

COMPORTEMENT D'ACHAT DES MÉNAGES

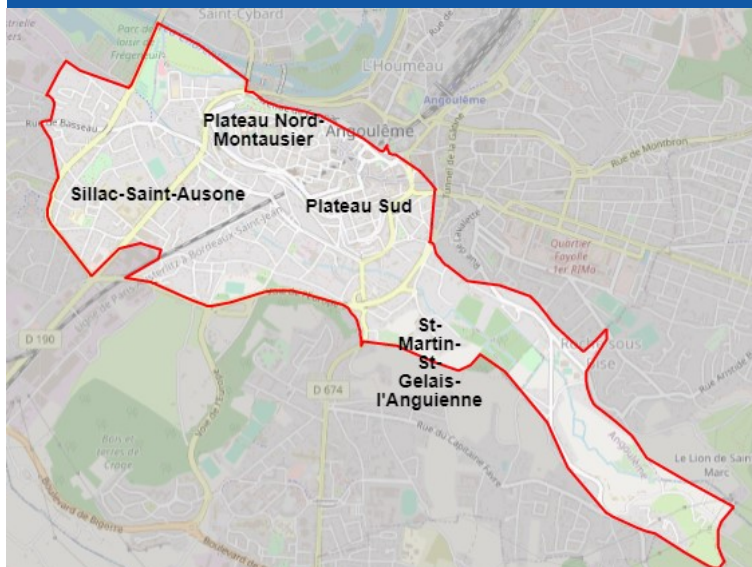
Angoulême

Plateau Nord-Montausier, Plateau Sud, Sillac-Saint-Ausone

Février 2023



Le territoire étudié : Plateau Nord-Montausier, Plateau Sud, Sillac-Saint-Ausone, Saint Martin-Saint Gelais-l'Anguienne



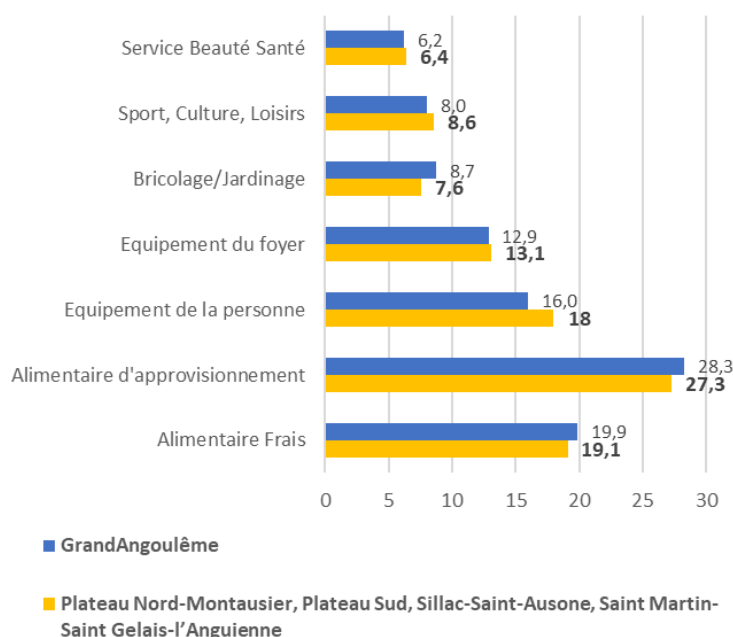
11 148 habitants



6 518 ménages

La consommation par familles de produits

Répartition des dépenses des ménages selon la famille de produits (en %)



Le potentiel de consommation des ménages du secteur « Plateau Nord-Montausier, Plateau Sud, Sillac-Saint Ausone, Saint Martin, Saint Gelais » atteint **77,7 Millions d'€ soit 11 695 €** par ménage. Il se situe à un niveau inférieur à celui mesuré sur GrandAngoulême (13 445 €).

Les ménages de ces quartiers consacrent environ 46,4 % de leurs dépenses de consommation courante vers des produits alimentaires, **soit près de 2 points de moins que l'observation faite pour un ménage moyen de GrandAngoulême.**

Comparaison faite avec le comportement d'achat des ménages de l'Agglomération pour les produits non alimentaires, on observe une ventilation des dépenses assez proche avec néanmoins :

. Une surreprésentation significative des dépenses dans l'équipement de la personne pour les ménages de ces quartiers (+2 points) et les produits **Sport/Culture/Loisirs** (+0,6 point).

. En revanche, la part des dépenses de ces ménages vers la famille de produits « **Bricolage-Jardinage** » est moins importante que celle mesurée globalement pour les ménages de l'Agglomération (-1,1 point).

Qui ? achète Quoi ? Où ? Combien ? - méthodologie

Une enquête menée auprès d'un panel représentatif de ménages permet de dresser leur comportement d'achat pour 38 produits de consommation courante (alimentaire, non alimentaire), au regard des différentes formes de vente (commerces de moins de 300 m², supermarché, vente à distance,...) et des montants dépensés.

Les montants affichés concernent donc les dépenses des ménages résidents pour ces produits. Les dépenses des professionnels, des touristes comme de certains services (Carburant, Hôtellerie-Restauration) ne sont pas intégrées dans cette analyse.

Les formes de vente privilégiées

Produits alimentaires

Forme de vente	Plateau Nord-Montausier, Plateau Sud, Sillac-St-Ausone, St Martin-Saint Gelais-l'Anguienne	GrandAngoulême
Commerces < 300 m ²	16,2 %	10,5 %
Grandes surfaces	71 %	82 %
<i>Dont Hypermarchés</i>	32,3 %	18,5 %
Commerces non sédentaires	11,7 %	6 %
Vente à distance	1,1 %	1 %
TOTAL	100 %	100 %



Produits non alimentaires

Forme de vente	Plateau Nord-Montausier, Plateau Sud, Sillac-St-Ausone, St Martin-Saint Gelais-l'Anguienne	GrandAngoulême
Commerces < 300 m ²	38,9 %	31,5 %
Grandes surfaces	47,7 %	54,6 %
<i>Dont Grandes Surfaces Spécialisées</i>	40 %	41,8 %
Commerces non sédentaires	0,4 %	0,5 %
Vente à distance	12,2 %	12,9 %
Autres formes de vente	0,8 %	0,5 %
TOTAL	100 %	100 %



Produits alimentaires : surreprésentation des dépenses captées par les commerces de moins de 300 m² et par les commerces non sédentaires (marché, Halles)

Les pratiques de consommation des ménages de ces quartiers se traduisent par :

- Une surreprésentation des dépenses captées par les Commerces de moins de 300 m² (16,2 % des achats alimentaires), soit un écart de +5,7 points par rapport à l'observation faite à l'échelle des ménages de GrandAngoulême.

11,7 % des dépenses alimentaires captées par les marchés, les Halles, soit près du double du constat mesuré pour l'ensemble des ménages de l'intercommunalité.

En conséquence la part des dépenses effectuées

pour l'ensemble des ménages situés sur l'Agglomération mais reste importante (71 %).

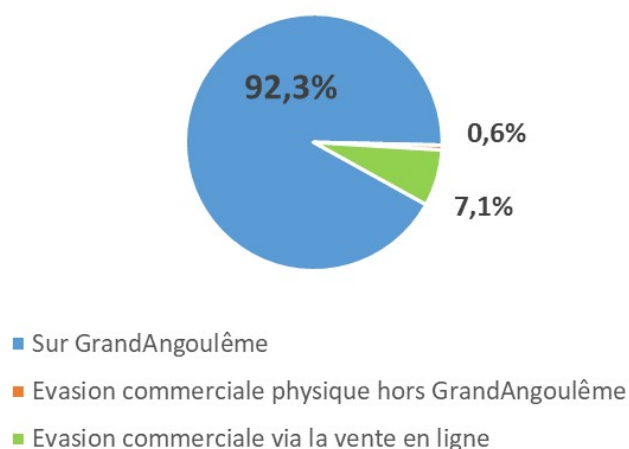
Cet écart se vérifie pour les achats de produits alimentaires (-9 points) comme non alimentaires (-7 points).

Produits non alimentaires : surreprésentation des dépenses des ménages de ces quartiers captées par les Commerces de moins de 300 m² (+7,4 points) par rapport au constat mesuré pour l'ensemble des ménages de GrandAngoulême.

La proportion d'achats de produits non alimentaires dans les Commerces de moins de 300m² (38,9 %) est proche de celle mesurée pour les Grandes Surfaces Spécialisées (40 %), forme de vente privilégiée par les ménages des différents secteurs pour l'achat de produits alimentaires.

Destination des dépenses des ménages

Où consomment les ménages de ce secteur ?



Les communes qui captent la plus grande partie des dépenses de consommation des ménages de Plateau Nord-Montausier, Plateau Sud, Sillac-Saint Ausone, Saint Martin, Saint Gelais l'Anguienne

Rang	Commune	Part des dépenses des ménages captées
1	Angoulême	64,8%
	dont Intermarché St Cybard	9,8%
2	Champniers	11,9%
3	La Couronne	6,1%
4	Soyaux	6,0%

Une rétention commerciale significative.

92,3 % des dépenses des ménages de ces quartiers sont assurées sur GrandAngoulême, soit 1,9 point de plus que ce qui est mesuré pour l'ensemble des ménages de GrandAngoulême.

La part des dépenses captées par Angoulême est très significative (64,8 % du montant total des dépenses de consommation courante des ménages de ces quartiers).

Les pratiques de consommations de ces ménages sont « éclatées » entre différents points de vente : Intermarché Saint Cybard, Intermarché Saint Roch, commerces de moins de 300 m² du centre-ville, Leclerc Lunesse, Superettes de la rue piétonne

L'Intermarché Saint Cybard est le point de vente qui capte la plus grande partie des dépenses de ces ménages.

5,5 Millions d'€ : montant de l'évasion commerciale via la vente en ligne.

7,1 % des dépenses de consommation courante des ménages sont orientées vers la vente en ligne.

Cette évasion commerciale (5,5 Millions) correspond au total des dépenses annuelles des ménages de ces quartiers en matière de :

- . Fruits et Légumes Frais (4,1 Millions d'€),
- . Lunettes, lentilles (1,4 Million d'€).

Le(s) fait(s) marquant(s)

11,7 % : part des achats alimentaires captée les Halles, les marchés. C'est près du double du constat observé pour l'ensemble des ménages de GrandAngoulême.

Surreprésentation de la part des dépenses captées par les commerces de moins de 300 m² pour les achats alimentaires comme non alimentaires des ménages de ces quartiers.

64,8 % : Part des dépenses effectuées sur Angoulême. La consommation des ménages de ces quartiers est concentrée sur Angoulême mais éclatée entre de nombreux points de vente.