

# Flux de consommation

## Qui achète, quoi, où et comment dans le Cantal ?

Les CCI d'Auvergne ont réalisé une enquête auprès de plus de 4 600 ménages de la région pour analyser leurs habitudes de consommation.

Marché potentiel, origine des clients, attraction / évasion, e-commerce,... autant de sujets appréhendés pour anticiper et comprendre les nouvelles attentes des consommateurs et optimiser la qualité des services et aménagements commerciaux existants et futurs.

### Potentiel de consommation

#### Que dépensent les ménages du Cantal ?

- 69 758 ménages sur la zone d'enquête, soit + 4% depuis 2007, date de la dernière enquête.

- **Une dépense moyenne annuelle de 15 046 € par ménage** (moyenne Auvergne : 15 068 €), consacrée à 39% aux dépenses alimentaires (moyenne Auvergne : 38%).

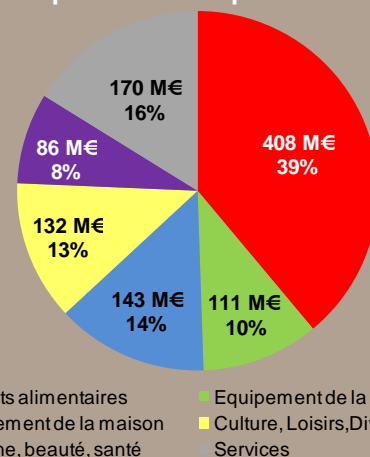
- **Un marché total de 1 050 M€**, pour les 41 produits de consommation courante étudiés, en hausse de 7% par rapport à 2007 (Auvergne : 10%). Cette hausse s'explique pour 4 points par l'augmentation du nombre des ménages et pour 3 points par la hausse des dépenses de chacun d'entre eux.

#### Focus : biens de consommation

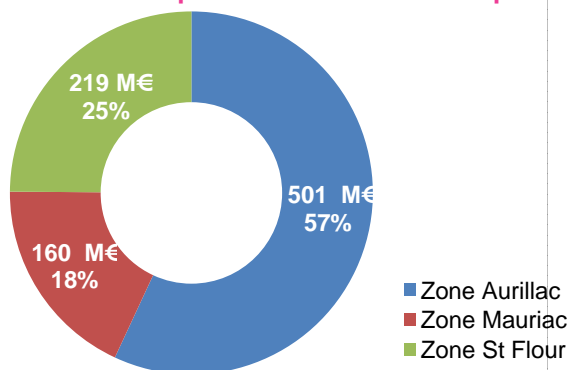
Si l'on excepte les services (coiffure, soins de beauté, réparation auto et carburant), **les biens de consommation représentent près de 880 millions d'euros** de ce marché potentiel.

#### Pour quels produits ?

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



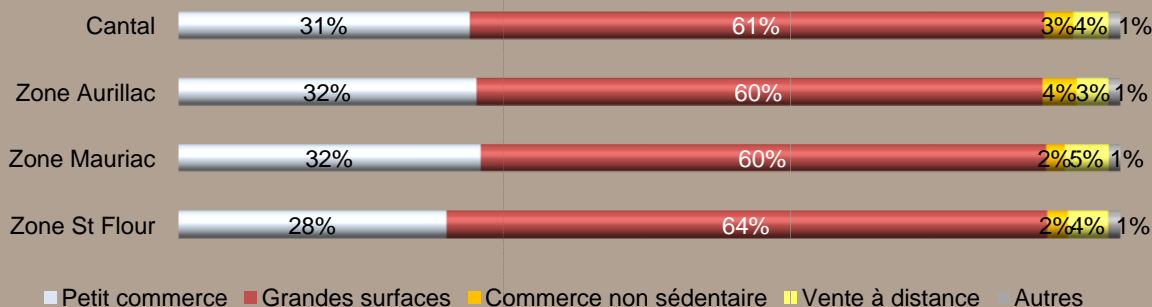
#### Répartition de la dépense commercialisable par territoire



**Plus de la moitié du potentiel de consommation des ménages du Cantal est concentré sur le territoire d'Aurillac ; un quart sur celui de Saint-Flour, le reste à Mauriac.**

**Près des deux tiers de ce potentiel sont dépensés dans des grandes surfaces** (Auvergne : 63%). Cette forme de vente est particulièrement prégnante pour l'alimentaire (68%) alors que le petit commerce résiste bien en non alimentaire (37%). La vente à distance ne représente que 4 % des dépenses de consommation, mais dans cette forme de vente le mode « internet » progresse et concentre désormais 66% des dépenses réalisées à distance.

#### Répartition de la dépense commercialisable par forme de vente



# Flux de consommation

## Où les consommateurs font-ils leurs achats ?

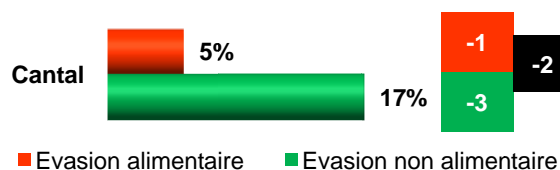
Toutes catégories de produits confondues (alimentaire et non alimentaire) :

- 89% de la dépense des ménages du Cantal restent dans le département ;
- 3% vont sur les autres départements de la région ;
- 4% s'échappent hors de l'Auvergne ;
- 4% partent sur de la vente à distance (VAD).

### FOCUS : Flux intra départementaux

		Lieux d'achat		
		Zone Aurillac	Zone Mauriac	Zone St Flour
Lieux de résidence	Zone Aurillac	98%	1%	1%
	Zone Mauriac	13%	85%	2%
	Zone St Flour	7%	3%	90%

### Evasion par catégorie de produits et évolution de l'évasion entre 2007 et 2012



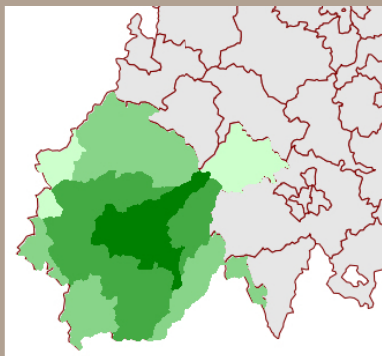
Des écarts significatifs apparaissent surtout lorsqu'on différencie les produits. En non alimentaire, l'évasion reste élevée. La proximité puydomoise joue sur St Flour (évasion de 5% de la dépense) mais c'est sur Mauriac que l'évasion est la plus forte notamment hors Auvergne (10% vers la Corrèze et 5% en VAD)

Toutefois, quelle que soit la catégorie de produit, l'évasion est en recul par rapport à ce qu'elle était en 2007, signe probable d'une meilleure adéquation de l'offre à la demande commerciale.

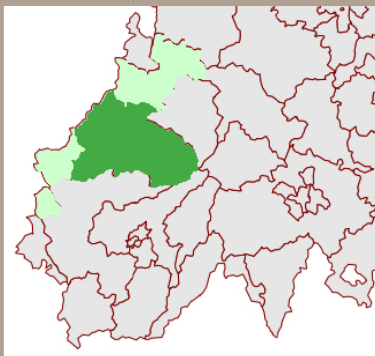
### Zones de chalandise des principales unités urbaines du Cantal

L'intensité de la couleur reflète l'intensité de l'attraction des clientèles des zones d'habitation considérées. Ainsi, St Flour a une attraction diffuse sur un vaste territoire, Mauriac une attraction relativement forte mais sur un territoire très limité, et Aurillac combine une emprise forte sur un territoire étendu.

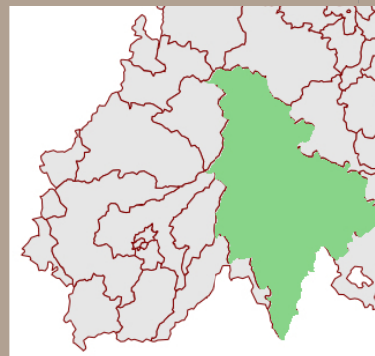
#### ► Aurillac



#### ► Mauriac



#### ► Saint-Flour

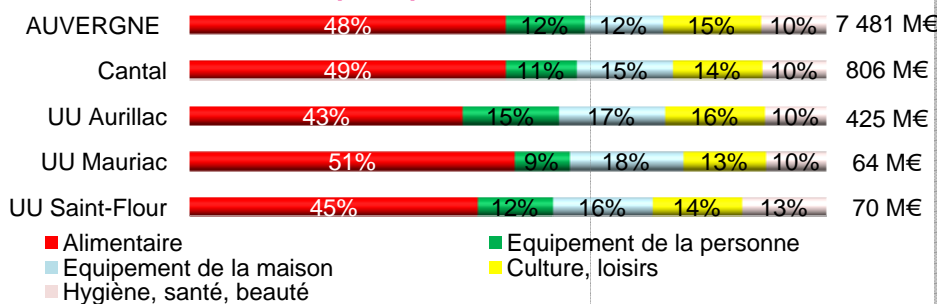


Emprise faible (10 à 20%)  
  Emprise moyenne (20 à 50%)  
  Emprise forte (50 à 80%)  
  Emprise très forte (80 à 100%)

# Activité des commerces

## Quel niveau d'activité pour les principales unités urbaines ?

### Chiffres d'affaires des principales unités urbaines du Cantal



L'activité des commerces du Cantal contribue pour 11% à l'activité régionale générée par les ménages de la région et ceux des départements limitrophes.

L'unité urbaine d'Aurillac capte à elle seule 53% de l'activité des commerces du département.

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