

# Flux de consommation

## Qui achète, quoi, où et comment en Haute-Loire ?

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 de Haute-Loire ?

- 98 935 ménages sur la zone d'enquête, soit + 7% depuis 2007, date de la dernière enquête.

- **Une dépense moyenne annuelle de 15 531 € par ménage** (moyenne Auvergne : 15 068 €), consacrée à 39% aux dépenses alimentaires (moyenne Auvergne : 38%).

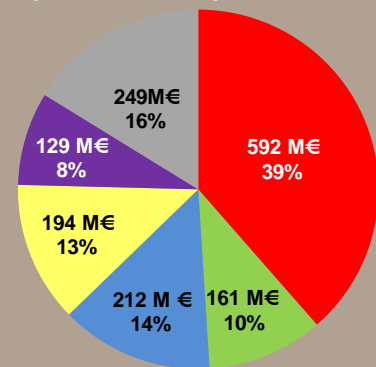
- **Un marché total de 1 537 M€**, pour les 41 produits de consommation courante étudiés, en hausse de 11% par rapport à 2007 (Auvergne : 10%). Cette hausse s'explique pour 7 points par l'augmentation du nombre des ménages et pour 4 points par la hausse des dépenses de chacun d'entre eux.

#### Focus : biens de consommation

Si l'on excepte les services (coiffure, soins de beauté, réparation auto et carburant), **les biens de consommation représentent 1 287 millions d'euros** dans ce marché potentiel.

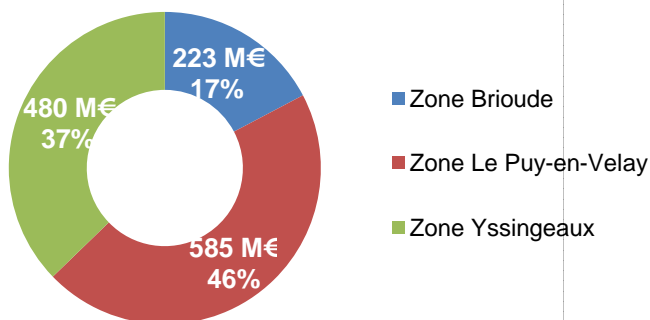
#### Pour quels produits ?

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



■ Produits alimentaires ■ Équipement de la personne  
■ Équipement de la maison ■ Culture, Loisirs, Divers  
■ Hygiène, beauté, santé ■ Services

#### Répartition de la dépense commercialisable par territoire

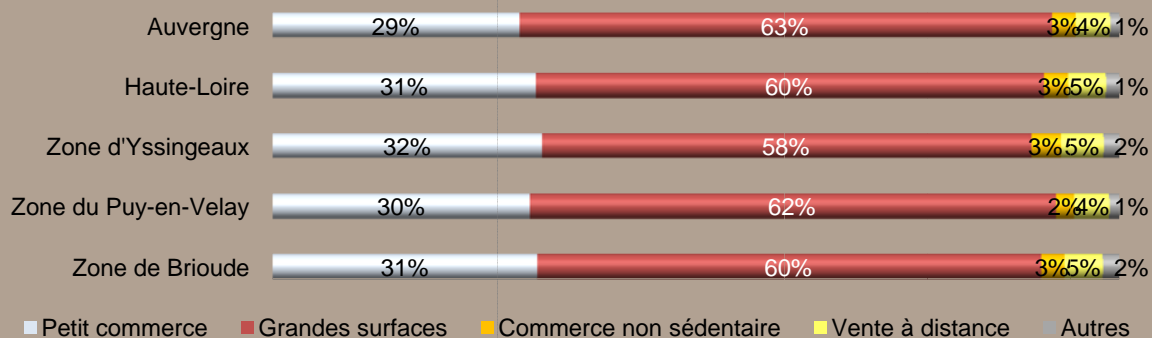


**83% du potentiel de consommation se concentrent sur le Centre – Est du département.**

**60% de ce potentiel sont dépensés dans des grandes surfaces** (Auvergne : 63%). Cette forme de vente est particulièrement prégnante pour l'alimentaire (66%) alors que le petit commerce résiste bien en non alimentaire (36%).

La vente à distance représente 5 % des dépenses de consommation (7% des dépenses non alimentaires), mais dans cette forme de vente, le mode « internet » progresse et concentre désormais 64% des dépenses réalisées à distance (74% pour les achats non alimentaires).

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



# Flux de consommation

## Où les consommateurs font-ils leurs achats ?

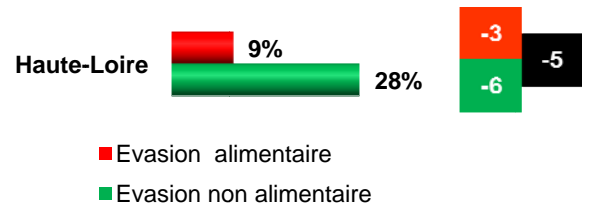
Toutes catégories de produits confondues (alimentaire et non alimentaire) :

- 81% de la dépense des ménages de Haute-Loire restent dans le département ;
- 2% vont sur les autres départements de la région ;
- 12% s'échappent hors de l'Auvergne ;
- 5% partent sur de la vente à distance (VAD).

### FOCUS : Flux intra départementaux

		Lieux d'achat		
		Zone de Brioude	Zone du Puy-en-Velay	Zone d'Yssingeaux
Lieux de résidence	Zone de Brioude	92%	8%	0%
	Zone du Puy-en-Velay	2%	95%	4%
	Zone d'Yssingeaux	0%	8%	92%

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

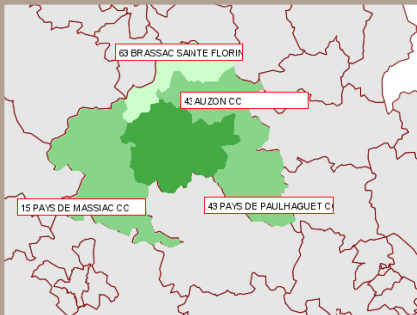


La Haute-Loire est le département d'Auvergne où l'évasion est la plus forte (19% contre 9% en moyenne sur la région), notamment pour les dépenses non alimentaires. La proximité d'une offre attractive dans le Puy-de-Dôme pour les ménages de Brioude, et sur Saint-Etienne pour ceux d'Yssingeaux, y contribue fortement. L'unité urbaine du Puy-en-Velay arrive néanmoins à attirer une part significative des dépenses des ménages altiligériens grâce à une offre diversifiée et assez bien adaptée aux attentes de ces ménages.

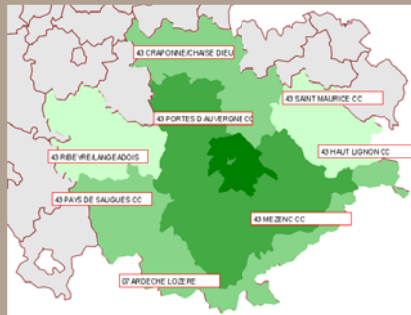
### Zones de chalandise des principales unités urbaines de Haute-Loire – Non alimentaire

L'intensité de la couleur reflète l'intensité de l'attraction des clientèles des zones d'habitation considérées. Ainsi, Brioude a une attraction diffuse sur un territoire assez vaste, Yssingeaux une attraction plutôt faible et concentrée sur un territoire très limité, et Le Puy-en-Velay combine une emprise forte sur un territoire étendu.

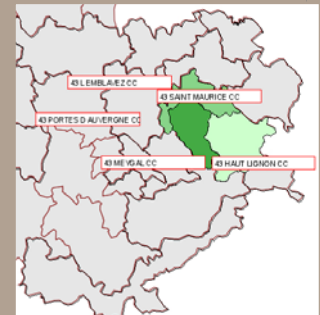
#### ► Brioude



#### ► Le Puy-en-Velay



#### ► Yssingeaux

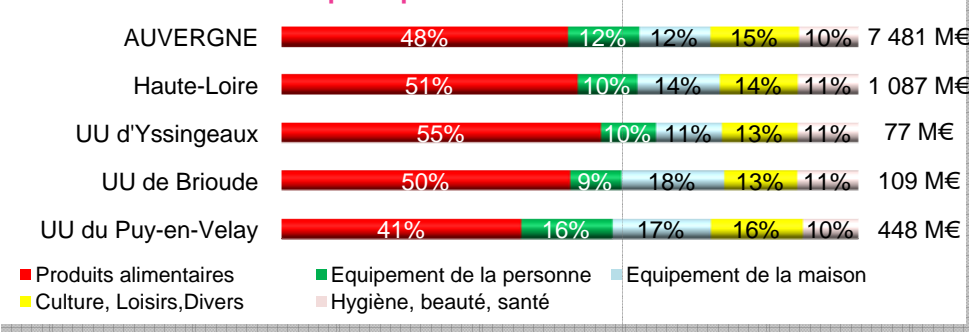


Emprise faible (10 à 20%)
  Emprise moyenne (20 à 50%)
  Emprise forte (50 à 80%)
  Emprise très forte (80 à 100%)

# Activité des commerces

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

### Niveau d'activité des principales unités urbaines de Haute-Loire



L'activité des commerces de Haute-Loire contribue pour 14,5% à l'activité régionale générée par les ménages de la région et ceux des départements limitrophes.

L'unité urbaine du Puy-en-Velay capte à elle seule 41% 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