

Webinaire #14



Comment utiliser Atometrics pour trouver de nouveaux clients ?

Agenda

1. Objectifs du webinaire [Page 3](#)
2. Quelques éléments de contexte [Page 5](#)
3. Méthode et approche proposées [Page 12](#)
4. Cas d'usage [Page 18](#)



Objectifs du webinaire

Objectifs du webinaire

Au-delà du **mythe** de la **donnée** comme **mine d'or**, nous souhaitons partager des **cas d'usages simples**, **concrets** et **utiles** dans le cadre de votre activité



Quelques éléments de contexte

Qu'est ce que la prospection ?

La prospection regroupe l'ensemble des actions qui visent à identifier de nouveaux prospects et à chercher à les transformer en clients réels

Attirer

Convertir

Fidéliser

Pourquoi prospecter ?

- **Se démarquer de la concurrence** : augmentation de la part de marché
- **Augmenter son activité** : augmentation des prestations vendues donc du CA
- **Développer son réseau**
- **Diversifier sa base de clientèle**
- **Se faire connaître**

Quels sont les différents types de prospection ?

Prospection envers les particuliers (B2C)

Les bonnes pratiques :

- Établir les profils des consommateurs visés
- Adopter une communication adaptée aux prospects
- Cibler les clients et leurs attentes en matière de service et de prix

Quelques spécificités :

- En attente de contenu léger, simple
- Durée du cycle d'achat rapide
- Décision d'achat liée aux émotions

Prospection envers les entreprises (B2B)

Les bonnes pratiques :

- Ciblage précis des entreprises à démarcher
- Connaissance pratique de la cible et des besoins de tous les prospects
- Maîtrise de l'activité de chaque prospect et de son organisation interne

Quelques spécificités :

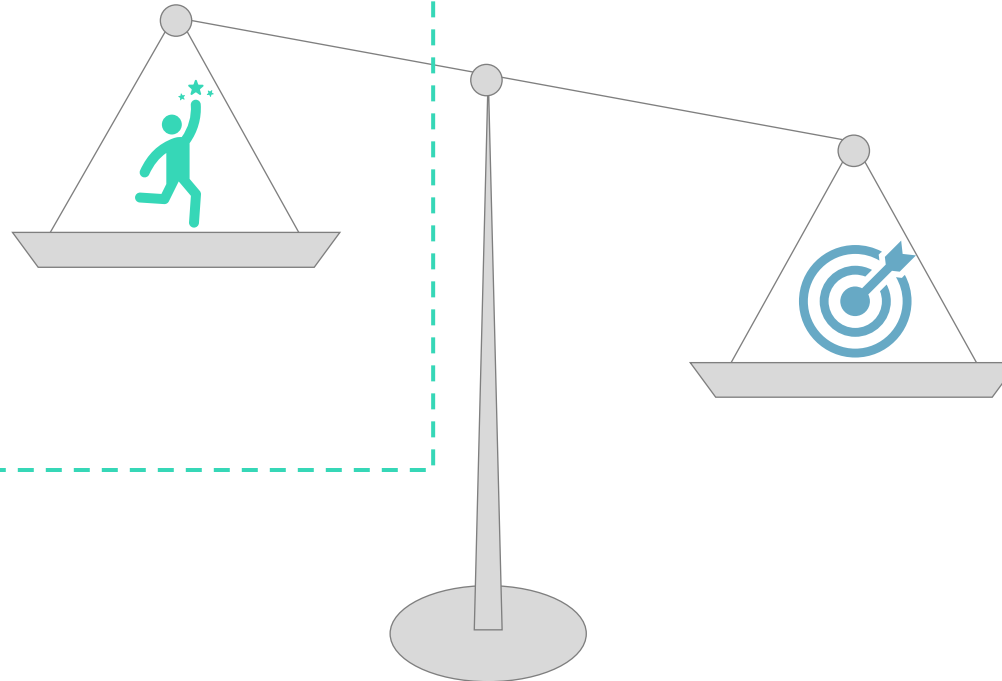
- En attente de contenu informatif et spécifique
- Durée du cycle d'achat longue
- Décision d'achat liée à l'expertise et l'efficacité

Les spécificités des cabinets d'expertise-comptable

Dans quelles circonstances sont-ils amenés à chercher des clients ?

1 Pour eux-mêmes

Les cabinets d'expertise-comptable peuvent être amenés à faire de la prospection pour **attirer de nouveaux clients** et **générer de nouvelles missions**.



2 Pour leurs clients

Dans le cadre de leur activité, les cabinets peuvent également être amenés à réaliser des **missions d'accompagnement** (pour les créateurs d'entreprises notamment) au cours desquelles ils peuvent **rechercher le potentiel de clientèle pour une activité**



La recherche de nouveaux clients dans les cabinets

Les cabinets privilégient le **développement de missions auprès de clients existants** plutôt que la **recherche de nouveaux clients**

Pourquoi ?

1. Trouver de nouveaux clients a un coût

- En termes de **marketing et de communication** : La prospection peut constituer une activité à plein temps au sein d'un cabinet
- En termes de **temps** à consacrer dans la recherche et la conversion des prospects

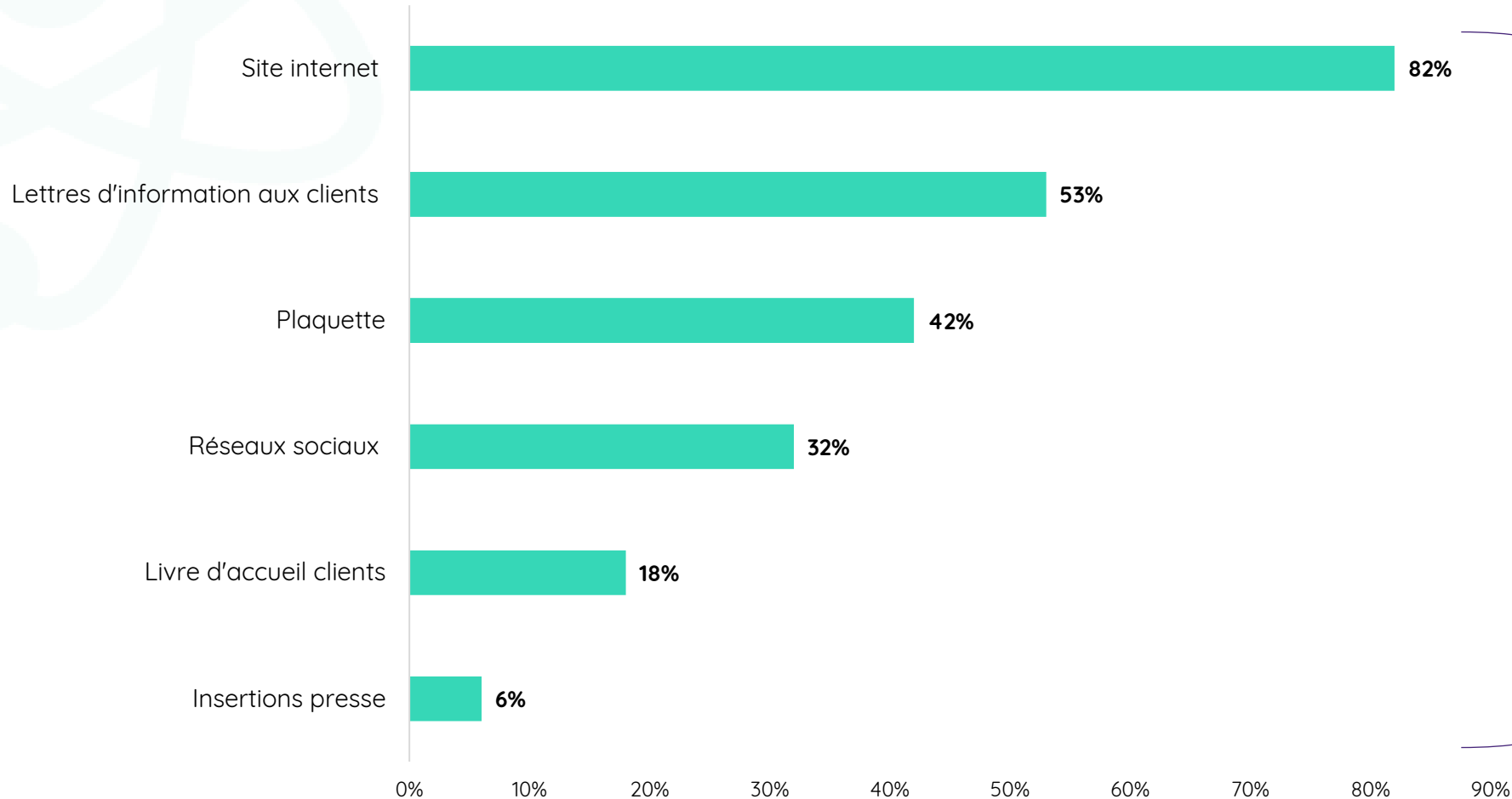
2. L'activité est généralement suffisante avec les clients actuels

3. Les typologies de missions sont différentes et peuvent être moins étendues pour des nouveaux clients



La recherche de nouveaux clients dans les cabinets

Quels sont les moyens utilisés actuellement ?



Parmi les moyens actuels des cabinets pour trouver des nouveaux clients, il semble que la **prospection** soit effectuée de manière **globale, sans ciblage et livrables adaptés pour convertir** les prospects en clients

A workshop filled with various tools and equipment, including saws, hammers, and ropes, mounted on a wooden wall. The tools are arranged on shelves and hanging from the wall, creating a sense of a well-used and organized workspace. The lighting is warm and focused on the tools, highlighting their textures and colors.

L'intelligence économique comme
outil pour vous accompagner dans la
recherche de nouveaux clients



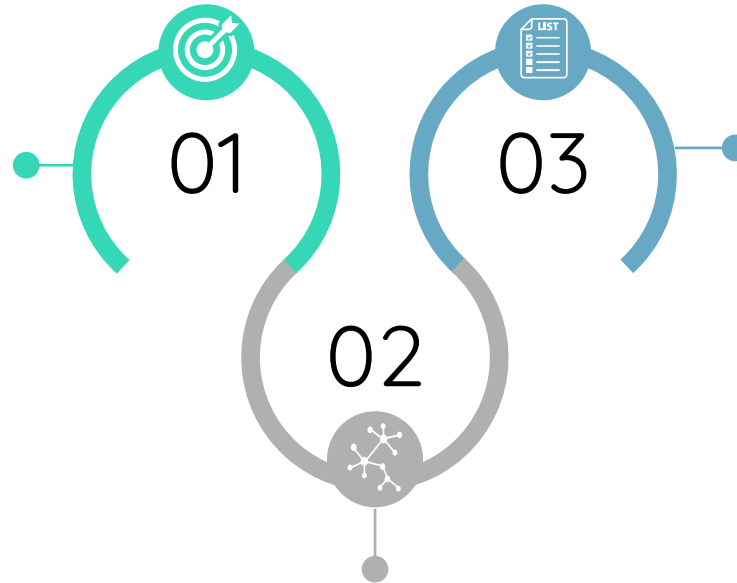
Méthode et approche proposées

Approche proposée

Comment mener à bien la prospection ?

Connaître son marché local :

La première étape de la prospection est d'avoir une connaissance fine de sa zone de chalandise. L'objectif est de pouvoir ensuite, en connaissant les spécificités de sa localité, choisir une cible de prospection.



Identifier des prospects à forte valeur :

L'objectif est ici de trouver les prospects correspondant à vos attentes. En définissant des critères clés pour évaluer la qualité d'un prospect, vous pourrez cibler votre recherche et concentrer vos efforts sur les prospects à haute valeur ajoutée.

Préparer les rendez-vous de prospection : L'identification des prospects doit s'accompagner d'un premier rendez-vous réussi. Pour cela, vous devez comprendre les problématiques du prospect et vous placer comme un expert de son secteur.

Méthode pas à pas

1 Etape 1 : connaître son marché

Pourquoi le faire ?

- Avoir une connaissance fine de sa zone de chalandise
- Comprendre le marché dans lequel évoluent les prospects
- Définir plus facilement des cibles de prospection

Comment le faire ?

- En obtenant des données quantitatives et qualitatives sur la population et les entreprises dans la zone de chalandise
- En cherchant des informations sur la typologie de sociétés installées
- En ayant des informations sur la santé des entreprises dans la localité

Méthode pas à pas

2 Etape 2 : identifier des prospects à forte valeur

Pourquoi le faire ?

- Une fois les critères définis, vous pouvez concentrer vos efforts sur certaines typologies de prospects à forte valeur ajoutée

Comment le faire?

- Chercher les dernières sociétés créées dans votre secteur de prédilection
 - ➔ **potentiel besoin d'un expert-comptable au lancement de l'activité**
- Chercher les fonds de commerce qui seront potentiellement bientôt susceptibles d'être cédés
 - ➔ **potentiel besoin de prestations de valorisation**
- Chercher les entreprises en difficulté dans un secteur particulier
 - ➔ **potentiel besoin d'accompagnement**

Méthode pas à pas

3 Etape 3 : préparer le rendez-vous de prospection

Pourquoi le faire ?

- Une fois prospects identifiés, l'enjeu majeur est de réussir la conversion du prospect en client

Comment le faire ?

- Apporter au prospect des informations clés sur son secteur, pour se placer comme un expert
- Délivrer un rapport au prospect, attestant de votre capacité à l'accompagner

Les apports d'atommetrics

- 1 Une **approche à 360°** permettant de **comprendre son marché**
- 2 Une **base de données fiable** permettant de collecter les **informations** clés sur les entreprises présentes dans la **localité** considérée
- 3 Un **accès** simple et immédiat à des **références de marché** et un livrable clés en main pour étayer votre argumentaire



Cas d'usage

Cas d'usage

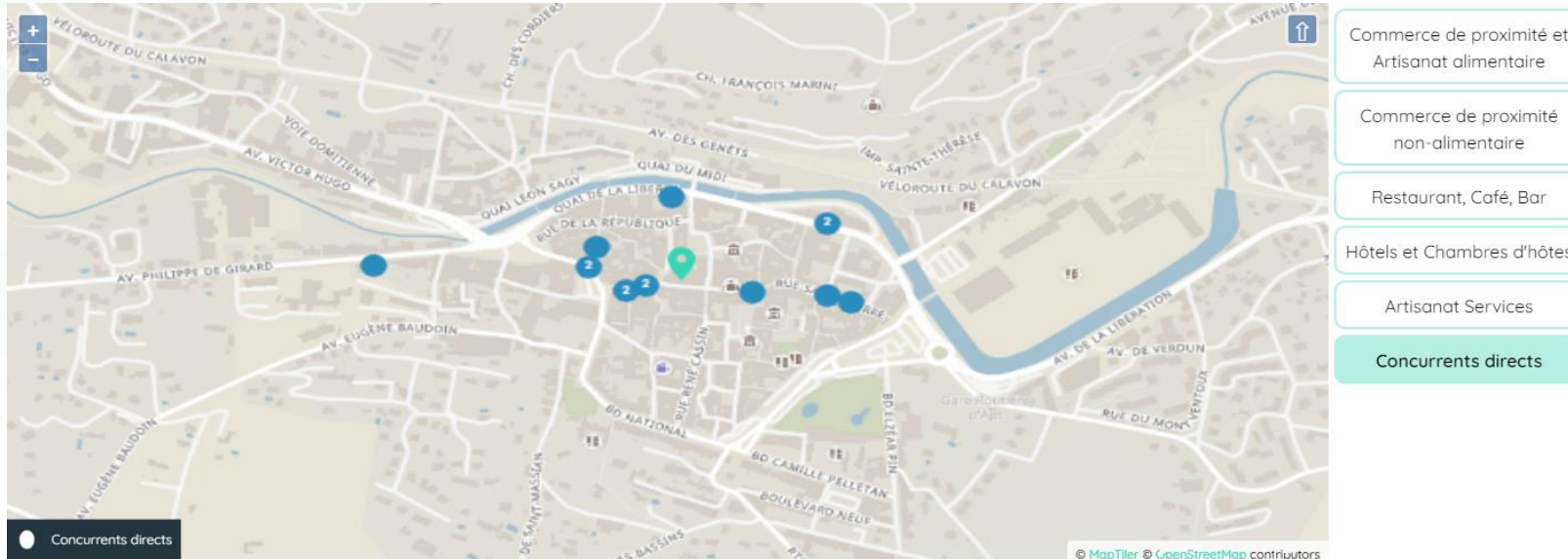


Accompagner un cabinet dans la recherche de nouveaux clients

- **Secteurs de prédilection** : Commerces de bouche (boulangerie, pâtisserie, boucherie, charcuterie...)
- **Localisation** : Apt, 84400

Etendre le portefeuille de commerces de bouche à Apt

1 Etape 1 : connaître son marché

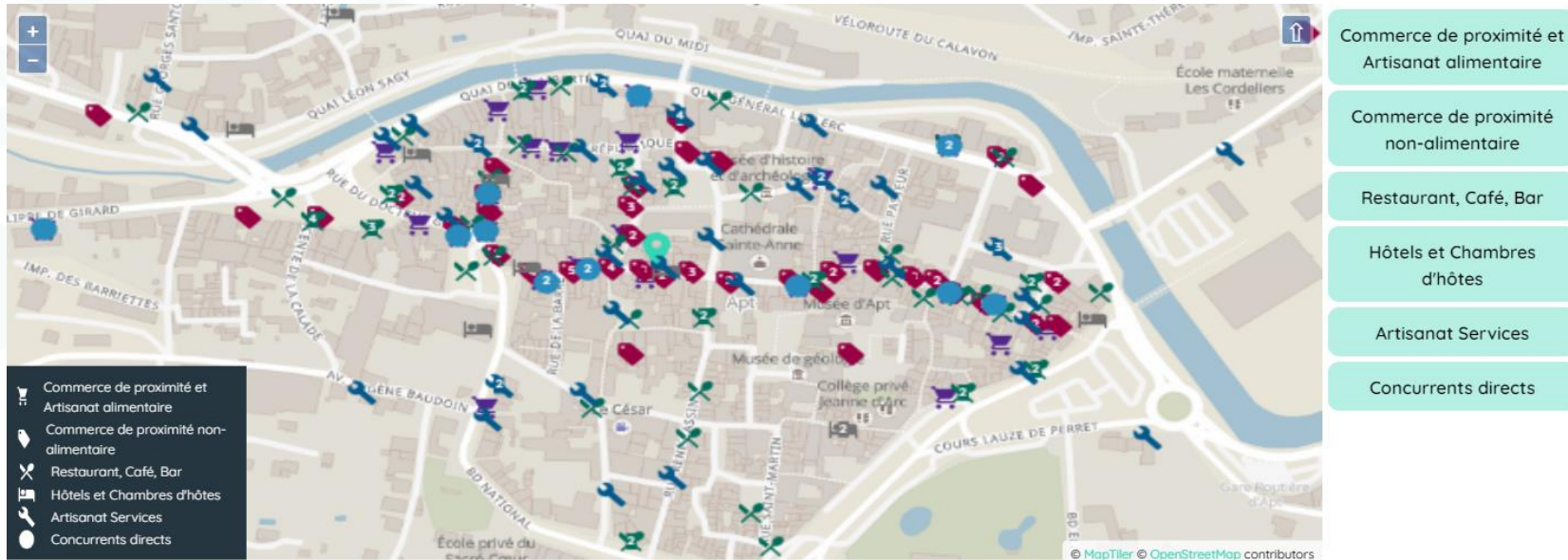


- ✓ L'étude des codes APE correspondant aux boucheries, charcuteries, boulangeries et pâtisseries montre un certain **dynamisme du centre ville** avec une **densité d'établissements importante**
- ✓ La commune de Apt a une densité d'établissement supérieure à celle observée à l'échelle du département et de la France

Détails des établissements	Quartier: Centre Ouest	Commune: Apt	Département: Vaucluse	France
Nombre total d'établissements	13	16	743	73 309
Population résidente (en milliers)	2,2	11,7	559,0	66 361,6
Densité établissements (par 1000 habitants)	6,0	1,4	1,3	1,1

Etendre le portefeuille de commerces de bouche à Apt

1 Etape 1 : connaître son marché

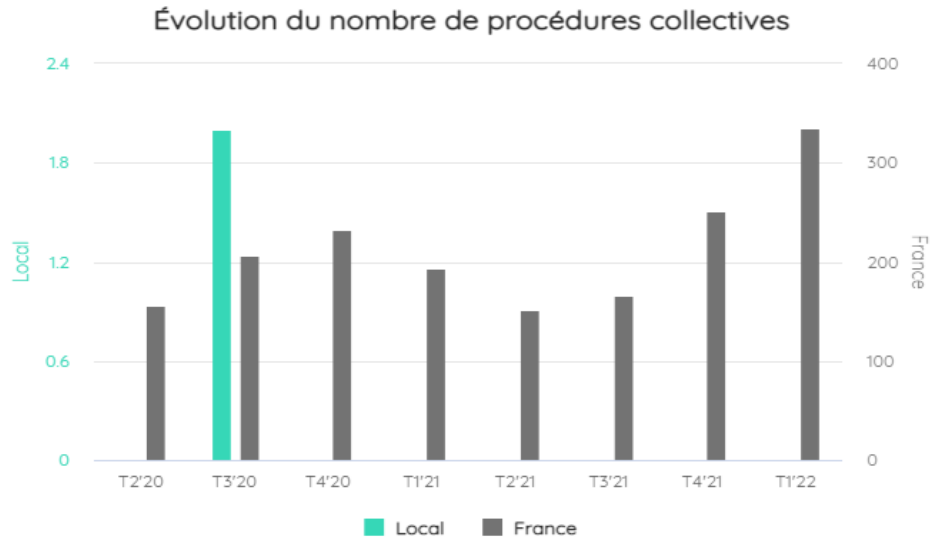


- Pour évaluer l'attractivité globale de la commune, nous avons observé la présence de tous les commerces de proximité qui génèrent du flux
- ✓ La **densité d'établissements est importante dans le centre-ville**
- ✓ La densité d'établissements dans la commune est supérieure à celle observée aux échelles départementales et nationales

Détails des établissements	Quartier: Centre Ouest	Commune: Apt	Département: Vaucluse	France
Nombre total d'établissements	33	62	2 888	224 775
Population résidente (en milliers)	2,2	11,7	559,0	66 361,6
Densité établissements (par 1000 habitants)	15,1	5,3	5,2	3,4

Etendre le portefeuille de commerces de bouche à Apt

1 Etape 1 : connaître son marché



	T2'20	T3'20	T4'20	T1'21	T2'21	T3'21	T4'21	T1'22
Commune: Apt								
Établissements	0	2	0	0	0	0	0	0
Évolution	+0%	-	-100%	+0%	+0%	+0%	+0%	+0%
France								
Établissements	156	207	232	193	152	166	251	335
Évolution	-59%	+33%	+12%	-17%	-21%	+9%	+51%	+33%

- ✓ Dans les établissements considérés (boucheries, charcuteries, boulangeries et pâtisseries) : **pas de procédures collectives récentes**
- ✓ **Bonne santé globale** des établissement dans la commune
- ✗ Les deux procédures collectives recensées en 2020 sont probablement dues à l'**impact du covid-19**

Etendre le portefeuille de commerces de bouche à Apt

2 Etape 2 : identifier des prospects à forte valeur

Objectifs

Devenir l'expert-comptable des nouvelles sociétés récemment installées et créées

Délivrer des prestations de valorisation pour des fonds de commerce susceptibles d'être cédés

Identifier des sociétés en difficultés pour d'éventuels repreneurs

Cibles

Sociétés créées récemment

Fonds de commerces

Sociétés en difficulté

Etendre le portefeuille de commerces de bouche à Apt

2 Etape 2 : identifier des prospects à forte valeur



siren	Nom	adresse	code_postal	ville	Date de creation
901679753	ROSE	9 RUE DU PORTAIL DE L ETANG	84160	CUCURON	30/09/2021
903442523	CHADAPRIE	SUR LE CHATEAU	84220	LIoux	23/09/2021
901679753	LA VIE CHERIE	60 RUE DE L EGLISE	84160	CUCURON	08/07/2021
899342794	LA PATISSERIE DESLEE	34 RUE DES MARCHANDS	84400	APT	21/06/2021
478455793	BOULANGERIE MARIE BLACHERE	979 RTE DE LA CHARITE	84400	GARGAS	14/03/2021
890873961	LE FOURNIL D'ANTHO	61 RUE DU DOC ALBERT GROS	84400	APT	30/10/2020
890636707	SARL BECO	196 QUAI DE LA LIBERTE	84400	APT	01/07/2020
884393471	BOUCHERIE DES OCRES	54 RUE DES MARCHANDS	84400	APT	19/06/2020
880394689	JOMI	AV DU 8 MAI 1945	84160	LOURMARIN	11/04/2020
879741155	LA MAISON DU GIBASSIER	8 RUE HENRI DE SAVORNIN	84160	LOURMARIN	01/04/2020
330108812	LE SECHOIR DES ALPES	QUA TRIQUEFAUTS	84490	SAINT-SATURNIN-LES-APT	01/02/2020
879741155	LA MAISON DU GIBASSIER	AV DU 8 MAI 1945	84160	LOURMARIN	12/12/2019
880092531	LE FOURNIL DE VIENS	ALL DES PLATANES	84750	VIENS	06/12/2019
791919970	LYLY BISCUITS	SAUTE EN L AIR	84220	SAINT-PANTALEON	28/11/2019
854036738	CHEZ JEREMY ET CECILE	10 AV DE LA GARE	84480	BONNIEUX	01/11/2019
852859644	LE SAINT PIERRE	111 RUE SAINT PIERRE	84400	APT	01/08/2019

- 2 sociétés installées récemment dans la localité
- **Potentiel** : l'installation récente de ces entreprises peut être une opportunité de prospection, notamment pour proposer des prestations comptables

Etendre le portefeuille de commerces de bouche à Apt

2 Etape 2 : identifier des prospects à forte valeur

Indicateurs de santé	Quartier: Centre Ouest	Commune: Apt	Département: Vaucluse	France
Âge médian des établissements	5 ans et 3 mois	5 ans et 7 mois	7 ans et 6 mois	8 ans
Taux de difficulté	8 %	6 %	7 %	7 %
Taux de survie à 3 ans		100 %	69 %	79 %

Acheteur		Vendeur		Fonds					
SIREN	Nom	SIREN	Nom	Adresse	Code	Ville	Activité	Date transaction	Prix
831724232	BEGUE	529630311	Romain POLLEDRI	Rue de la sous préfecture	84400	Apt	1071C	25/10/2017	44 000€
447742164	Laurent, Henri COUTEAU	314515420	EXP DE LA BOUCHERIE ROUX	Rue Saint-Pierre	84400	Apt	1013B	23/02/2017	35 000€
820791945	BOUCHERIE ALBERT	302233218	Albert AMOURDEDEI EU	Rue de Portail de l'Etang	84160	Cucuron	4722Z	19/08/2016	140 000€
818479032	VERDANT	407665462	Robert GLEDHILL		84220	Gordes	1071C	10/04/2016	180 000€
824837645	LES FILLES DU BOULANGER	333718997	Philippe ALBRAND	Rue des Poulivets	84580	Oppède	1071C	12/03/2017	60 000€
818636391	BOUCHERIE MONTAGNON	527587133	VILAROM	place de la Mairie	84360	Mérindol	4722Z	28/04/2016	72 000€
814645537	VERHAEGHE EMANUEL	521576413	VERILHAC	boulevard de la République	84240	La tour-d'aigues	1071C	31/01/2016	300 000€

- Les fonds de commerce de boulangeries, pâtisseries, boucheries et charcuteries à Apt ont un âge médian autour de 6 ans.
- **Potentiel** : Nous pouvons ainsi nous intéresser aux fonds de commerce vendus il y a environ 6 ans (années 2016 et 2017), qui pourraient potentiellement être amené à être cédés et à nécessiter des prestations de valorisation

Etendre le portefeuille de commerces de bouche à Apt

2 Etape 2 : identifier des prospects à forte valeur

Nom	Adresse	Code postal	Commune	Activité	Date de jugement	Nature de jugement
LES VIANDES ARTISANALES BIO	CHE DE LA MARAGONELLE	4210	VALENTOLE	4722Z	14/03/2022	Jugement d'ouverture d'une procédure de liquidation judiciaire
FASTOCHE	RUE GABRIEL PERI	13340	ROGNAC	1071C	03/03/2022	Jugement d'ouverture de liquidation judiciaire
BOUCHERIE DE L'OLIVIER	6 AV JEAN LEBAS	13800	ISTRES	4722Z	24/02/2022	Jugement de conversion en liquidation judiciaire
LE PESTOUR	41 AV FRANCOIS LASCOUR	84130	LE PONTET	1071C	23/02/2022	Jugement de plan de redressement
AU FEU DE BOIS MG	543 AV VERTES RIVES	84140	AVIGNON	1071C	09/02/2022	Jugement d'ouverture d'une procédure de redressement judiciaire
LA BOULANGERIE SIBI-KLEIN	19 GRAND RUE	4220	CORBIERES-EN-PROVENCE	1071C	08/02/2022	Jugement d'ouverture de liquidation judiciaire
BOULANGERIE LE COEUR DU JABRON	LE VILLAGE	4200	NOYERS-SUR-JABRON	1071C	08/02/2022	Jugement d'ouverture de liquidation judiciaire
NEW BAKER	76 BD ST RUF	84000	AVIGNON	1071C	02/02/2022	Jugement d'ouverture de liquidation judiciaire
AL BARAKA	64 CRS CDL BERTRAND DE MONTFAVET	84140	AVIGNON	4722Z	31/01/2022	Jugement de clôture pour insuffisance d'actif
AL BARAKA	167 AV DE TARASCON	84000	AVIGNON	4722Z	31/01/2022	Jugement de clôture pour insuffisance d'actif
TRIPERIE PROVENCALE	PL PIE	84000	AVIGNON	4722Z	26/01/2022	Jugement d'ouverture de liquidation judiciaire
A LA RENOMMEE	IMM COMMUNAL MAISON DU PEUPLE	4220	SAINTE-TULLE	4722Z	25/01/2022	Jugement de clôture pour insuffisance d'actif
SAINTE TULLE BOULANGERIE	RUE ROBERT LEJEUNE	4220	SAINTE-TULLE	1071C	25/01/2022	Jugement de clôture pour insuffisance d'actif
PATISSERIE CREATIVE GUILLAUME CUOCO	116 BD FELIX GRAS	84570	MALEMORT-DU-COMTAT	1071D	19/01/2022	Jugement d'ouverture de liquidation judiciaire
GUILLAUME CUOCO	60 RUE CARNOT	84000	AVIGNON	1071D	19/01/2022	Jugement d'ouverture de liquidation judiciaire
MON BOULANGER	ROUTE DEPARTEMENTALE 585	43380	VILLENEUVE D'ALLIER	1071C	19/01/2022	Jugement d'ouverture de liquidation judiciaire
LE COEUR DE BLE	1176 RTE DE ROBION	84300	CAVAILLON	1071C	05/01/2022	Dépôt de l'état des créances
LA BOUCHERIE CHEZ SYLVAIN	214 AV GENTILLY	84700	SORGUES	4722Z	03/01/2022	Jugement de clôture pour insuffisance d'actif
GOURMANDISES AIXOISES	2010 RTE DE BERRE	13090	AIX-EN-PROVENCE	1071C	09/12/2021	Jugement d'ouverture de liquidation judiciaire

- 1 société en attente potentiel d'accompagnement
- **Potentiel** : un plan de redressement peut engendrer un besoin d'accompagnement pour trouver un financement ou un besoin de conseils juridiques et administratifs

Etendre le portefeuille de commerces de bouche à Apt

2 Etape 2 : identifier des prospects à forte valeur

Prospect 1 → 901679753, ROSE (Boulangerie - Pâtisserie), Cucuron



Prospect 2 → 903442523, CHADAPRIE (Boulangerie - Pâtisserie), Lioux



Prospect 3 → 831724232, BEGUES (Boulangerie - Pâtisserie), Apt



Prospect 4 → 447742164, Laurent, Henri COUTEAU (Charcuterie), Apt



Prospect 5 → 848483913, LE PESTOUR (Boulangerie - Pâtisserie), Le Pontet



Etendre le portefeuille de commerces de bouche à Apt

2 Etape 2 : identifier des prospects à forte valeur




Quels critères prendre en compte pour déterminer le prospect avec le plus de potentiel?

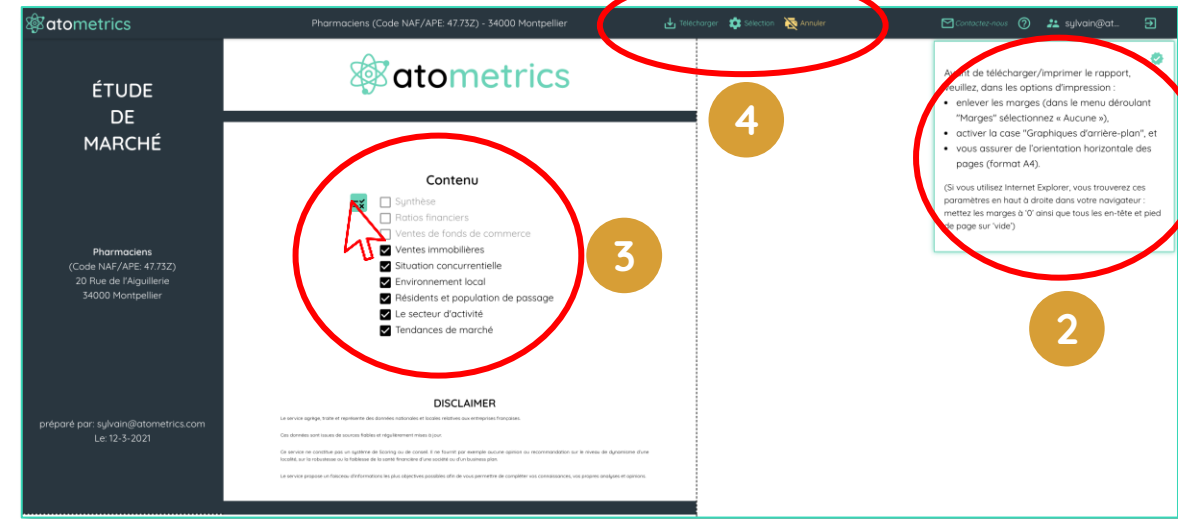
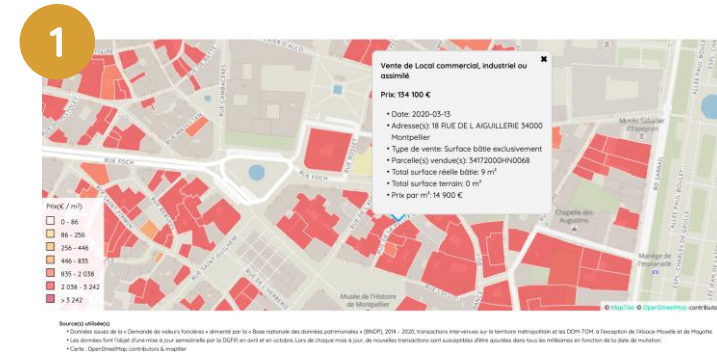
- Distance
- Taille de la société : privilégier une société avec un chiffre d'affaires ou un effectif plus important
- Mission potentielle : privilégier les sociétés qui ont une étendue plus importante de missions potentielles, au-delà de la remise des comptes (valorisation par exemple)

Etendre le portefeuille de commerces de bouche à Apt

3 Etape 3 : préparer le rendez-vous de prospection

Comment préparer un livrable ?

- Utiliser les captures d'écran
 - 1 Cliquer sur l'icone  à droite de chaque élément
 - Coller l'élément dans le support de votre choix au format image
- Utiliser le rapport natif:
 - Cliquer sur l'icône  Imprimer
 - 2 Régler le format d'impression (une seule fois)
 - 3 Paramétrer le contenu de votre étude
 - 4 Télécharger au format pdf  Télécharger



Etendre le portefeuille de commerces de bouche à Apt

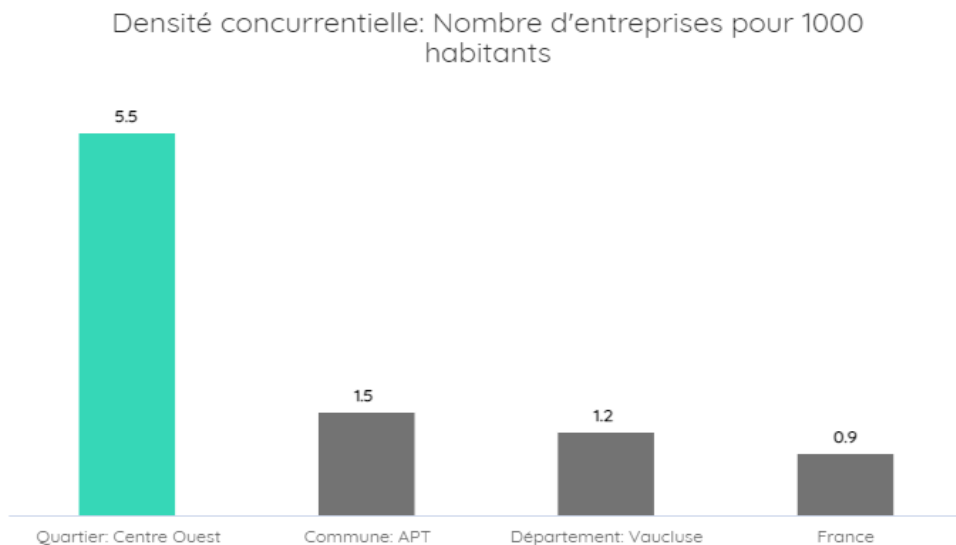
3 Etape 3 : préparer le rendez-vous de prospection

Que mettre dans le livrable ?

- Utiliser des données qui sont pertinentes pour les prospects → **leur parler de leur localité et de leur secteur d'activité**
- Liste d'**indicateurs potentiels** qui répondent aux questions des dirigeants d'entreprise :
 - **Situation concurrentielle** : qui sont mes concurrents ?
 - **Ratios financiers** : quels résultats réalisent des sociétés semblables à la mienne ?
 - **Ventes de fonds de commerce** : combien vaut un fonds de commerce à proximité de mon emplacement ?
 - **Ventes immobilières** : quel est le prix d'un local commercial à proximité ?

Etendre le portefeuille de commerces de bouche à Apt

3 Etape 3 : préparer le rendez-vous de prospection



- Il y a **5,5 boulangeries-pâtisseries pour 1000 habitants** → forte concurrence par rapport aux échelles départementales et nationales

Situation concurrentielle	Quartier: Centre Ouest	Commune: APT	Département: Vaucluse	France
Nombre total de concurrents	12	18	647	60 249
Population résidente (en milliers)	2,2	11,7	559,0	66 361,6
Densité concurrentielle (établissements par 1000 habitants)	5,5	1,5	1,2	0,9

Etendre le portefeuille de commerces de bouche à Apt

3 Etape 3 : préparer le rendez-vous de prospection

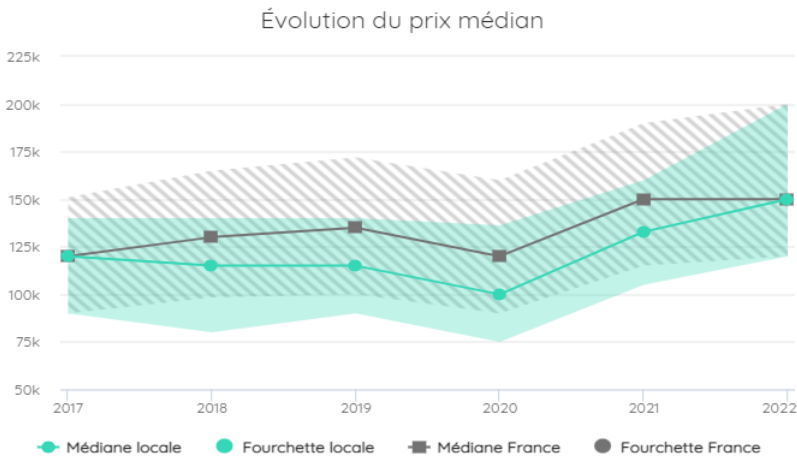
Boulangeries, pâtisseries - Communes de même densité que: APT dans le même département (114 comptes dans le panel analysé)				Médiane nationale
	Fourchette Basse	Médiane	Fourchette haute	37 766 comptes analysés
Chiffre d'affaires HT (CA HT) en €	92 513 €	166 902 €	496 744 €	266 671 €
Marge brute en % du CA HT	59 %	70 %	74 %	69 %
Poids des Charges Personnel en % du CA HT	7 %	27 %	42 %	34 %
Nombre de salariés moyen	0	1	3	1
Salaire mensuel chargé moyen par salarié	1 168 €	2 845 €	5 974 €	2 705 €
CA HT par effectif en €	58 413 €	101 695 €	187 773 €	98 153 €
Poids des Charges Externes en % du CA HT	0 %	20 %	31 %	19 %
Excédent brut d'exploitation (opérationnel) en % du CA HT	5,7 %	17,0 %	38,0 %	14,2 %
Capacité d'autofinancement en % du CA HT	3,8 %	15,1 %	34,4 %	11,6 %
Dettes moyen terme / Fonds propres	0 %	20,9 %	230,6 %	24,8 %
Fonds propres / Total Bilan	12,6 %	38,1 %	74,3 %	40,7 %
Trésorerie en % du CA HT	2,0 %	7,6 %	21,9 %	6,8 %
Besoin de fonds de roulement (BFR) en jours du CA HT	-30,2	-9,5	5,2	-10
Crédits clients en jours de CA HT	0	2	12	2
Crédits fournisseurs en jours de CA HT	12	22	53,1	21
Rotation de stocks en jours de CA HT	3	7	23	5

- Dans les communes de même densité que Apt dans le département, les boulangeries-pâtisseries ont :
 - Un **chiffre d'affaires** médian de environ **167k€**
 - Une **marge brute** médiane de **70% du CA**
 - Une **rentabilité** autour de **17% du CA**

Etendre le portefeuille de commerces de bouche à Apt

3 Etape 3 : préparer le rendez-vous de prospection

	Multiple de CA HT (prix de cession exprimé en % du CA du fonds vendu)		Multiple de EBE		Multiple de Effectif total	
	383 cessions dans la région: Provence-Alpes-Côte d'Azur entre 2015 et 2022	2 399 cessions en France entre 2015 et 2022	214 cessions dans la région: Provence-Alpes-Côte d'Azur entre 2015 et 2022	1 155 cessions en France entre 2015 et 2022	112 cessions dans le département: Vaucluse entre 2015 et 2022	8 672 cessions en France entre 2015 et 2022
Fourchette basse	47,43%	42,33%	3,15	3,85	30 000	32 000
Médiane	70,57%	69,11%	6,21	6,41	47 667	54 167
Fourchette haute	83,29%	87,93%	10,87	11,20	76 167	86 667



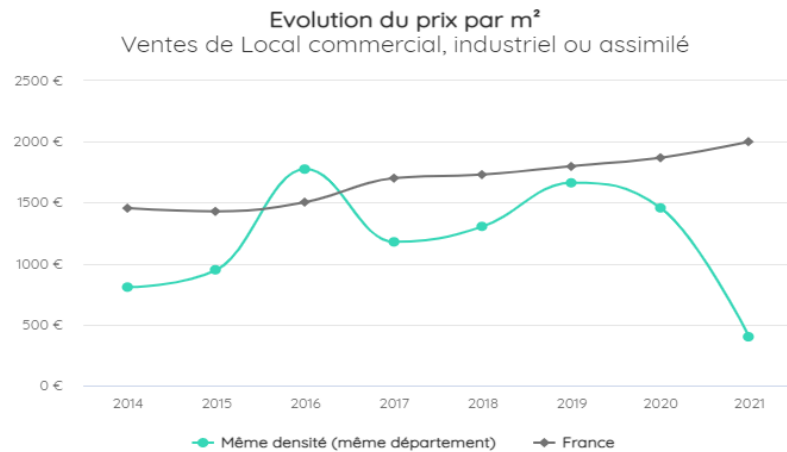
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Communes de même densité que: APT						
Prix médian en €	120 000	115 000	115 000	100 000	132 837	150 000
Évolution en %	+0 %	-4,17 %	+0 %	-13,04 %	+32,84 %	+12,92 %
Nb. de ventes	292	255	251	235	291	71
Volume en M€	41,4	34,06	35,3	32,58	45,07	13,76
France						
Prix médian en €	120 000	130 000	135 000	120 000	150 000	150 000
Évolution en %	-4 %	+8,33 %	+3,85 %	-11,11 %	+25 %	+0 %
Nb. de ventes	2 021	1 740	1 950	1 629	1 999	389
Volume en M€	343,98	321,05	362,41	282,14	403,53	81,16

- Dans la région, un fonds de commerce se vend aux alentours de **70% de son chiffre d'affaires**
- On peut observer une **augmentation des prix des fonds de commerce sur ces trois dernières années.**
- Les prix observés à l'échelle locale semblent alignés avec les prix à l'échelle nationale.

Etendre le portefeuille de commerces de bouche à Apt

3 Etape 3 : préparer le rendez-vous de prospection

	Prix par m2		
	77 ventes dans les communes de même densité que: APT dans le même département (2018-2021)	679 ventes dans le département: Vaucluse (2018-2021)	87 208 ventes en France (2018-2021)
Fourchette basse	754€	833€	973€
Médiane	1 385€	1 377€	1 814€
Fourchette haute	2 842€	2 191€	3 462€



	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Communes de même densité que: APT dans le même département								
Prix par m ²	807€	949€	1 775€	1 178€	1 306€	1 663€	1 457€	400€
Evolution en %		15,0%	46,5%	-50,7%	9,8%	21,5%	-14,1%	-264,3%
Nombre d'observations	2	11	10	23	25	28	19	5
France								
Prix par m ²	1 455€	1 429€	1 504€	1 701€	1 730€	1 800€	1 868€	2 000€
Evolution en %		-1,8%	5,0%	11,6%	1,7%	3,9%	3,7%	6,6%
Nombre d'observations	7 284	14 023	16 878	25 010	26 471	28 892	23 056	8 789

- Dans les communes de même densité que Apt dans le département, un **local commercial se vend aux alentours de 1 385€ par m²**
- On peut observer une **chute importante des prix** à l'échelle locale depuis 3 ans.
- Les prix observés à l'échelle locale restent bien inférieurs aux prix à l'échelle nationale.



Merci pour votre attention!



L'intelligence économique accessible