodienne**
- **Des nouvelles destinations : Chauffailles**



EQUIPEMENT DE LA MAISON

22 - MOBILIER LITERIE
23 - ELECTROMENAGER
24 - BRICOLAGE ET REVETEMENTS MURS ET SOLS
25 - LINGE DE MAISON, TISSU AMEUBLEMENT
26 - ARTICLES DE DECORATION, LUMINAIRES, VAISSELLE, ART DE LA TABLE, USTENSILES DE CUISINE
27 - PRODUITS D ENTRETIEN
28- APPAREILS TV, RADIO, HIFI, VIDEO, MUSIQUE
29 - TELEPHONIE, MICRO-INFORMATIQUE, BUREAUTIQUE, SUPPORTS ENREG
30 - JARDINERIE, BRICOLAGE EXTERIEUR, PLANTES D'EXTERIEUR

Culture-loisirs : Où vont consommer les ménages ?

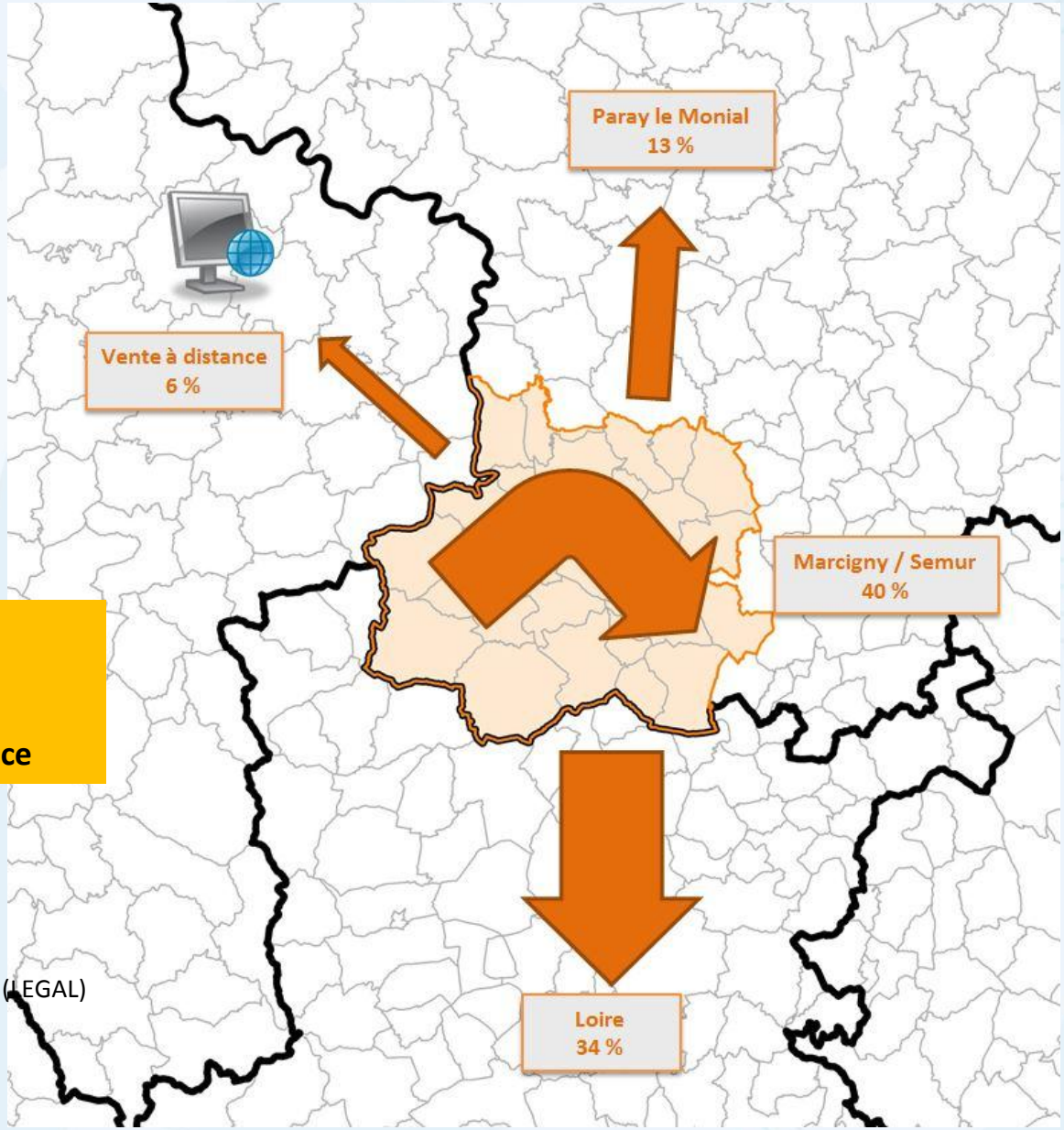
CCI SAÔNE-ET-LOIRE

Un potentiel de consommation estimé à 6 M€

60 % des dépenses se font en dehors du territoire

Une évasion commerciale estimée à 4 M€

Grandes surfaces : 54 %
Petit commerce : 38 %



Tendances 2010/2015 :
- **Hausse de l'attraction roannaise**
- **Baisse de l'attraction parodienne**
- **Forte augmentation de la vente à distance**

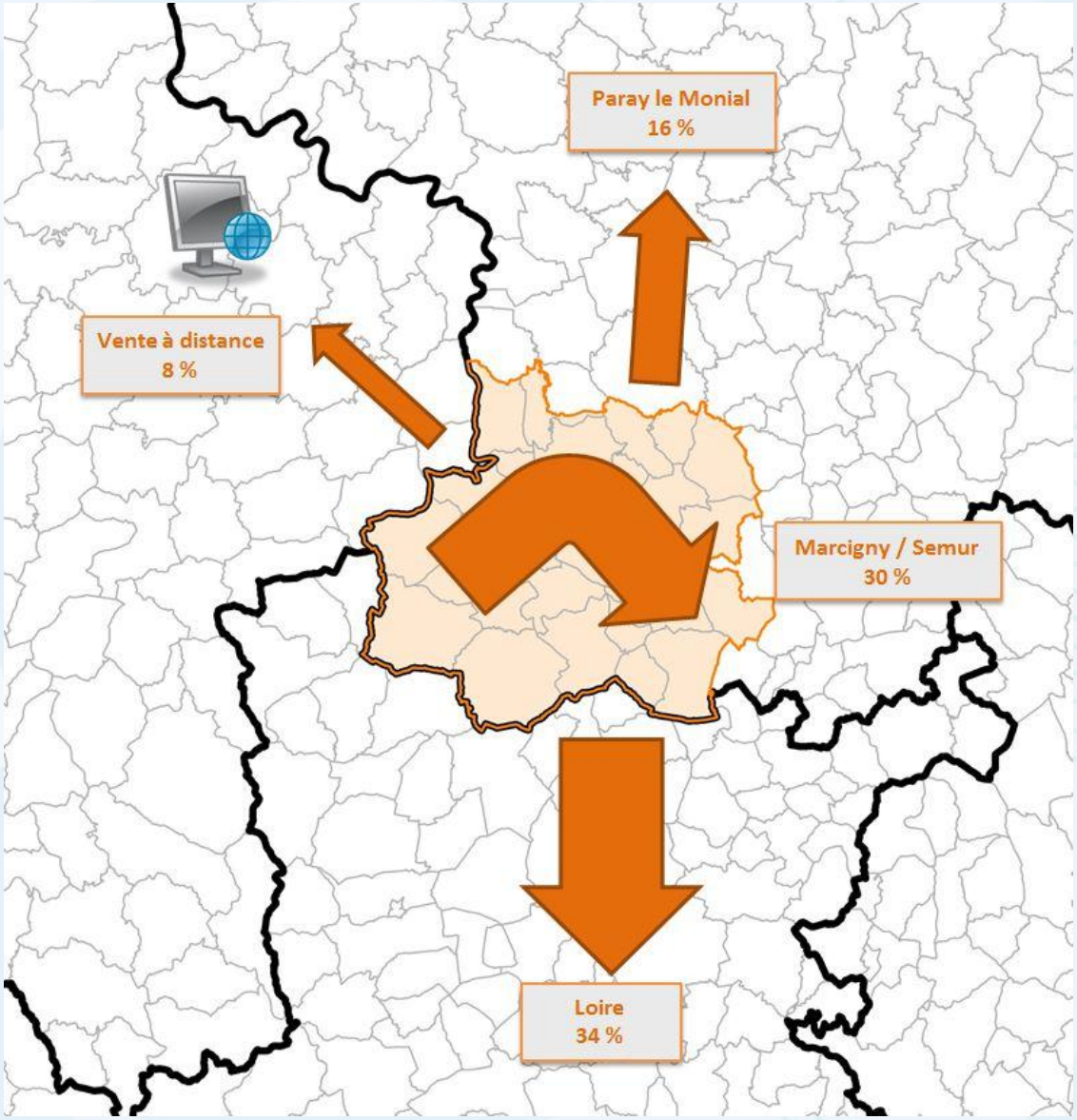
CULTURE-LOISIRS
31 - FLEURS, PLANTES EN POTS D INTERIEURS
32 - ANIMALERIE (ALIMENTATION, ACCESSOIRES …)
33 - ARTICLES DE SPORT
34 - JEUX, JOUETS, CONSOLES VIDEO
35 - CD, DVD, BLUE RAY ET TELECHARGEMENT EN LIGNE (LEGAL)
36 - LIVRES ET BANDES DESSINEES
37 - REVUES, MAGAZINES, JOURNAUX
38 - PAPETERIE ET ARTICLES DE BUREAU

Hygiène-santé : Où vont consommer les ménages ?

70 % des dépenses se font en dehors du territoire

Un potentiel de consommation estimé à 4 M€

Une évasion commerciale estimée à 3 M€



Grandes surfaces : 51 %
Petit commerce : 38 %

HYGIENE, SANTE
19 - PRODUITS DE TOILETTE ET HYGIENE
20 - PRODUITS DE BEAUTE/PARFUMERIE
21 - OPTIQUE

Conclusion : points forts et points faibles du territoire

Les plus	Les moins
✓ Une attractivité liée à des atouts touristiques relatif au patrimoine (le label Un des plus beaux villages de France pour la commune de Semur-en-Brionnais….) et au tourisme vert (randonnées, ballades, voie verte..) et à la gastronomie (restauration, ferme auberge, chambres d'hôtes et gîtes …) ✓ Une attractivité résidentielle des actifs travaillant dans le Roannais ✓ Des marchés hebdomadaires ✓ La présence de nombreux artisans d'art ✓ Une activité agricole liée à l'élevage (Marché au Cadran) ✓ Des activités à domicile (soins esthétiques, coiffure, opticienne…) ✓ Deux unions commerciales à Marcigny (32 adhérents) et à Melay ✓ 4 marchés	✓ Une faible densité de population ✓ Une population éparse et âgée ✓ Une forte évasion commerciale liée à la faiblesse du tissu commercial et aux déplacements domicile-travail et à la proximité de pôles commerciaux concurrents

La problématique du maintien des commerces de proximité

La rédaction du **schéma départemental d'amélioration de l'accessibilité des services au public** (SDAASP), confiée par la loi NOTRe à l'Etat et au Département, doit être achevée pour la fin de l'année 2016.

Un plan d'actions a été retenu avec 5 axes regroupant des objectifs opérationnels déclinés eux-mêmes en fiches-actions.

L'axe 4 est intitulé "soutenir et consolider les services de proximité du quotidien" et son objectif opérationnel **"encourager l'offre de services marchands de proximité ".**

Une fiche-action sera consacrée au "soutien aux initiatives locales" en la matière, autour des thèmes liés au FISAC, à la création et à la reprise de commerces, aux **multiservices**, aux commerces itinérants, aux points de vente en circuits courts...

Il y a aujourd'hui un souhait des consommateurs de consommer en local (circuits courts, réorientation des marchés hebdomadaires notamment en terme d'horaires…)

Les actions proposées par les chambres consulaires

- L'appui à la création/reprise d'entreprise avec

- l'organisation d'ateliers, de petits déjeuners autour de thématiques d'actualité
- l'organisation d'évènements régionaux autour de la création et de la transmission d'entreprises
- la formation (création/reprise, formation règlementaire, formation diplômante…)
- le financement (création et développement)
- le suivi des entreprises nouvelles (suivi individuel et collectif, club des créateurs…)

- Les diagnostics d'entreprises (globaux, environnementaux, numériques) pour évaluer les points forts et faibles de l'établissement sur la thématique considérée

- La transmission d'entreprise avec l'outil transentreprise et les diagnostics transmission

- Les études économiques (étude de potentiel commercial, étude économique pour demande de subvention d'Etat pour le Fisac ou autres…)

CCI SAÔNE-ET-LOIRE

MERCI DE VOTRE ATTENTION