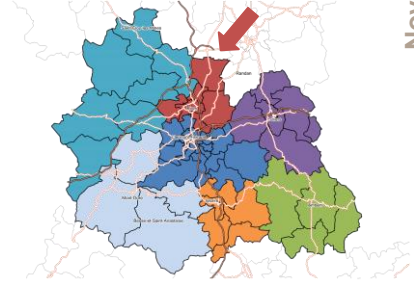


Flux de consommation

Qui achète, quoi, où et comment dans le PUY-DE-DÔME ?

Focus : zone de Riom

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 / évation, 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 PUY-DE-DÔME ?

- 306 065 ménages sur la zone d'enquête, soit + 7% depuis 2007, date de la dernière enquête.

- **Une dépense moyenne annuelle de 15 296 € par ménage** (moyenne Auvergne : 15 068 €), consacrée à 38% aux dépenses alimentaires (moyenne Auvergne : 38%).

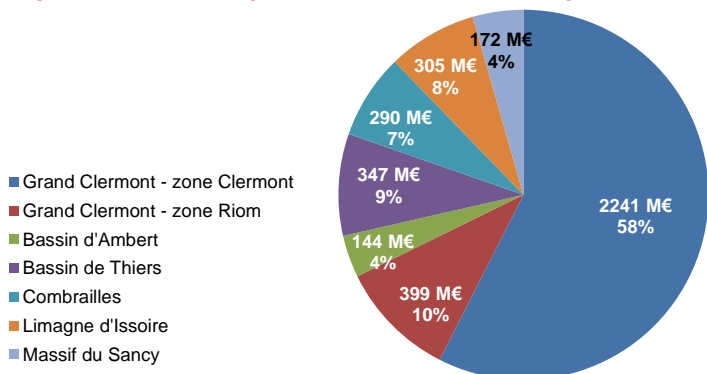
- **Un marché total de 4 682 M€**, pour les 41 produits de consommation courante étudiés, en hausse de 11 % par rapport à 2007 (Auvergne : 10 %). Cette hausse s'explique pour 7 points par l'augmentation du nombre des ménages et pour 4 points par la hausse des dépenses de chacun d'entre eux (hausse à mettre en regard de l'inflation correspondante, de 3% sur la période).

Focus : biens de consommation

Si l'on excepte les services enquêtés (coiffure-soins de beauté, réparation auto et carburant), **les biens de consommation représentent 3 949 millions d'euros** dans ce marché potentiel.

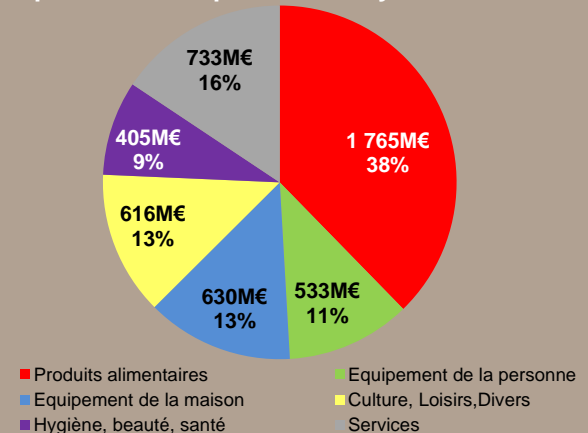
La zone de Riom est le 2^{ème} marché du département : 399 M€ (10 % du Puy-de-Dôme, similaire à son poids en nombre de ménages).

Répartition de la dépense commercialisable par territoire



Pour quels produits ?

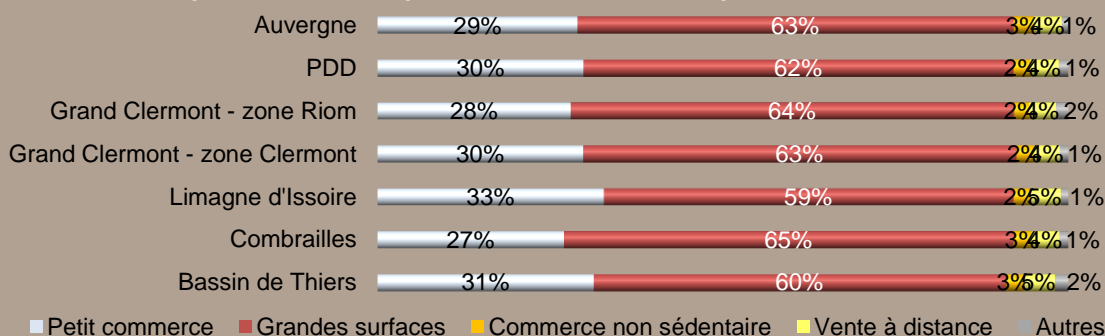
Répartition de la dépense commercialisable (DC) par famille de produits - Puy-de-Dôme



Ces dépenses de consommation ne pèsent qu'environ 40% de l'ensemble des dépenses des ménages, le reste étant consacré au logement, transport...

Près des deux tiers (62%) des dépenses de consommation des ménages du Puy-de-Dôme sont réalisées dans des grandes surfaces (Auvergne : 63%). Cette forme de vente est particulièrement prégnante pour l'alimentaire (68%) alors que les commerces de moins de 300 m² résistent mieux en non alimentaire (35%). La vente à distance ne représente que 4 % des dépenses de consommation (6% des achats non-alimentaires), mais à l'intérieur de cette forme de vente le mode « Internet » progresse et concentre désormais 67% des dépenses réalisées à distance (77% en non alimentaire).

Répartition de la dépense commercialisable par forme de vente



Zone de Riom :

La répartition des dépenses des ménages de la zone se distingue surtout dans la catégorie « grandes surfaces » avec un poids plus important des hypers (+8 points / zone de Clermont et + 10 pts / moyennes Auvergne et Puy-de-Dôme).

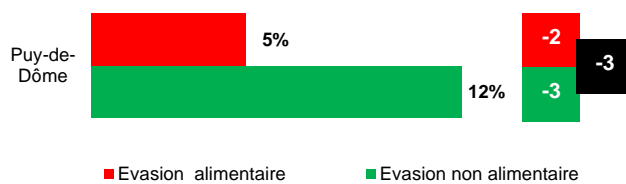
Flux de consommation

Où les consommateurs font-ils leurs achats ?

Toutes catégories de produits confondues (alimentaire et non alimentaire), l'évasion est faible et s'est réduite de façon très significative par rapport à 2007 :

- 91% de la dépense des ménages du Puy-de-Dôme restent dans le département → 9% d'évasion hors du département
- 3% vont sur les autres départements de la région ;
- 2% s'échappent hors de l'Auvergne ;
- 4% partent sur de la vente à distance (VAD).

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



Les destinations d'achat montrent une certaine mobilité des résidents de ce secteur pour leurs emplettes : 33% de leurs dépenses sont réalisées hors de la zone. Si l'attractivité de Clermont se poursuit, la mobilité se confirme au sein de la plaque urbaine, notamment vers Vichy.

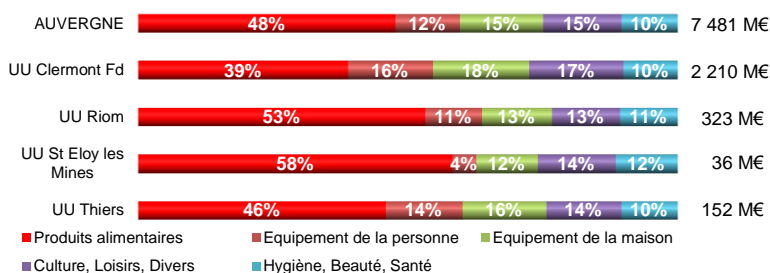
FOCUS : Rétention / Evasion (tous produits)

Lieux de résidence	Puy-de-Dôme									Hors Auvergne	VAD
	Allier	Cantal	Haute-Loire								
Puy-de-Dôme	2%	0%	1%	91%					2%	4%	
				GC - zone Clermont	GC - zone Riom	Bassin d'Ambert	Bassin de Thiers	Combrailles			
Grand Clermont - zone Clermont	0%	0%	0%	89%	4%	0%	1%	0%	2%	4%	
Grand Clermont - zone Riom	4%	0%	0%	22%	67%	0%	1%	0%	2%	4%	
Bassin de Thiers	4%	0%	0%	18%	1%	2%	67%	0%	3%	5%	
Combrailles*	8%	0%	0%	20%	21%	0%	0%	42%	4%	4%	

* plus 1% en direction de la zone Sancy

Activité des commerces

Quel niveau d'activité pour les principales unités urbaines ?



L'activité des commerces du Puy-de-Dôme contribue pour 49 % à l'activité régionale générée par les ménages de la région et ceux des départements limitrophes.

Boostée par l'attractivité de 2 hypermarchés, l'activité de l'unité urbaine de Riom est fortement orientée sur l'alimentaire, et subit fortement l'attractivité clermontoise pour les achats non alimentaires.

Pôles commerciaux – niveau d'activité des pôles du SCoT (sans les services)

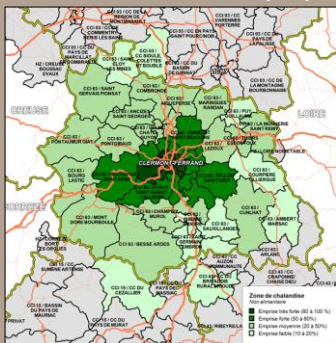
1. CLERMONT SUD AUBIERE – 666 M€
2. CLERMONT CENTRE-VILLE – 294 M€
3. CLERMONT BREZET – 195 M€
4. LEMPDES LE PONTEL – 170 M€
5. RIOM ESPACE MOZAC – 150 M€
6. COURNON SARLIEVE – 99 M€
7. CLERMONT NORD – 97 M€
8. RIOM SUD – 88 M€
9. RIOM CENTRE-VILLE – 41 M€
10. CLERMONT GRAVANCHE – /
11. RIOM EST – /

• Les 12 pôles commerciaux identifiés réalisent 65 % du niveau d'activité de l'ensemble du commerce du Grand-Clermontois pour ce qui concerne l'alimentaire + le non alimentaire (sans les services).
 • Ils présentent 61% des 2 700 commerces, 79% des 680 000m² de surface de vente et 71% des 15 500 emplois (salariés et non salariés) du commerce Grand-Clermontois. (source : Observatoire Régional du Commerce, septembre 2013)

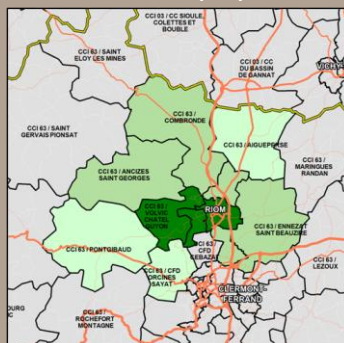
Zones de chalandise des principales unités urbaines du Puy-de-Dôme - Non alimentaire

L'intensité de la couleur reflète l'intensité de l'attraction des clientèles des zones d'habitation considérées. Capitale régionale, la zone de chalandise de Clermont s'étend au-delà des frontières du département. Celle de Riom est relativement étendue mais faible en intensité ; celle d'Issoire est relativement forte sur tout le sud du département. Les contours des zones de chalandise de Riom au nord et Issoire au sud, s'expliquent par leur proximité avec la zone de chalandise clermontoise.

➤ Clermont-Ferrand (UU)



➤ Riom (UU)



➤ Issoire (UU)



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

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