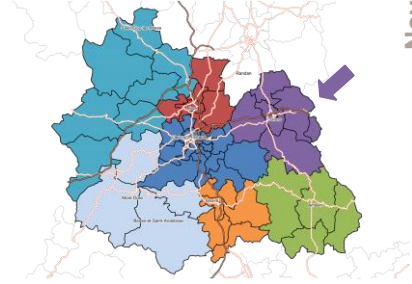


# Flux de consommation

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

### Focus : zone de Thiers

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 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).

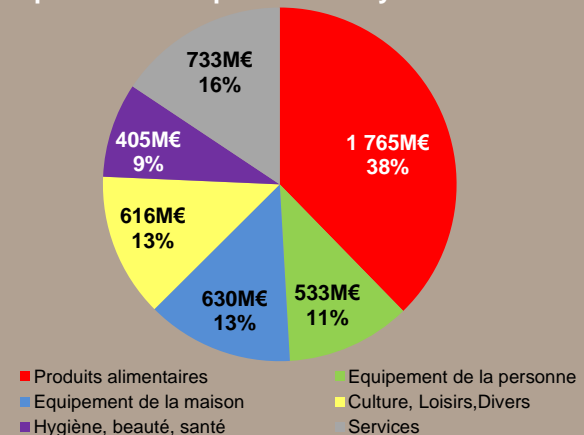
### Focus : biens de consommation

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 Thiers représente 347 M€ (9% du Puy-de-Dôme, similaire à son poids en nombre de ménages).*

### Pour quels produits ?

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

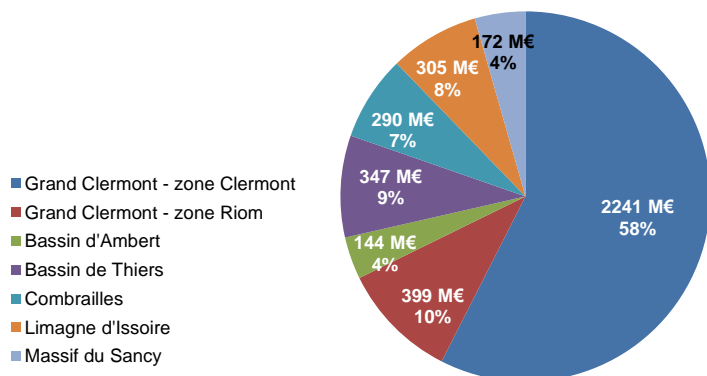


Ces dépenses de consommation ne pèsent qu'environ 40% de l'ensemble des dépenses des ménages, le reste étant consacré au logement, transport...

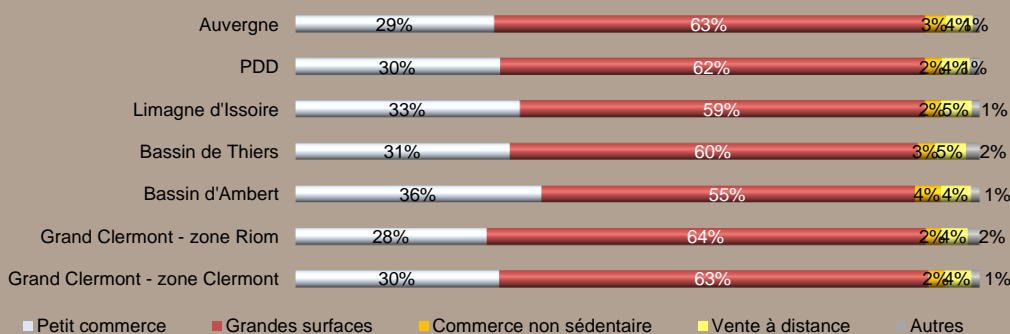
### Près des deux tiers (62%) des dépenses de consommation des ménages du Puy-de-Dôme sont réalisées dans des grandes surfaces

(Auvergne : 63%). Cette forme de vente est particulièrement prégnante pour l'alimentaire (68%) alors que les commerces de moins de 300 m<sup>2</sup> résistent mieux en non alimentaire (35%). La vente à distance ne représente que 4 % (*zone de Thiers : 5%*) 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 territoire



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



### Zone de Thiers :

*Les petits commerces gardent une emprise forte. Parmi les grandes surfaces, les supermarchés enregistrent une part de marché plus importante que sur l'ensemble du département (+ 4 pts). Enfin, la part des commerces non sédentaires et des autres formes de vente (vente directe...) pèse autant que la Vente à Distance (5%).*

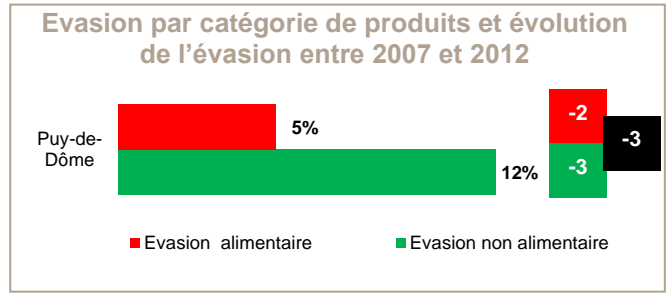
Faire avancer toutes les envies d'entreprendre

# 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).



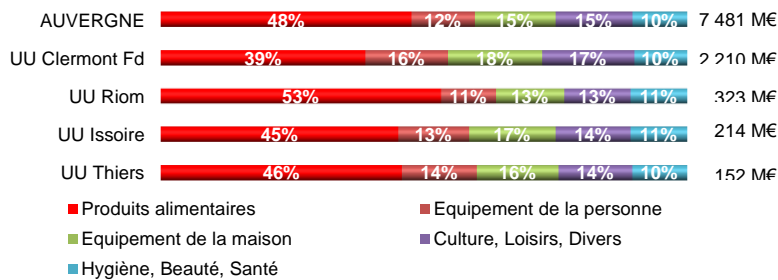
### FOCUS : Rétention / Evasion (tous produits)

Lieux de résidence	Lieux d'achat : vers quels départements ?						Hors Auvergne	VAD		
	Allier	Cantal	Haute-Loire	Puy-de-Dôme						
Puy-de-Dôme	2%	0%	1%	91%			2%	4%		
				GC - zone Clermont	GC - zone Riom	Bassin de Thiers	Bassin d'Ambert	Limagne d'Issoire		
Grand Clermont - zone Clermont	0%	0%	0%	89%	4%	1%	0%	0%	2%	4%
Bassin de Thiers	4%	0%	0%	18%	1%	67%	2%	0%	3%	5%
Bassin d'Ambert	0%	0%	2%	9%	0%	5%	71%	2%	6%	5%
Limagne d'Issoire	0%	0%	3%	14%	0%	0%	0%	76%	2%	5%

Les destinations d'achat montrent une certaine mobilité des résidents du secteur de Thiers pour leurs emplettes : 33% de leurs dépenses se font hors de la zone. Si l'attractivité de Clermont se poursuit, la mobilité se confirme, notamment vers l'Allier (Vichy).

## 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.

L'activité de l'unité urbaine de Thiers est assez équilibrée entre alimentaire et non alimentaire, avec une bonne résistance de l'équipement de la personne et de la culture-loisirs, par comparaison à d'autres UU pourtant plus importantes.

### SCoT du Grand Clermont

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

- CLERMONT SUD AUBIERE – 666 M€
- CLERMONT CENTRE-VILLE – 294 M€
- CLERMONT BREZET – 195 M€
- LEMPDES LE PONTEL – 170 M€
- RIOM ESPACE MOZAC – 150 M€
- COURNON SARLIEVE – 99 M€
- CLERMONT NORD – 97 M€
- RIOM SUD – 88 M€
- RIOM CENTRE-VILLE – 41 M€
- CLERMONT GRAVANACHE – /
- RIOM EST – /

#### Niveau d'activité des pôles thiernois :

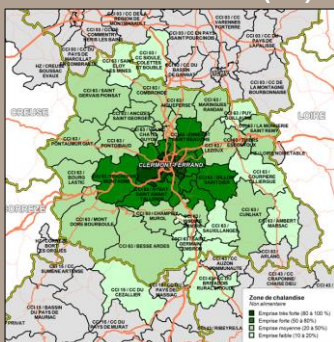
- Varenne + Molles : 110 M€
- Le Moutier + centre-ville : 28 M€

- 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 000m<sup>2</sup> 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 d'Issoire est relativement forte sur tout le sud du département et contrainte, au nord, par Clermont. Sur l'Est du département, la zone de chalandise clermontoise recouvre totalement celle de Thiers. En arrière-plan, la zone de chalandise de Thiers est cependant réelle : d'emprise moyenne mais étendue, le commerce thiernois capte des dépenses de ménages résidant hors Auvergne.

#### ➤ Clermont-Ferrand (UU)



#### ➤ Thiers (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