

Flux de consommation

Qui achète, quoi, où et comment en Auvergne ?

Focus : la consommation des seniors

Potentiel de consommation

Que dépensent les ménages dont le référent a 60 ans et plus ?

- 242 700 ménages dont le référent a 60 ans et plus sur la zone d'enquête (38% des ménages d'Auvergne, soit 5 points de plus que la moyenne nationale).

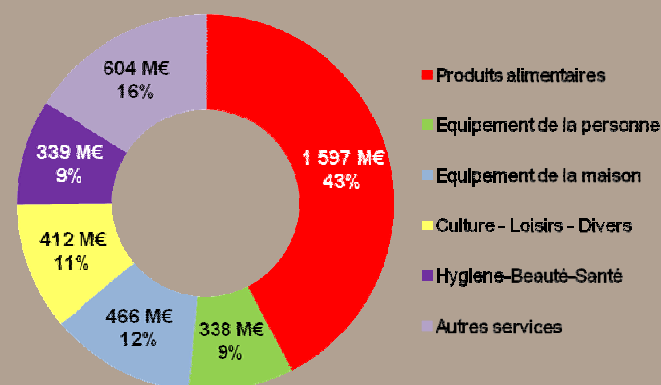
- **Une dépense moyenne annuelle de 15 477 € par ménage** (moyenne Auvergne : 15 068 €), consacrée à 43% aux dépenses alimentaires (moyenne Auvergne : 38%).

- **Un marché total de 3,76 Milliards €**, pour les 41 produits de consommation courante étudiés, soit 38 % de la consommation des ménages d'Auvergne.

- Plus l'âge du référent avance plus la part des dépenses alimentaires croît dans le budget de consommation du ménage. A l'inverse, plus le ménage est jeune, plus il fait la part belle aux dépenses d'équipement de la maison (besoin de s'installer), et aux dépenses d'équipement de la personne et de culture-loisirs.

Pour quels produits ?

Répartition de la dépense commercialisable (DC) par famille de produits

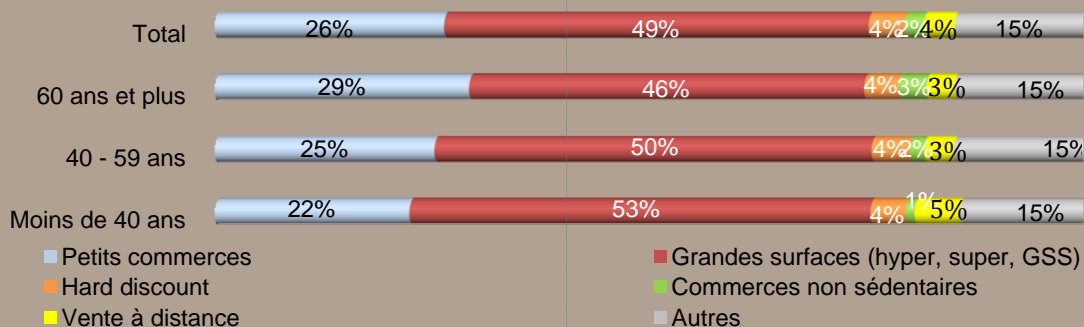


Répartition de la dépense commercialisable par tranche d'âge du référent du ménage

	60 ANS ET PLUS	DE 40 A 59 ANS	MOINS DE 40 ANS	Total
Produits alimentaires	43%	36%	33%	38%
Équipement de la personne	9%	12%	13%	11%
Équipement de la maison	12%	14%	15%	14%
Culture - Loisirs - Divers	11%	14%	15%	13%
Hygiène-Beauté-Santé	9%	8%	8%	9%
Services	16%	16%	15%	16%
Total	38%	49%	13%	100%

Dans quels commerces ?

Répartition de la dépense commercialisable par forme de vente



La part importante de la catégorie « autres » provient de l'intégration dans les Services des postes « carburants et réparation automobile » consommés principalement dans les stations services et garages classés dans cette forme de vente.

Les seniors restent très attachés au format « petit commerce » mais également au commerce non sédentaire (tournées, marchés, halles et foire). Ces formes de vente jouent pour eux à la fois la carte de la proximité, du conseil mais représentent aussi bien souvent un lien social indispensable notamment en milieu rural. Ainsi, 56% des dépenses réalisés dans le commerce non sédentaire sont le fait de ménages de plus de 60 ans. En vente à distance, les seniors restent fidèles aux canaux traditionnels (téléphone et VPC) : ils comptent pour 57% des achats réalisés dans cette forme de vente contre seulement 7% pour les moins de 40 ans.

Faire avancer toutes les envies d'entreprendre

FLUX DE CONSOMMATION

L'outil Flux de Consommation est une **base de données** construite à partir d'une enquête réalisée à la demande des CCI d'Auvergne, par un cabinet spécialisé, **auprès des ménages auvergnats** sur leurs comportements d'achat.

L'objectif est de pouvoir répondre aux questions :
Qui achète ? Quoi ? Où ? Combien ? Comment ?

Il s'agit d'un **outil d'analyse** destiné à réaliser des études sur mesure pour notamment :

- **Analyser** en parallèle l'évolution du tissu commercial et des flux de consommation et établir des scénarii prospectifs.

- **Fournir** des bases de réflexion aux schémas d'équipement commercial.

- **Faciliter** l'examen des projets soumis en Commission Départementale d'Aménagement Commercial.

- **Aider** les commerçants, de toute taille, à réaliser leur étude de marché et à se positionner par rapport à la concurrence.

- **Motiver** les associations de commerçants et les acteurs territoriaux en les informant sur la performance globale de leur espace commercial.

CONTENU ET METHODOLOGIE

Les flux de consommation 2012 ont été mesurés à partir d'une enquête réalisée, par téléphone, de novembre à décembre 2012, auprès d'un échantillon de 4 600 ménages, sélectionnés selon la méthode des quotas, dans des secteurs géographiques dits « secteurs flux ».

Chaque personne interrogée a indiqué, pour 9 produits alimentaires, 29 produits non alimentaires et 3 services, le lieu d'achat qu'elle a fréquenté pour son dernier achat. Un repérage cartographique permet aux enquêteurs d'affecter directement chacun des 143 000 actes d'achat ainsi recensés aux lieux d'achat correspondants.

Par calcul, puis extrapolation statistique, cet outil permet de **reconstituer le niveau d'activité** réalisé par un - ou plusieurs - commerce(s) de la région, pour un - ou plusieurs - produit(s), dans un - ou plusieurs - secteur(s) d'habitation. Les niveaux d'activité des commerces ne tiennent donc pas compte des achats réalisés par les consommateurs résidant hors Auvergne (touristes notamment), ni par les professionnels.

En complément, des **questions qualitatives** ont été posées sur les **nouvelles tendances de consommation** (e-commerce, circuits courts, vente à domicile,...).

LES PRODUITS ETUDIES

☐ Produits alimentaires

- Fruits et légumes frais
- Pain et Pâtisserie
- Viande, volailles, charcuterie, plats cuisinés
- Lait, œufs, produits laitiers, fromage, beurre
- Poisson frais, crustacés
- Produits surgelés
- Boissons alcoolisées (vin, apéritifs, alcools, bières)
- Épicerie courante (y compris boissons non alcoolisées)
- Chocolat, confiserie, café, thé

☐ Equipement de la personne

- Vêtements ou chaussures de sport
- Chaussures de ville Hommes Femmes Enfants
- Habillement Hommes
- Habillement Femmes
- Habillement Enfants 2 à 12 ans
- Layette ou articles de puériculture (y compris mobilier)
- Sous-vêtements, lingerie (Hommes Femmes)
- Horlogerie, bijouterie de valeur (plus de 30 euros)
- Accessoires d'habillement (ceintures, bijouterie fantaisie, barrettes à cheveux, parapluies, foulards)
- Maroquinerie, accessoires, bagages, articles de voyage

☐ Equipement de la maison

- Meubles, literie
- Linge de maison, tissu au mètre, tissu d'ameublement
- Appareils d'équipement ménager (petit et gros électroménager)
- Ustensiles de cuisine, arts de la table, articles de décoration
- Petit et gros bricolage (sols, murs, luminaires)
- Produits d'entretien ménager

☐ Culture, loisirs, divers

- Jardinage, animaux (aliments et accessoires)
- Plantes, fleurs
- Articles de sport (hors vêtements et chaussures), cycles
- Appareils audiovisuels, matériel photo, vidéo, informatique
- Téléphonie et télécommunications (matériel et consommation)
- Jeux, jouets et consoles vidéo
- Livres
- Journaux, revues
- Papeterie et articles de bureau - Mercerie / loisirs créatifs

☐ Hygiène, santé, beauté

- Produits de toilette et hygiène
- Pharmacie, parapharmacie, articles médicaux
- Parfumerie (produits de beauté)
- Optique médicale

☐ Services

- Coiffure, soins de beauté
- Réparation automobile
- Carburant

La base de données des Flux de consommation est un outil des CCI d'Auvergne.

Vous souhaitez une analyse spécifique sur un produit ou un territoire particulier ? Pour tout devis, contactez :

CCI Auvergne – Pôle Observation économique, Etudes, Prospective territoriale

Tél. 04 73 60 46 28 – Fax 04 73 90 89 22 – gsinsard@auvergne.cci.fr