

# COMPORTEMENT D'ACHAT DES MÉNAGES

Angoulême

Gatine-Casernes, Champ de Mars-Bussatte, Victor Hugo-Saint Roch,  
Bel-Air-Grand Font, La Madeleine

Février 2023



## Le territoire étudié : Champ de Mars-Bussatte, Victor Hugo-Saint Roch, Bel-Air Grand Font, La Madeleine, Gâtine Casernes



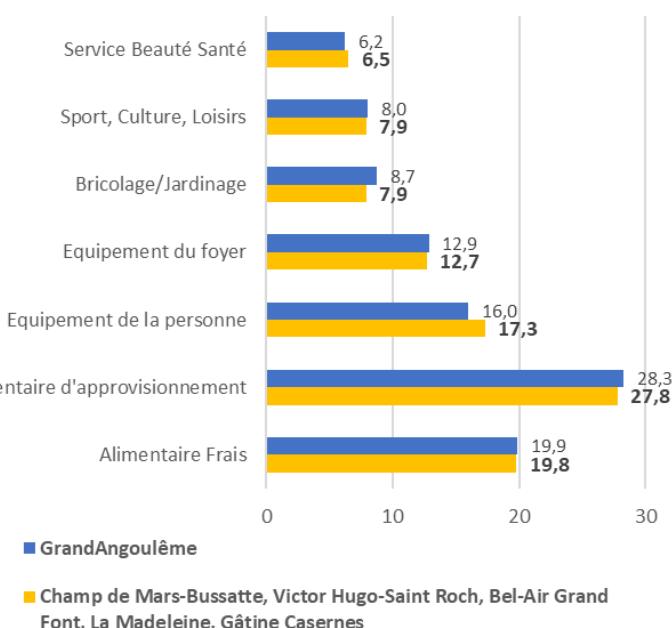
**12 522 habitants**



**7 000 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 « Champ de Mars-Bussatte, Victor Hugo-Saint Roch, Bel-Air Grand Font, La Madeleine, Gâtine Casernes » atteint **83,8 Millions d'€ soit 11 901 € par ménage**. Il se situe à un niveau inférieur à celui mesuré sur GrandAngoulême (13 445 €).

Les ménages de ce secteur consacrent 47,8 % 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, on observe une ventilation des dépenses assez proche avec néanmoins :

### 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 celles de certains services (Carburant, Hôtellerie-Restaurant) ne sont pas intégrées dans cette analyse.

. Une surreprésentation des dépenses dans l'équipement de la personne des ménages de ce secteur (+1,3 points).

. 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 (-0,8 point).

## Les formes de vente privilégiées

### Produits alimentaires

Forme de vente	Champ de Mars-Bussatte, Victor Hugo-Saint Roch, Bel-Air Grand Font, La Madeleine, Gâtine Casernes	GrandAngoulême
Commerces < 300 m²	7,6 %	10,5 %
Grandes surfaces	80,5 %	82 %
<i>Dont Hypermarchés</i>	<b>55,1 %</b>	50,9 %
Commerces non sédentaires	<b>11,7 %</b>	6 %
Vente à distance	0,2 %	1 %
<b>TOTAL</b>	100 %	100 %



### Produits non alimentaires

Forme de vente	Champ de Mars-Bussatte, Victor Hugo-Saint Roch, Bel-Air Grand Font, La Madeleine, Gâtine Casernes	GrandAngoulême
Commerces < 300 m²	<b>36 %</b>	31,5 %
Grandes surfaces	49,8 %	54,6 %
<i>Dont Grandes Surfaces Spécialisées</i>	34,1 %	41,8 %
Commerces non sédentaires	0,5 %	0,5 %
Vente à distance	13,3 %	12,9 %
Autres formes de vente	0,4 %	0,5 %
<b>TOTAL</b>	100 %	100 %



**Produits alimentaires : après les grandes surfaces, le Marché capte les dépenses des ménages de ces quartiers.**

Les grandes surfaces et en premier lieu les hypermarchés captent la plus grande partie des achats alimentaires des ménages de ces quartiers.

**Les hypermarchés représentent 55 % des dépenses alimentaires des ménages localement (soit +4 points)** que l'observation faite pour l'ensemble des ménages de GrandAngoulême.

Les pratiques de consommation des ménages de ces quartiers pour les produits alimentaires traduisent par ailleurs une part non négligeable des commerces non sédentaires et donc du marché.

**11,7 % des dépenses alimentaires des ménages de ces quartiers sont captées par le marché.** C'est près du double que ce que cette forme de vente représente à l'échelle des ménages de GrandAngoulême.

A l'évidence l'offre du mardi au dimanche du marché Victor Hugo et des Halles en Centre ville justifie cette réalité.

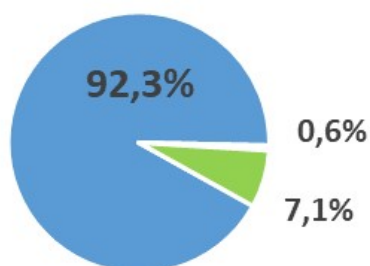
**Produits non alimentaires : une part plus importante des dépenses des ménages captées par les Commerces de moins de 300 m².**

**36 % des dépenses de produits non alimentaires des ménages de ces quartiers sont captées par ces commerces, soit 4,5 points de plus qu'à**



## Destination des dépenses des ménages

Où consomment les ménages de ce secteur ?



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

**Le Leclerc Lunesse capte 20 % des dépenses de consommation des ménages de ces quartiers.**

92,3 % des dépenses des ménages de ces quartiers pour leurs achats courants sont effectuées sur le périmètre de GrandAngoulême.

Il consomment en premier lieu :

Dans les commerces d'Angoulême (56,2 % des dépenses de ces ménages) puis vers ceux de :

- . Soyaux (13,7 % des dépenses des ménages),
- . Champniers (13,3 % des dépenses des ménages),

**Les communes qui captent la plus grande partie des dépenses de consommation des ménages**

Rang	Commune	Part des dépenses des ménages captées
1	Angoulême dont	56,2%
	Leclerc Lunesse	20,4%
	Autres commerces rue piétonne/Plateau	5,7%
2	Soyaux	13,7 %
3	Champniers dont	13,3 %
	Géant Casino	5 %

Le Leclerc Lunesse s'inscrit comme le point de vente qui capte la part la plus importante des dépenses des ménages de ces quartiers, à hauteur de 20 % du total de leurs dépenses de consommation courante (produits alimentaires comme non alimentaires confondus).

**La vente en ligne représente 7,1 % du total des dépenses** (tous produits confondus) des ménages de ces quartiers soit un montant estimé à 5,9 Millions d'€.

Ce montant est l'équivalent des dépenses annuelles des ménages de ces quartiers en matière de :

- . Fruits et Légumes Frais (4,6 Millions d'€),
- . Jeux et Jouets (1,3 Millions d'€)

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

**55,1 % : Une surreprésentation des dépenses alimentaires captées par les hypermarchés (+4,8 points par rapport à l'ensemble des ménages de l'Agglomération).**

**11,7 % : part des achats alimentaires captées sur les marchés. C'est près du double de la proportion mesurée sur l'intercommunalité. Il s'agit du secteur géographique avec celui du Plateau à Angoulême sur lesquels cette forme de vente capte le plus les dépenses des ménages.**

**Concentration des dépenses sur Angoulême (56,2 % des dépenses sont captées par les commerces d'Angoulême).**