

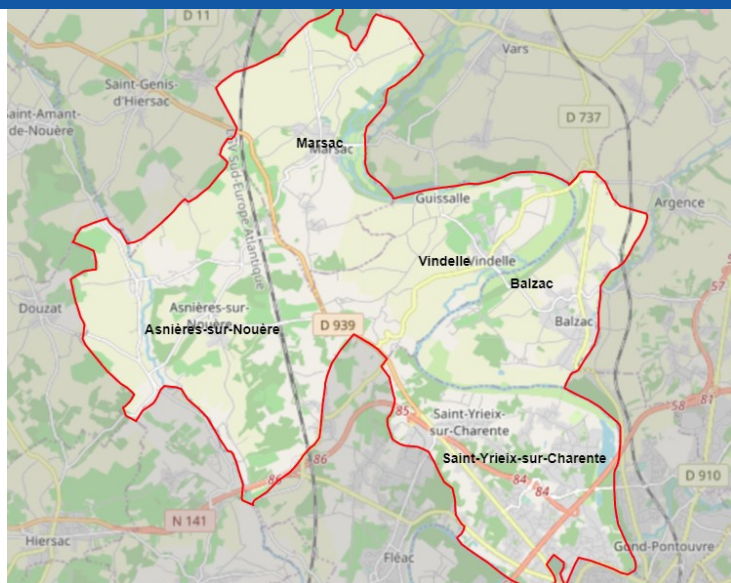
# COMPORTEMENT D'ACHAT DES MÉNAGES

Asnières-sur-Nouère, Balzac, Marsac,  
Saint-Yrieix-sur-Charente, Vindelle

Février 2023



## Le territoire étudié : Asnières-sur-Nouère, Balzac, Marsac, Saint-Yrieix-sur-Charente, Vindelle



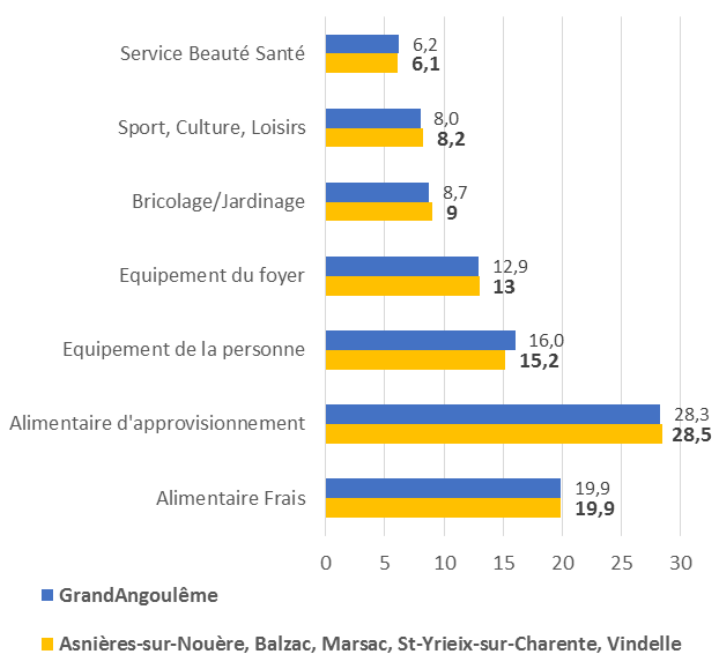
**11 904 habitants**



**5 245 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 « Asnières-sur-Nouère, Balzac, Marsac, Saint-Yrieix-sur-Charente, Vindelle » atteint **80,4 Millions d'€ soit 14 865 € par ménage**. Il se situe à un niveau supérieur à celui mesuré sur GrandAngoulême (13 445 €).

A l'instar des ménages de l'intercommunalité, les ménages de ces communes consacrent un peu plus de 48 % de leurs dépenses de consommation courante vers des produits alimentaires.

Comparaison faite avec le comportement d'achat des ménages de l'Agglomération pour les produits non alimentaires (52 % des dépenses des ménages), on observe une ventilation des dépenses assez proche avec néanmoins :

- Une **légère surreprésentation** des dépenses dans la famille de produits « **Bricolage/Jardinage** » pour les ménages de ce secteur (+0,3 points).

- En revanche, la part des dépenses de ces ménages en matière « d'Equipped de la Personne » est moins importante que celle mesurée globalement pour les ménages de l'Agglomération (-0,8 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 m<sup>2</sup>, 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-Restaurant) ne sont pas intégrées dans cette analyse.

## Les formes de vente privilégiées

### Produits alimentaires

Forme de vente	Asnières-sur-Nouère, Balzac, Marsac, Saint-Yrieix-sur-Charente, Vindelle	GrandAngoulême
Commerces < 300 m <sup>2</sup>	7,5 %	10,5 %
Grandes surfaces	<b>88,7 %</b>	82 %
Dont Supermarchés	<b>31,1 %</b>	18,5 %
Dont Hard Discount	<b>11,5 %</b>	5,8 %
Commerces non sédentaires	3,2 %	6 %
Vente à distance	0,6 %	1 %
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>



### Produits non alimentaires

Forme de vente	Asnières-sur-Nouère, Balzac, Marsac, Saint-Yrieix-sur-Charente, Vindelle	GrandAngoulême
Commerces < 300 m <sup>2</sup>	29 %	31,5 %
Grandes surfaces	53,6 %	54,6 %
Dont Grandes Surfaces Spécialisées	42,6 %	41,8 %
Commerces non sédentaires	0,7 %	0,5 %
Vente à distance	<b>15,8 %</b>	12,9 %
Autres formes de vente	0,9 %	0,5 %
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>



### Produits alimentaires : surreprésentation des dépenses captées par les supermarchés et le Hard discount

Les grandes surfaces captent près de 89 % dépenses alimentaires des ménages de ces communes, soit 6,7 points de plus que pour l'ensemble des ménages de l'intercommunalité.

Le comportement d'achat des ménages de ces communes se traduit par **une part plus importante des dépenses** effectuées vers :

- . **Les supermarchés** (31,1 % des dépenses alimentaires) soit un écart de +12,6 points avec l'ensemble des ménages de GrandAngoulême,
- . **Le Hard discount** (11,5 % des dépenses alimentaires soit près du double du constat effectué à l'échelle de l'intercommunalité).

### Produits non alimentaires : une surreprésentation de la vente en ligne

Les Grandes Surfaces Spécialisées (GSS) captent la plus grande partie des dépenses non alimentaires des ménages de ces communes (42,6%) c o m m e à l'échelle de GrandAngoulême.

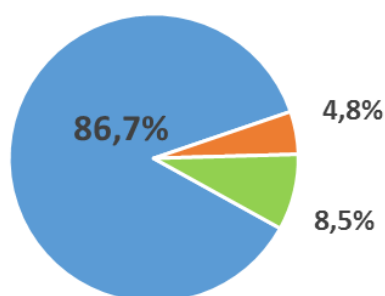
**La vente en ligne capte 15,8 % des dépenses de produits non alimentaires** sur ce secteur soit un écart de près de + 3 points par rapport à la situation observée à l'échelle des ménages de l'Agglomération.

Il s'agit du secteur géographique sur lequel cette proportion des dépenses captées par la vente en ligne est la plus élevée parmi les 15 secteurs étudiés.



## Destination des dépenses des ménages

Où consomment les ménages de ces communes ?



- Sur GrandAngoulême
- Evasion commerciale physique hors GrandAngoulême
- Evasion commerciale via la vente en ligne

La part des dépenses effectuées sur GrandAngoulême par les ménages de ce secteur géographique est élevée (86,7 %). Toutefois elle est moins importante que celle mesurée pour l'ensemble des ménages de GrandAngoulême.

La part de l'évasion commerciale physique hors GrandAngoulême est de fait plus élevée (4,8 % des dépenses des ménages). Le Rouillacais est le bassin qui capte la plus grande partie de leurs dépenses « physiques » hors de l'Agglomération.

Angoulême et Champniers sont les communes sur lesquelles les ménages de ces communes dépensent le plus :

- . 25,2 % sur Angoulême,
- . 22,6 % sur Champniers,

En termes de point de vente en revanche, l'hypermarché Auchan de La Couronne capte la plus

Les communes qui captent la plus grande partie des dépenses de consommation des ménages de Asnières-sur-Nouère, Balzac, Marsac, Saint-Yrieix-sur-Charente, Vindelle

Rang	Commune	Part des dépenses des ménages captées
1	Angoulême	25,2%
	Dont Intermarché rue de Saintes	8,3 %
2	Champniers	22,6%
3	La Couronne	13,7%
	Dont Auchan	10,7 %
4	St Yrieix	13,5%
	Dont Super U	7,7 %

### La vente en ligne représente 6,8 Millions d'€

La vente en ligne capte respectivement :

- . 8,5 % des dépenses (tous produits confondus),
- . 15,8 % des dépenses de produits non alimentaires.

**Les dépenses de ces ménages via la vente en ligne atteint 6,8 Millions** dont 6,5 Millions d'€ d'achats pour les produits non alimentaires.

Ce montant correspond au total cumulé des dépenses annuelles des ménages de ce secteur en matière de :

- . Fruits et Légumes (4,5 Millions d'€),
- . Pain frais (2,5 Millions d'€),

La part de l'évasion commerciale via la vente en ligne pour des achats en matière « d'équipement du foyer » est particulièrement élevée (27,7 %

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

Une surreprésentation de la part des dépenses des ménages de ce secteur captées par les supermarchés (+12,6 points) et le Hard Discount (+5,7 %) par rapport à ceux de GrandAngoulême

**15,8 % : part des dépenses de produits non alimentaires captées par la vente en ligne.** Parmi les 15 secteurs étudiés à l'échelle de GrandAngoulême, ce secteur est celui sur lequel cette évasion via la vente en ligne est la plus élevée en proportion.