



CCI CHARENTE

16

# COMPORTEMENT D'ACHAT DES MÉNAGES

ANGOULEME

MARS 2023



## Le territoire étudié : ANGOULEME



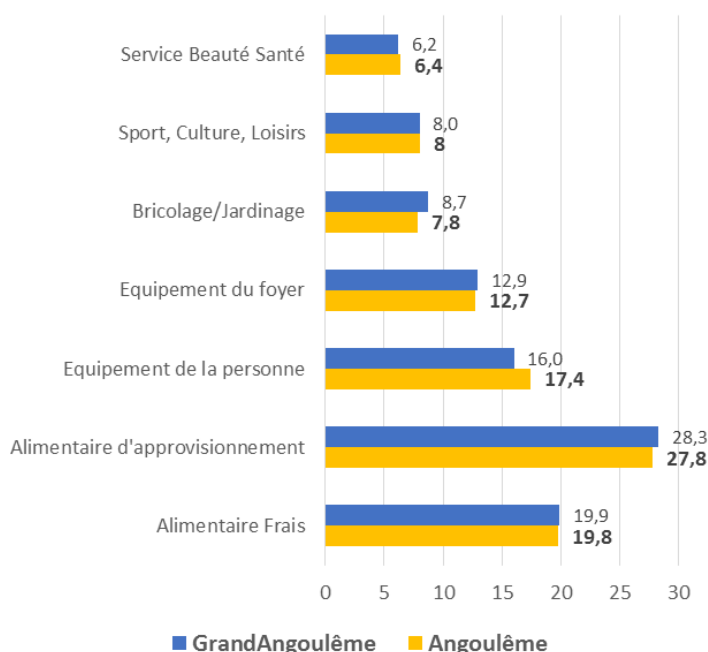
**41 407 habitants**



**22 776 ménages**

## La consommation par familles de produits

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



Le potentiel de consommation des ménages angoumoisins atteint **272 Millions d'€ soit 11 779 € par ménage**. Il se situe à un niveau inférieur à celui mesuré sur GrandAngoulême (13 445 €).

Les ménages d'Angoulême consacrent **47,6 % de leurs dépenses de consommation courante vers des produits alimentaires (-0,6 point par rapport à ceux de l'intercommunalité)**.

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 des dépenses vers l'équipement de la Personne (+1,4 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 (**-0,9 point**) ce qui semble assez cohérent avec le profil urbain de la commune et de son parc logement par rapport à celui de l'intercommunalité (surreprésentation des appartements et des locataires sur Angoulême).

### Qui ? achète Quoi ? Où ? Combien ? - méthodologie

Une enquête menée auprès d'un panel représentatif de ménages permet de dresser leur comportement d'achat des ménages 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.



## La consommation par familles de produits par ménage

Famille de produits	Angoulême		GrandAngoulême	
	Potentiel de consommation (en €)	En %	Potentiel de consommation (en €)	En %
<b>ALIMENTAIRE DONT</b>	<b>5 608 €</b>	<b>47,6 %</b>	<b>6 482 €</b>	<b>48,2 %</b>
Alimentaire frais	2 330 €	19,8 %	2 675 €	19,9 %
Alimentaire d'approvisionnement	3 278 €	27,8 %	3 807 €	28,3 %
<b>NON ALIMENTAIRE DONT</b>	<b>6 171 €</b>	<b>52,4 %</b>	<b>6 936 €</b>	<b>51,8 %</b>
Equipped de la personne*	2 054 €	17,4 %	2 155 €	16 %
Equipped du foyer	1 497 €	12,7 %	1 729 €	12,9 %
Bricolage, Jardinage	920 €	7,8 %	1 169 €	8,7 %
Sport, Loisirs, Culture	941 €	8 %	1 073 €	8 %
Service Santé Beauté	759 €	6,4 %	838 €	6,2 %
<b>TOTAL DES PRODUITS</b>	<b>11 779 €</b>	<b>100 %</b>	<b>13 445</b>	<b>100 %</b>

\* **Aide à la lecture « Équipement de la personne »** : le potentiel de consommation des ménages angoumoisins pour la famille de produits « Équipement de la personne » atteint un montant de **2 054 €/an, soit 17,4 %** du potentiel de consommation total des ménages angoumoisins.

### Les 5 principales dépenses des ménages angoumoisins parmi les produits de consommation courante

Rang	Produit	Potentiel de consommation (en €)	Part du potentiel de consommation total (en %)
1	Epicerie, boissons non alcoolisées, produits d'hygiène et d'entretien	1 945 €	16,5 %
2	Viande, volaille, gibier, charcuterie, plats cuisinés	1 074 €	9,1 %
3	Fruits et légumes frais	654 €	5,6%
4	Lait, œufs, produits laitiers, fromage	576 €	4,9%
5	Vin, apéritif, alcools	549 €	4,7%

### Repères

La notion de **potentiel de consommation** appelée aussi dépenses commercialisables correspondant à l'argent dépensé par les ménages pour un produit, une famille de produits.

## Les formes de vente privilégiées

### Produits alimentaires

Forme de vente dont	Angoulême	GrandAngoulême
Commerces < 300 m <sup>2</sup>	12,2 %	10,5 %
Grandes surfaces	77,1 %	82 %
<i>Dont Hypermarchés</i>	44,8 %	50,9 %
<i>Dont Supermarchés</i>	21,1 %	18,5 %
Commerces non sédentaires	10 %	6 %
Vente à distance	0,7 %	1 %
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>



### Produits non alimentaires

Forme de vente dont	Angoulême	GrandAngoulême
Commerces < 300 m <sup>2</sup>	35,4 %	31,5 %
Grandes surfaces	50,8 %	54,6 %
<i>Dont Grandes Surfaces Spécialisées</i>	38,7 %	41,8 %
Commerces non sédentaires	0,5 %	0,5 %
Vente à distance	12,7 %	12,9 %
Autres formes de vente	0,7 %	0,5 %
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>



**Produits alimentaires : surreprésentation des dépenses captées par les commerces de moins de 300 m<sup>2</sup> et les commerces non sédentaires**

**Les grandes surfaces captent la plus grande partie des dépenses alimentaires des ménages angoumoisins à hauteur de 77,1 % des dépenses alimentaires totales**, soit près de 5 points de moins que ce qu'elles captent à l'échelle de l'intercommunalité.

Toutefois, les dépenses alimentaires des ménages angoumoisins captées par les commerces de moins de 300 m<sup>2</sup> (12,2 %) d'une part et celles captées par les commerces non sédentaires (10 %) sont surreprésentées par rapport au niveau mesuré pour l'ensemble des ménages de l'intercommunalité (respectivement 10,5 % et 6 % des dépenses alimentaires).

**Produits non alimentaires : Les Grandes surfaces spécialisées captent la plus grande partie des dépenses des ménages angoumoisins.**

Les grandes surfaces spécialisées captent 38,7 % des dépenses non alimentaires des ménages angoumoisins. (-3,1 point par rapport à l'ensemble des ménages de GrandAngoulême).

Dans une moindre mesure, les dépenses captées par les commerces de moins de 300 m<sup>2</sup> représentent 35,4 % des dépenses totales en produits non alimentaires soit +3,9 points par rapport à l'observation mesurée pour l'ensemble des ménages de l'agglomération.

**La part des dépenses captées par la vente en ligne (12,7 %) est proche de celle mesurée sur l'Agglomération (12,9 %).**

## Les formes de vente privilégiées selon les secteurs d'Angoulême

### Produits alimentaires

Forme de vente dont	Champ de Mars, Bussatte, Victor Hugo, Bel-Air Grand Font, Gâtine Casernes	Basseau 3 Chênes, Petite et Grande Garenne, Grelet -Rabiot	Ma Campagne Petit Fresquet	Plateau Nord, Plateau Sud, Sillac St-Ausone, St -Martin, St-Gelais	Saint-Cybard, Frégeneuil, La Gare, L'Houmeau, Les Agriers	TOTAL Angoulême
Commerces < 300 m²	7,6 %	15,8 %	9,4 %	16,2 %	14,7 %	12,2 %
Grandes surfaces dont	80,5 %	78,2 %	81,1 %	71 %	75,8 %	77,1 %
Hypermarchés	55,1 %	45,9 %	72,3 %	22,5 %	32,3 %	44,8 %
Supermarchés	12,7 %	23 %	1,9 %	32,3 %	39,3 %	21,1 %
Commerces non sédentaires	11,7 %	5,8 %	7,5 %	11,7 %	9,2 %	10 %
Vente à distance	0,2 %	0,3 %	1,9 %	1,1 %	0,3 %	0,7 %
TOTAL	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

**Les grandes surfaces captent la plus grande partie (77,1 %) des dépenses alimentaires des ménages angoumoisins.** Ce constat se vérifie dans les différents secteurs d'Angoulême avec toutefois des différences dans la grande surface privilégiée : l'hypermarché sur Ma Campagne-Petit-Fresquet (72 % des dépenses), le supermarché sur St-Cybard Frégeneuil (39 % des dépenses).

L'offre et attractivité des marchés, des Halles se traduisent par une **surreprésentation des dépenses captées par les commerces non sédentaires dans les quartiers qui s'étendent du Plateau jusqu'à Saint Roch Victor Hugo** (11,7 % des dépenses alimentaires captées).

### Produits non alimentaires

Forme de vente dont	Champ de Mars, Bussatte, Victor Hugo, Bel-Air Grand Font, Gâtine Casernes	Basseau 3 Chênes, Petite et Grande Garenne, Grelet -Rabiot	Ma Campagne Petit Fresquet	Plateau Nord, Plateau Sud, Sillac St-Ausone, St-Martin, St-Gelais	Saint-Cybard, Frégeneuil, La Gare, L'Houmeau, Les Agriers	TOTAL Angoulême
Commerces < 300 m²	36 %	29,7 %	30,3 %	38,9 %	37,2 %	35,4 %
Grandes surfaces dont	49,8 %	56,4 %	55,7 %	47,7 %	48,9 %	50,8 %
Grandes Surfaces Spécialisées	34,1 %	41,7 %	41,2 %	40 %	41,3 %	38,7 %
Commerces non sédentaires	0,5 %	0,8 %	0,3 %	0,4 %	0,7 %	0,5 %
Vente à distance	13,3 %	12,1 %	13 %	12,2 %	12,5 %	12,7 %
TOTAL	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Les grandes surfaces et en premier lieu les grandes surfaces spécialisées (Bricolage, Jardinerie, Articles de sport,...) captent la plus grande partie des dépenses non alimentaires des ménages angoumoisins (respectivement 50,8 % et 38,7 %).

Dans une moindre mesure, **les commerces de moins de 300 m² captent 35,4 % des dépenses non alimentaires des ménages angoumoisins.** Une proportion plus élevée encore dans les secteurs en proximité avec une telle offre (Plateau, Saint Cybard, Champ de Mars).

Enfin, près de **13 % des dépenses non alimentaires des ménages des différents secteurs d'Angoulême sont captées par la vente à distance.**

% le plus faible parmi les 5 secteurs

% le plus élevé parmi les 5 secteurs

% le plus faible parmi les 5 secteurs

% le plus élevé parmi les 5 secteurs

## Les formes de vente privilégiées. Angoulême et dans d'autres « villes-

### Produits alimentaires

Forme de vente	ANGOULEME	BRIVE	NIORT	PERIGUEUX
Commerces < 300 m <sup>2</sup>	12,2 %	13,6 %	11,1 %	13,5 %
Grandes surfaces	77,1 %	81,8 %	77,6 %	75,4 %
Dont Hypermarchés	44,8 %	43,2 %	48,6 %	31,1 %
Dont supermarchés	21,1 %	21,2 %	15,4 %	22,5 %
Commerces non sédentaires	10 %	4 %	9,9 %	10,1 %
Vente à distance	0,7 %	0,6 %	0,8 %	1 %
TOTAL	100 %	100 %	100 %	100 %

**Les grandes surfaces captent la plus grande partie des dépenses alimentaires des ménages des 4 communes de ce panel (entre 75,4 % à Périgueux et 81,8 % à Brive).** Parmi elles, la part relative des hypermarchés et supermarchés peut varier mais les « hyper » captent la plus grande partie de ces dépenses.

Les commerces de moins de 300 m<sup>2</sup> captent entre 11,1 % et 13,6 % des dépenses alimentaires entre ces 4 communes soit une proportion relativement proche.

Enfin, les commerces non sédentaires saisissent autour de 10 % des dépenses alimentaires des ménages de ces communes à l'exception de Brive avec une proportion moindre.

### Produits non alimentaires

Forme de vente	ANGOULEME	BRIVE	NIORT	PERIGUEUX
Commerces < 300 m <sup>2</sup>	35,4 %	38,5 %	33 %	35,5 %
Grandes surfaces	50,8 %	50,4 %	53,4 %	50,1 %
Dont Grandes Surfaces Spécialisées	38,7 %	41,6 %	42,8 %	39,5 %
Commerces non sédentaires	0,5 %	0,4 %	0,5 %	0,2 %
Vente à distance	12,7 %	9,6 %	12,5 %	14,1 %
TOTAL	100 %	100 %	100 %	100 %

**En ce qui concerne les achats en produits non alimentaires, on constate que les grandes surfaces captent environ la moitié des dépenses des ménages de ces 4 communes.** Parmi elles, les GSS (Grandes Surfaces Spécialisées) constituent la forme de vente qui en capte la plus grande partie. Ce constat se vérifie là encore pour les 4 communes du panel.

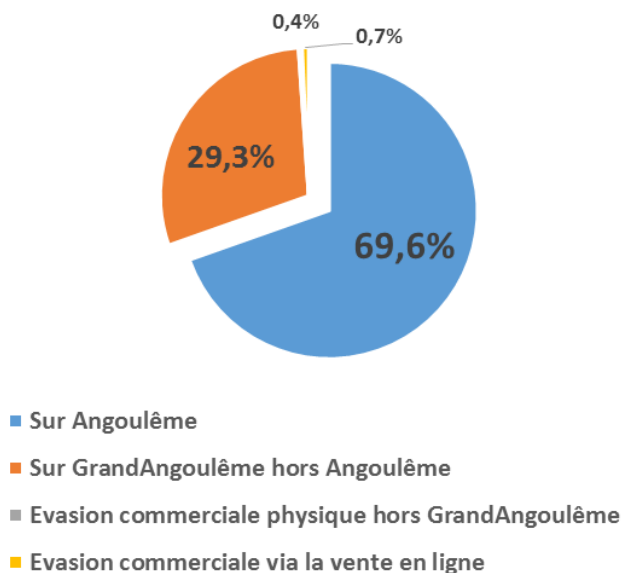
Dans une moindre mesure, un peu plus d'un tiers des dépenses en produits non alimentaires est captée par les commerces de moins de 300 m<sup>2</sup> dans chacune de ces communes.

L'évasion commerciale via la vente en ligne est relativement proche entre les communes de ce panel à l'exception de Brive où elle est plus modeste.

## Destination des dépenses des ménages qui résident à Angoulême

### Produits alimentaires

Où les Angoumoisins achètent-ils leurs produits alimentaires ?



**Les commerces d'Angoulême captent 69,6% des dépenses alimentaires des ménages angoumoisins.**

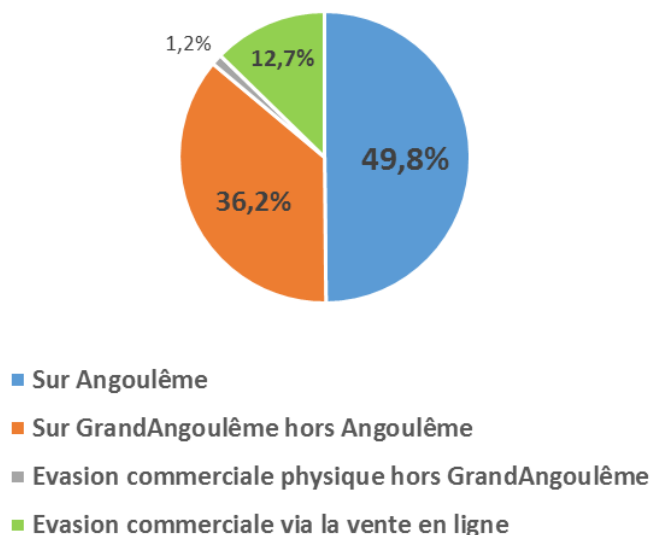
Près de 99 % des dépenses alimentaires des ménages angoumoisins sont réalisées sur l'intercommunalité.

69,6 % des dépenses alimentaires sont captées par des commerces d'Angoulême. Dans une moindre mesure, 29,3 % de leurs dépenses alimentaires sont captées par des commerces situés sur l'agglomération hors Angoulême.

L'évasion commerciale physique hors GrandAngoulême (0,4 %) comme l'évasion commerciale en ligne pour l'achat de produits alimentaires (0,7 %) se situent à des niveaux très modestes.

### Produits non alimentaires

Où les Angoumoisins achètent-ils leurs produits alimentaires ?



**Les commerces d'Angoulême captent 49,8 % des dépenses non alimentaires des ménages angoumoisins.**

Près de 86 % des dépenses alimentaires des ménages angoumoisins sont réalisées sur l'intercommunalité.

36,2 % de leurs dépenses alimentaires sont captées par des commerces situés sur l'agglomération hors Angoulême.

L'évasion commerciale physique hors GrandAngoulême (1,2 %) est très modeste.

**En revanche, la vente en ligne capte 12,7 % des dépenses non alimentaires des ménages angoumoisins pour l'achat de produits non alimentaires.**

La vente en ligne représente 7 % des dépenses de consommation des ménages angoumoisins soit un montant de 19 millions d'€ tous produits confondus.

L'évasion commerciale via la vente en ligne est plus forte parmi les produits non alimentaires. (12,7 % des dépenses totales des ménages angoumoisins soit 18 Millions d'€ d'évasion).

## Destination des dépenses des ménages qui résident à Angoulême

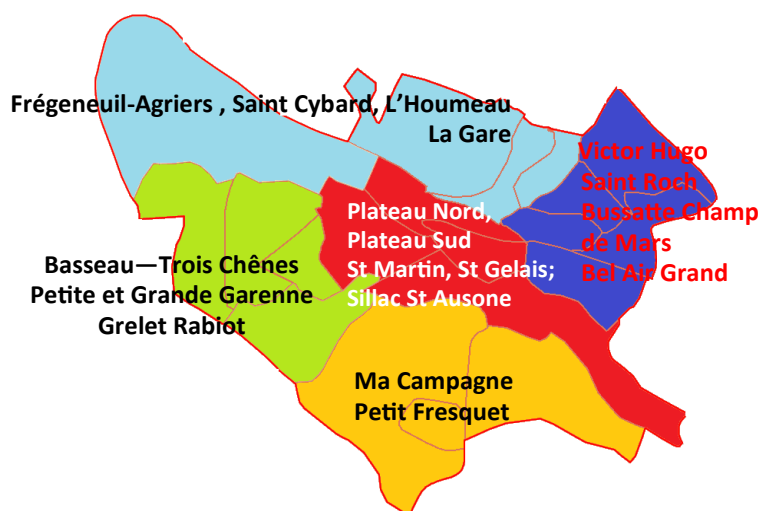
Secteurs d'Angoulême	Les 3 communes qui captent la plus grande partie des dépenses de consommation des ménages			Le point de vente qui capte le plus les dépenses des ménages de ...
	1	2	3	
Champ de Mars, Bussatte, Victor-Hugo, Bel-Air Grand Font, Gâtine Casernes	Angoulême (56,2%)	Soyaux (13,7 %)	Champniers (13,3 %)	Leclerc Lunesse (20,4 %)
Basseau 3 chênes, Petite et Grande Garenne, Grelet-Rabiot	Angoulême (45,9 %)	La Couronne (23,3%)	Champniers (12,8 %)	Auchan La Couronne (17,2%)
Ma Campagne-Petit Fresquet	Angoulême (56,7%)	Soyaux (13,5 %)	Champniers (13,5 %)	Intermarché Ma Campagne (20,5 %)
Plateau Nord, Plateau Sud, Sillac St-Ausone, St-Martin, St-Gelais	Angoulême (64,8%)	Champniers (11,9 %)	La Couronne (6,1 %)	Intermarché Saint Cybard (9,8 %)
Saint-Cybard, Fregeneuil, La Gare, L'Houmeau, Les Agriers	Angoulême (69,2%)	Champniers ( %)	Vente en ligne (6,5 %)	Intermarché Saint Cybard (18,8%)
<b>ANGOULEME</b>	Angoulême (59,2%)	Champniers (12,3 %)	Soyaux (9,3 %)	Leclerc Lunesse (11 %)

**Les ménages angoumoisins dépensent principalement dans les commerces d'Angoulême (59,2 % des dépenses totales de consommation courante, tous produits confondus).** Dans une moindre mesure, ils dépensent dans les commerces de Champniers puis de Soyaux.

Selon les quartiers, cette « hiérarchie » des dépenses par commune peut varier. Toutefois, quel que soit le quartier, c'est toujours dans les commerces d'Angoulême que les ménages dépensent le plus.

Le Leclerc Lunesse est le point de vente qui capte la part la plus importante des dépenses des ménages angoumoisins.

### Délimitation des 5 secteurs d'Angoulême



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

**11 779 € : potentiel de consommation par ménage angoumoisin, soit un niveau inférieur à celui mesuré à l'échelle des ménages de GrandAngoulême (13 445 €) .**

**Les grandes surfaces captent la plus grande partie des dépenses alimentaires (77 %) mais dans une moindre mesure qu'à l'échelle intercommunalité ( 82 %).**

**A l'inverse, les dépenses des ménages angoumoisins captées par les commerces de moins de 300 m<sup>2</sup> sont plus importantes qu'à l'échelle de l'Agglomération. Même constat pour les dépenses alimentaires captées par les commerces non sédentaires.**

**Les angoumoisins dépensent en premier lieu sur Angoulême (59,2 % des dépenses de consommation courante).**