

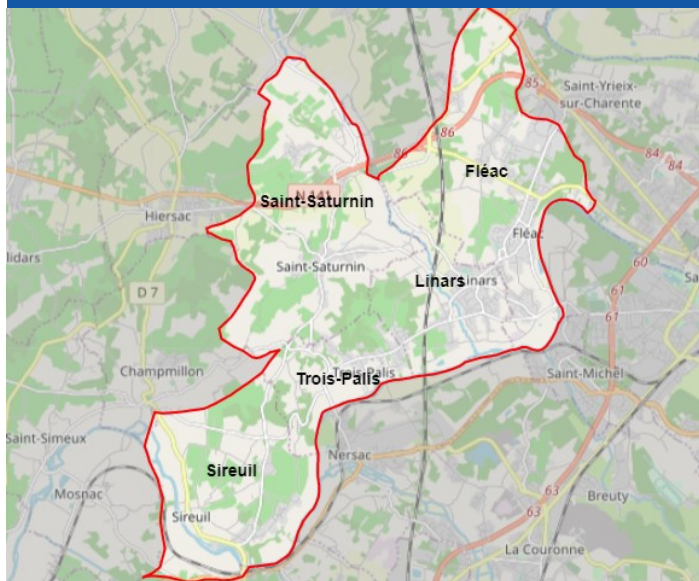
COMPORTEMENT D'ACHAT DES MÉNAGES

Fléac, Linars, Saint Saturnin, Sireuil, Trois Palis

Février 2023



Le territoire étudié : Fléac, Linars, Saint Saturnin, Sireuil, Trois Palis



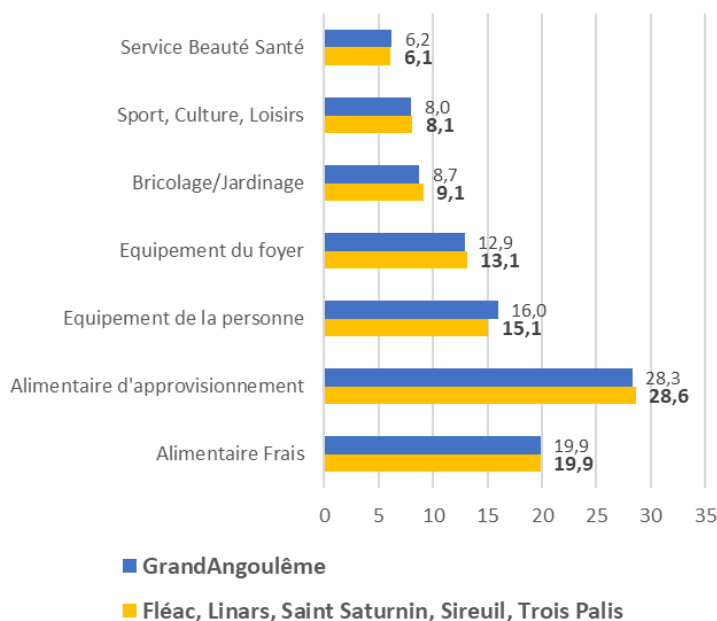
9 306 habitants



4 086 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 « **Fléac, Linars, Saint Saturnin, Sireuil, Trois Palis** » atteint **62,5 Millions d'€** soit **15 165 €** 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 environ 48 % de leurs dépenses de consommation courante vers des produits alimentaires, dont **une part plus importante vers l'alimentaire d'approvisionnement (+0,3 point)**

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 sous-représentation des dépenses dans l'équipement de la personne pour les ménages de ces communes (-0,9 points).

. Une part des dépenses vers la famille de produits « **Bricolage-Jardinage** » est **légèrement plus importante** que celle mesurée globalement pour les ménages de l'Agglomération.

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-Restaurant) ne sont pas intégrées dans cette analyse.

Les formes de vente privilégiées

Produits alimentaires

Forme de vente	Fléac, Linars, Saint-Saturnin Sireuil, Trois Palis	GrandAngoulême
Commerces < 300 m²	9,1 %	10,5 %
Grandes surfaces	85,8 %	82 %
Dont Supermarchés	30,1 %	18,5 %
Dont Hard Discount	13 %	5,8 %
Commerces non sédentaires	4,4 %	6 %
Vente à distance	0,7 %	1 %
TOTAL	100 %	100 %



Produits non alimentaires

Forme de vente	Fléac, Linars, Saint-Saturnin Sireuil, Trois Palis	GrandAngoulême
Commerces < 300 m²	26,5 %	31,5 %
Grandes surfaces	61,1 %	54,6 %
Dont Grandes Surfaces Spécialisées	48,8 %	41,8 %
Commerces non sédentaires	0,6 %	0,5 %
Vente à distance	11,6 %	12,9 %
Autres formes de vente	0,5 %	0,5 %
TOTAL	100 %	100 %



Produits alimentaires : surreprésentation de la part des dépenses captées par les supermarchés et plus encore par le Hard Discount.

. 85,8 % des dépenses alimentaires des ménages de ces communes sont captées par les Grandes Surfaces.

Parmi les grandes surfaces, les dépenses de ces ménages sont surreprésentées dans :

. Les supermarchés qui captent près du tiers des dépenses alimentaires des ménages de ces communes (écart de +11,6 points par rapport à l'ensemble des ménages de GrandAngoulême).

. Le Hard Discount capte 13 % des dépenses alimentaires sur ce secteur. C'est sur ce secteur que la part du Hard Discount est la plus élevée (+7,2 points par rapport à la moyenne mesurée

Produits non alimentaires : Les grandes surfaces spécialisées, forme de vente privilégiée et surreprésentée

Les Grandes Surfaces et en particulier les Grandes Surfaces Spécialisées (GSS) captent la plus grande partie des dépenses non alimentaires sur ce secteur (respectivement 61,1 % et 48,8 % des dépenses).

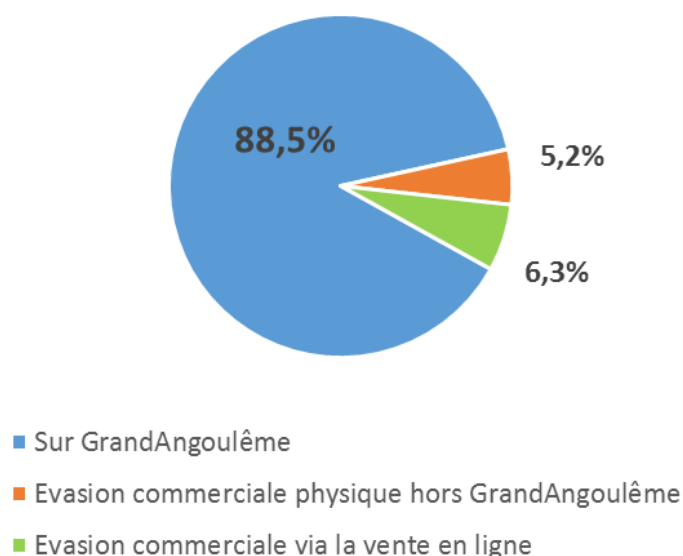
La part des dépenses captées par les Grandes Surfaces et les Grandes Surfaces Spécialisées sont surreprésentées sur ce secteur par rapport à la moyenne mesurée sur le GrandAngoulême :

. Surreprésentation de +6,5 points en ce qui concerne la part captée par les grandes surfaces,

. Ecart de + 7 points en ce qui concerne les Grandes Surfaces Spécialisées.

Destination des dépenses des ménages

Où consomment les ménages de ces communes ?



88,5 % des dépenses de consommation courante des ménages de ce secteur sont captées par les commerces de GrandAngoulême, soit 1,9 point de moins que pour l'ensemble des ménages de GrandAngoulême.

5,2 % des dépenses sont captées par des achats physiques dans d'autres territoires et en premier vers ceux de GrandCognac (Châteauneuf-sur-Charente tout d'abord puis Jarnac dans une moindre mesure).

Les dépenses de consommation sont plutôt réparties entre les centralités commerciales et commerces d'Angoulême, de Champniers et de La Couronne.

Le point de vente qui capte la plus grande partie

Les communes qui captent la plus grande partie des dépenses de consommation des ménages de Fléac, Linars, Saint-Saturnin, Sireuil, Trois Palis

Rang	Commune	Part des dépenses des ménages captées
1	Angoulême	19,8%
2	Champniers	18,8%
3	La Couronne	18,6%
	Dont Auchan	10,7 %
4	Linars	9,8%
5	St Yrieix	7,5%

Près de 4 M d'€ de dépenses de consommation via la vente en ligne.

La vente en ligne représente respectivement :

. 6,3 % des dépenses (tous produits confondus),

. 11,6 % des dépenses de produits non alimentaires,

A titre de comparaison, ces 4 Millions d'€ d'achats en ligne correspondant à la dépense annuelle des ménages de ce secteur en « Fruits et Légumes Frais » et « Poissons, Crustacés ».

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

15 165 € : Montant du potentiel de consommation des ménages de ce secteur, soit un montant supérieur au montant moyen mesuré à l'échelle globale des ménages de GrandAngoulême,

Une surreprésentation des dépenses des ménages captées par les supermarchés et le Hard Discount. Parmi les 15 secteurs étudiés à l'échelle de GrandAngoulême, il s'agit de celui sur lequel la part des dépenses alimentaires captées par le Hard Discount est la plus élevée (13 % des dépenses alimentaires),

Une consommation « éclatée » entre plusieurs polarités commerciales (La Couronne, Champniers, Angoulême).