



Communiqué de presse
2 avril 2009

LSA, en partenariat avec Asterop, publie Le Focus Alimentaire 2009

Intégralement réalisé à partir de la base de données des magasins LSA géoréférencée par Asterop et à l'aide de la technologie Asterop GeoIntelligence, le Focus Alimentaire 2009 fournit une vision inédite de la France de la grande distribution alimentaire. Présenté par « zones de vie », avec pour les plus importantes les pôles d'attraction et leurs zones d'influence, il inclut :

- **450 zones, 1455 cartes et 13240 indicateurs couvrant 27000 communes et 90 % de la population française.**
- **Les zones d'influence des 78 plus grands pôles commerciaux des 12 plus grandes agglomérations.**
- **La liste des principaux magasins pour chaque zone en provenance de la base alimentaire LSA**
- **Les indicateurs socio-démographiques et socio-économiques les plus récents modélisés par Asterop et issus du nouveau recensement permanent de la population INSEE**

Le Focus Alimentaire 2009 réunit l'intégralité des cartes et tableaux :

- **Par zone de vie** à rayonnement local, de taille moyenne et importante. Pour ces dernières, caractérisées par un rayonnement plus important et une densité commerciale plus forte, une analyse plus complète du profil socio-économique a été réalisée sur une double page.
- **Par grande agglomération française** (détail de la commune principale, de la zone de vie, détail de la zone d'influence des principaux pôles commerciaux).

Cette « bible » de la distribution alimentaire française présente ainsi pour chaque zone :

- La **surface totale** des magasins alimentaires généralistes et la **densité commerciale** (m² par habitant)
- **Les plus grandes surfaces alimentaires** : localisation géographique des magasins alimentaires les plus significatifs et liste des 10 plus grands magasins avec leur surface et commune de rattachement
- Un ensemble d'**indicateurs descriptifs**, ainsi que des **indicateurs caractéristiques** spécifiques
- **L'évolution de la population entre 1999 et 2006** : répartition de l'évolution de la population par quartier IRIS 2000 (données INSEE recensement 1999 et RPP 2006).
- Les **revenus nets moyens** par ménages : répartition des revenus nets moyens des ménages (déclaration 2006) par quartier Iris 2000.
- Le **potentiel alimentaire total** : indice de potentiel de consommation alimentaire total par quartier Iris 2000 modélisé par Asterop.
- **12 potentiels de consommation** : montants en euros et indices de potentiel par grande famille de produits alimentaires. Ces potentiels sont calculés par Asterop d'après les données les plus récentes : INSEE Budget des ménages, actualisation Asterop 2008.



En complément du Focus Alimentaire 2009, LSA et Asterop publient également le poster : La France des Hypers 2009, qui permet aux professionnels de la grande distribution de visualiser en un clin d'œil tous les hypermarchés.

Disponibilité et tarifs

Le Focus Alimentaire 2009 et le poster La France des Hypers 2009 sont disponibles dès aujourd'hui auprès de LSA, aux tarifs respectifs de 250 euros et de 25 euros.

A propos de LSA (www.lsa.fr)

L'hebdomadaire LSA délivre chaque semaine à plus de 185 000 lecteurs une information à forte valeur ajoutée sur la stratégie des enseignes, l'innovation produit, l'évolution des marchés et des tendances de la consommation.

Le site LSA.fr est le leader dans le domaine de la distribution et de la grande consommation avec plus de 900 000 pages vues mensuelles. Il est considéré comme le site de référence par 83% des professionnels du secteur.

Les événements LSA : rencontres, matinées débats, formation mettent en relation tous les acteurs de la distribution.

Les bases de données LSA sont enrichies par des équipes spécialisées et constituent parmi les fichiers les plus qualitatifs du marché

A propos d'Asterop (www.asterop.com)

Asterop, spécialiste du géomarketing décisionnel, met à la disposition de ses clients des solutions dédiées au marketing stratégique des entreprises à réseaux de vente ou de distribution. La société développe et commercialise des services de géomarketing en ligne (SaaS), des données à haute valeur ajoutée et une plate-forme technologique et méthodologique.

Les applications décisionnelles, opérationnelles et stratégiques d'Asterop permettent d'éclairer les stratégies de développement de tous les acteurs du commerce, de la distribution, des médias, de la banque/assurance, la grande consommation et le secteur public.

Asterop compte parmi ses clients des références aussi diversifiées que BNP Paribas, le Groupement des Mousquetaires, Monoprix, Jean-Claude Biguine, 20 Minutes, Apple Corp., la CRCI Bourgogne, Carat Fusion, etc.

Relations Presse Asterop

H& B Communication

Christiane Decerle : 06 07 96 79 17

c.decerle@hbcommunication.fr

Anne Hardy : 01 58 18 32 51

a.hardy@hbcommunication.fr

Relations Presse LSA

Annie Zarrati : 01 56 79 39 41

azarrati@gisi.fr