

Flux de consommation

Qui achète, quoi, où, comment et combien dans l'Allier ?



► 2019

**CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE DE L'ALLIER**

Siège et délégation de Moulins
17 cours Jean Jaurès
03000 Moulins
T. 04 70 35 40 00

Délégation de Montluçon
15 boulevard Carnot
03100 Montluçon
T. 04 70 02 50 00

Délégation de Vichy
5-15 rue Montaret
03205 Vichy Cedex
T. 04 70 30 41 00

QUI ACHÈTE, QUOI, OÙ, COMMENT ET COMBIEN DANS L'ALLIER ?

En 2018, la CCI de l'Allier a mené
sa **5^{ème} enquête**
sur la consommation des ménages

➔ **1 140 ménages interrogés**

➔ **La question « Où avez-vous fait votre dernier achat... » a été déclinée sur :**

- **12 produits alimentaires :**

Fruits et légumes frais, pain - pâtisserie - viennoiserie fraîche, charcuterie - produits traiteur - plats cuisinés, viande - volaille, poissons frais - crustacés - coquillages, épicerie, œuf - lait - beurre, fromages, boissons alcoolisées, café - thé - chocolat - confiseries, boissons non alcoolisées, produits surgelés.

- **32 produits non alimentaires :**

Vêtements et chaussures de sport, chaussures de ville, vêtements pour enfants de 0 à 11 ans y compris landau et layette, vêtements ados, articles de prêt à porter féminin, articles de prêt à porter masculin, sous-vêtements femme/homme, accessoires habillements, bijouterie - horlogerie, articles de maroquinerie et des bagages, optique, mobilier, vaisselle - verrerie - couverts - articles arts de la table & articles de décoration et luminaires, linge de maison ou tissu au mètre, petit & gros électro-ménager, fleurs - plantes intérieur, plantes - jardinage, petit bricolage et gros bricolage, revêtements murs et sols, produits entretien, appareil tv vidéo photo, appareils hi-fi ou radio instrument musique, informatique - multimédia - console de jeux, cd - dvd - autres consommables multimédia, téléphonie et télécommunications, articles de sport, jeux - jouets, livres & papeterie, revues - magazines - journaux, produits de toilette et hygiène, parfumerie - produits de beauté, parapharmacie - pharmacie.

- **1 service :**

Coiffeur - soins de beauté.

ENTREPRISES, ENSEIGNES, FRANCHISES, COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

VOUS AVEZ DES BESOINS ? NOUS AVONS LES SOLUTIONS !

→ Vous êtes une entreprise, une enseigne, une franchise, un commerce indépendant, un créateur, un repreneur et vous souhaitez :

- Implanter ou étendre un point de vente.
- Optimiser le positionnement de votre enseigne.
- Elargir votre gamme de produits.

→ Vous êtes une collectivité territoriale et vous souhaitez :

- Mener une opération d'aménagement commercial.
- Analyser la performance des commerces de votre territoire.
- Comprendre les dynamiques de consommation de votre territoire.

→ L'enquête flux de consommation vous permet d'identifier :

- **Le potentiel de consommation des ménages¹** d'un territoire et leurs **habitudes d'achat**.
- **L'évasion commerciale²**.
- **Le niveau d'activité³ des commerces des territoires**.
- **La zone de chalandise des commerces**.
- **L'attraction commerciale⁴**.
- **Les concurrents et leurs parts de marchés**.
- **Les évolutions de la consommation et de l'activité commerciale entre 2012 et 2018**.

¹ Ensemble des dépenses de consommation des ménages susceptibles de transiter par une forme de commerce (y compris la vente à distance).

² Part du potentiel de consommation d'un territoire dépensée dans des commerces hors du territoire.

³ Ce qui est dépensé dans les commerces quelque-soit l'origine géographique des clients. Diffère légèrement du chiffre d'affaires car ne prend pas en compte les achats des touristes, ni ceux des administrations et entreprises.

⁴ Part du potentiel de consommation dépensée dans les commerces par des ménages extérieurs au territoire.

EQUIPEMENT COMMERCIAL

2 024 commerces
de moins de 300 m².

46 %
des communes
de l'Allier ne
disposent plus
de commerce¹.

331 grandes et
moyennes surfaces
(surface de vente
supérieure à 300 m²).

22 %
des communes
de l'Allier disposent
d'un seul commerce.



64 %
des commerces
(toutes surfaces
confondues)

74 %
des surfaces
commerciales

sont concentrées
dans les **3** unités urbaines de l'Allier
de Montluçon, Moulins, Vichy

¹ Hors bar, restaurant, hôtel

NIVEAU D'ACTIVITÉ DES COMMERCES

→ Montant et répartition géographique

1,98
milliard
d'euros

80 %
du niveau d'activité
est réalisé dans les
3 principales Communautés
d'Agglomération de l'Allier :
Montluçon, Moulins
et Vichy.

→ Evolution du niveau d'activité 2012-2018

+5%

→ Répartition par forme de vente

73 %
du niveau d'activité est réalisé dans
les grandes et moyennes surfaces
(hypermarché, supermarché, hard-discount,
grande surface spécialisée).

24 %
dans les commerces
de moins de 300 m².

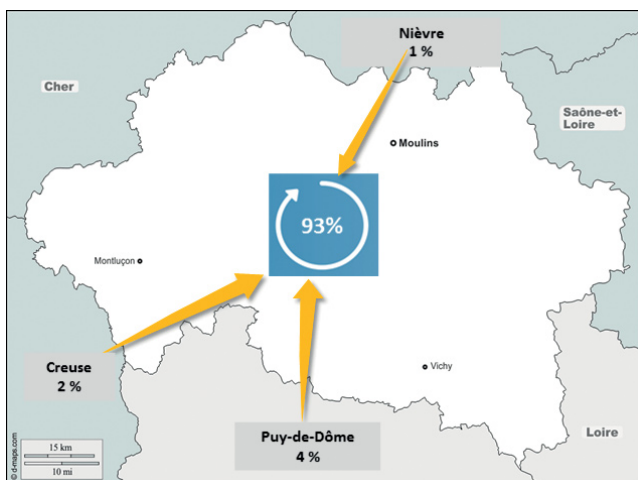
3 %
sur les marchés
et dans les autres
formes de vente.

Entre 2012 et 2018, le niveau d'activité des commerces de moins de 300 m² est en recul.

NIVEAU D'ACTIVITÉ DES COMMERCES

→ D'où viennent les clients des commerces de l'Allier ?

93 %
du niveau d'activité est réalisé par les ménages de l'Allier.



L'attraction est faible

7 %
du niveau d'activité est réalisé par des ménages originaires des départements limitrophes : Creuse, Nièvre et surtout Puy-de-Dôme.

CONSOMMATION DES MÉNAGES

→ Contexte

- Une population qui diminue.
- Une population âgée.
- Des consommateurs hyperconnectés et informés.
- Un taux de pauvreté élevé.



→ Le potentiel de consommation de l'Allier¹

2,01
milliards
d'euros

dont

45 %
consacré aux
seules dépenses
alimentaires.

Entre 2012
et 2018,
le potentiel de
consommation
de l'Allier a peu
progressé :

+ 3 %

¹ Ensemble des dépenses de consommation des ménages susceptibles de transiter par une forme de commerce (y compris la vente à distance).

CONSOMMATION DES MÉNAGES

→ Où les ménages font-ils leurs achats ?

Les Bourbonnais effectuent à **92 %** leurs achats dans les commerces de l'Allier.

Faible évasion¹ des dépenses des ménages :

8 % dont 3 % en vente à distance : vente en ligne et vente par correspondance.

→ La consommation des ménages par forme de vente

Les ménages Bourbonnais privilégient la grande distribution à **70 %**

Pour l'alimentaire, ce chiffre atteint **80 %**. Il est de **62 %** pour les produits non-alimentaire.

¹ Dépenses que les ménages bourbonnais font en dehors du département.

FOCUS SUR LA VENTE EN LIGNE

5 %
du potentiel de
consommation
non-alimentaire
des ménages
Bourbonnais.

Entre 2012 et 2018, les
montants dépensés en ligne
par les ménages Bourbonnais
via internet progressent de
42 %

FOCUS SUR LE COMMERCE NON-SÉDENTAIRE

4 %
du potentiel
de consommation
alimentaire des
ménages
bourbonnais.

Entre 2012 et 2018, les
montants dépensés sur les
marchés par les ménages
Bourbonnais pour leurs
dépenses alimentaires
diminuent de
2 %

FOCUS SUR LE BIO

30 %
des ménages bourbonnais
achètent des produits bio
au moins une fois par semaine.

39 %
des ménages
bourbonnais
n'achètent pas
de produits bio.

58 %
des ménages privilégient les grandes et moyennes
surfaces pour leurs achats de produits bio.

FOCUS SUR LA RESTAURATION

32 %
des actifs déjeunent hors
de leur domicile à midi au
moins une fois par semaine.

40 %
des ménages vont au
restaurant le soir ou
le week-end au moins
une fois par mois.

35 %
des ménages ne vont jamais au restaurant.

SYNTHÈSE

Potentiel de consommation
des ménages de l'Allier

2,01
milliards d'€

Évasion
8 %
(160 millions)

- Vente à distance : 3 %
- Cher : 0,5 %
- Puy-de-Dôme : 2 %
- Saône et Loire : 1 %
- Diffus : 1,5 %

Rétention
92 %
(1,850 milliards
d'€)

Contribution
93 %
(1,850 milliards)

1,98
milliards d'€

Attraction
7 %
(130 millions)

- Puy-de-Dôme : 4 %
- Creuse : 2 %
- Nièvre : 1 %

**Niveau d'activité
des commerces de l'Allier**

NOS SOLUTIONS SUR-MESURE AU SERVICE DE VOS OBJECTIFS

➔ **Entreprises, commerces, franchisés, indépendants, créateurs, repreneurs**

- Connaître votre environnement avant d'entreprendre un nouveau projet.
- Délimiter votre zone de chalandise.
- Appréhender les habitudes de consommation de vos clients.
- Evaluer la pertinence :
 - du développement de nouveaux produits
 - de la rénovation de votre boutique
 - de l'ouverture, de la reprise d'un point de vente.

➔ **Collectivités territoriales**

- Bénéficier d'un outil d'analyse précis du commerce de votre territoire et de ses potentialités.
- Disposer d'un outil d'aide à la décision pour mener vos projets : dynamisation, animation, développement.



**BÉNÉFICIEZ D'UN ACCOMPAGNEMENT
SUR-MESURE, ADAPTÉ À VOTRE PROJET.**

Contact : 04 70 02 50 15 - etude@allier.cci.fr

Ayez le CCI Réflexe

