

Comportements d'achats des ménages catalans en 2011.

Qui consomme quoi ? Où ? Combien ? Quelles évolutions depuis 2004 ?



1 260 ménages
interrogés en 2010
dans les Pyrénées-
Orientales
sur leur dernier acte
d'achat

43 produits de
consommation
courante
enquêtés

40 bassins de
consommations
analysés

Evolution sur la
période 2003-2010

Le commerce de détail et les services constituent des éléments structurants de l'organisation territoriale des centres-villes et des villages.

Le développement et le maintien d'un commerce de proximité ou d'un service contribue à la dynamique d'un territoire et se doit également de répondre aux besoins et aux attentes des consommateurs. Ce sont de réels enjeux pour l'attractivité démographique, l'animation et le développement des communes des Pyrénées-Orientales.

En 1996, la CCI des Pyrénées-Orientales a lancé sa première enquête afin de connaître les comportements d'achat des ménages résidant dans le département et d'appréhender les évolutions de l'offre commerciale.

Une réactualisation de cette base de données a été réalisée en 2003 et 2010.

Ainsi, au cours du dernier trimestre 2010, 1 260 ménages catalans ont été enquêtés sur leurs habitudes de consommations sur 43 produits de consommations courante. Les actes d'achats ont été consolidés afin de décrire les pratiques d'achats des habitants et de permettre de voir évoluer les principaux pôles commerciaux du département.

L'enquête permet d'analyser :

- **La demande :**
 - Valoriser la consommation des ménages,
 - Identifier les comportements d'achats
- **L'offre :**
 - Estimer le niveau d'activité des pôles commerciaux et des communes,
 - Estimer les parts de marchés des formes de vente,
 - Mesurer l'attractivité de l'appareil commercial : emprise et évasion.

Principaux résultats dans les Pyrénées-Orientales

Le potentiel de consommation ¹ est estimé dans les Pyrénées-Orientales à 2 469 millions d'€, il progresse en euros courants de 27% entre 2003 et 2010.

Les dépenses alimentaires dans les Pyrénées-Orientales représentent 49% du marché.

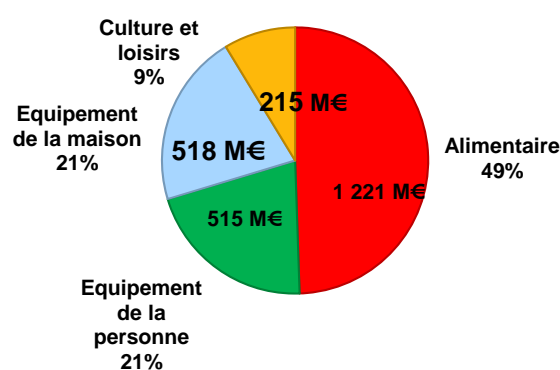
Tous produits confondus, 69% des dépenses des ménages des Pyrénées-Orientales sont réalisées dans les grandes surfaces.²

74% des dépenses alimentaires des ménages du département sont réalisées dans les grandes surfaces.

La hausse du nombre de ménages (+17% en 7 ans) constitue un facteur favorable à l'activité commerciale en agissant directement sur la croissance du marché de consommation.

On constate toutefois des disparités dans cette évolution, notamment avec un phénomène de périurbanisation lié à une évolution du nombre de ménages plus soutenue autour de Perpignan et à une forte progression des ménages sur le littoral et le nord du département.

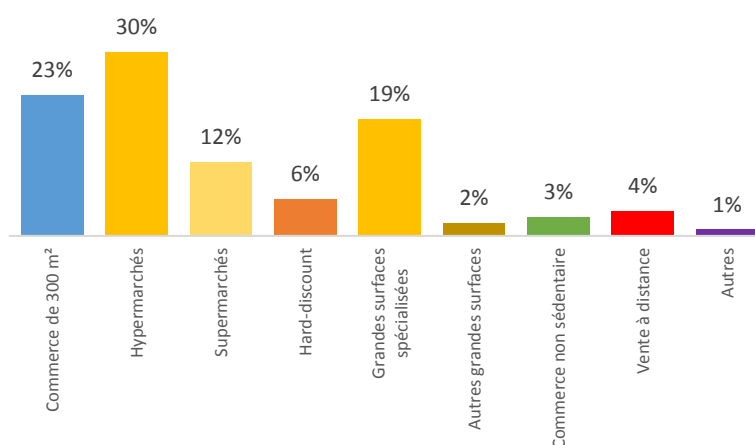
Potentiel de consommation par famille de produits



Les dépenses en produits alimentaires sont évaluées à 1 221 millions d'€. Elles ont augmenté de 29% par rapport à 2003. Les dépenses sur les produits non-alimentaires ont progressé de 26%. Parmi eux, ce sont les biens d'équipement de la maison qui voient leur potentiel de consommation augmenter le plus fortement (+ 32% entre 2003 et 2010). La principale raison étant les fortes innovations sur les produits high-tech.

Le commerce de moins de 300 m² capte 23% des dépenses. Le poids du commerce non sédentaire (marchés) est de 3%. La vente à distance représente 4%. Ces résultats sont similaires à la moyenne nationale.

Emprise des formes de vente (tous produits confondus)



¹ Budget annuel que consacre l'ensemble des ménages des Pyrénées-Orientales à l'achat de produits et/ou non alimentaires dans les commerces (traditionnels, grandes surfaces, vente à distance, marché)

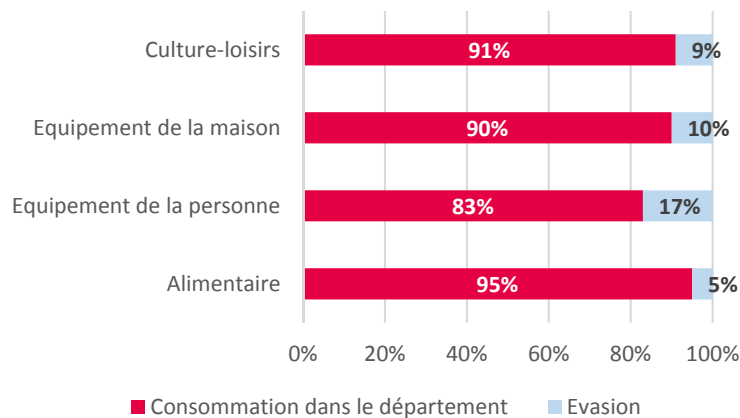
² Hypermarchés, supermarchés, hard-discounts, grandes surfaces spécialisées

Le taux d'évasion global s'élève à 9%.

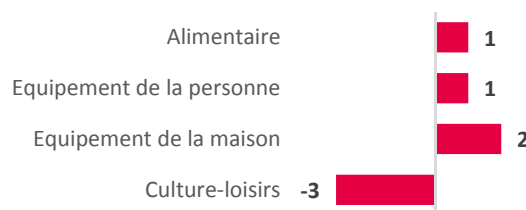
L'évasion est définie comme la part des dépenses effectuées par les ménages du département à l'extérieur du département. Le taux d'évasion global s'élève à 9%, ce qui signifie que 218 millions d'€ du potentiel des ménages résidant dans les Pyrénées-Orientales sont dépensés hors du département. Les taux d'évasion, que ce soit en alimentaire (5%) ou en non-alimentaire (13%) sont faibles.

Par rapport à 2003, l'évasion est restée stable sur les deux catégories de produits. Pour les biens non-alimentaires, on note une diminution du taux d'évasion sur les produits de culture-loisirs (-3 points) et une légère augmentation du taux d'évasion sur l'équipement de la maison (+ 2 points).

Evasion par famille de produits



Evolution de l'évasion depuis 2003



L'évasion vers l'Espagne représente 3% du montant des dépenses.

La principale destination d'évasion est la vente à distance, qui représente 40% de l'évasion totale.

Le reste de l'évasion s'effectue vers l'Espagne (27% de l'évasion totale) et vers les départements limitrophes des Pyrénées-Orientales (10%).

Le niveau d'activité a augmenté de 26%, soit 585 millions d'€ en 7 ans

Le niveau d'activité des commerces du département des Pyrénées-Orientales est estimé à 2 250 millions d'€, dont plus de la moitié est générée par les produits alimentaires. Cette activité se répartie de façon similaire aux dépenses des ménages.

Entre 2003 et 2010, l'activité commerciale du département a progressé de 26%, ce qui est comparable à l'évolution du marché de consommation régional.

Cette augmentation est similaire sur les deux marchés de consommation (alimentaire et non-alimentaire). Elle est liée d'une part à l'évolution de la dépense commercialisable en France et d'autre part à l'augmentation du nombre de ménages.

46,5% de l'activité des Pyrénées-Orientales est générée par les commerces de Perpignan.

L'agglomération de Perpignan représente les 2/3 du niveau d'activité des Pyrénées-Orientales.

Le pôle commercial Porte d'Espagne est le 1^{er} pôle commercial du département, loin devant le centre-ville de Perpignan.

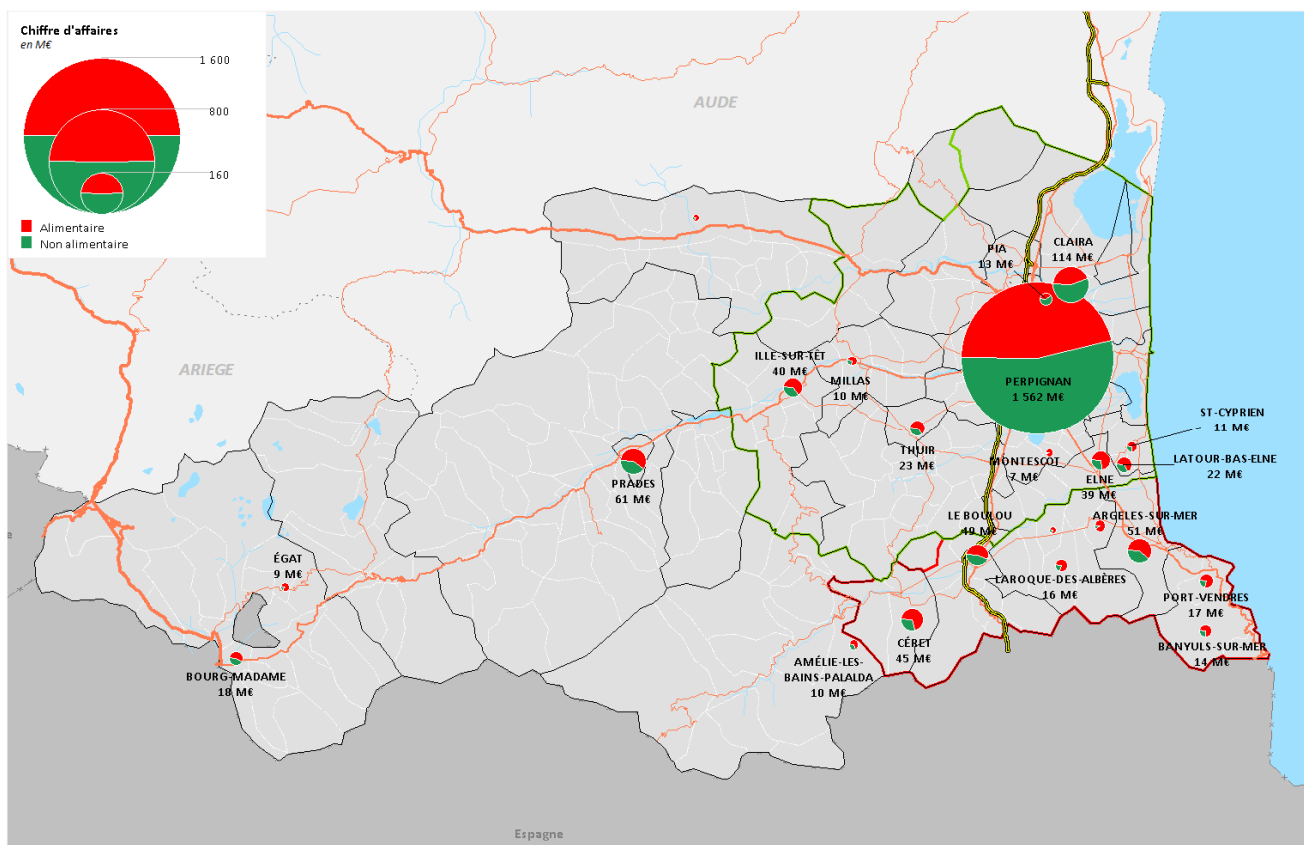
Les évolutions les plus significatives depuis 2003 sont sur les communes de :

- Argelès sur Mer, Claira, Rivesaltes
- Elne, Cabestany
- Prades et Céret

Le recul le plus significatif est sur la commune de Thuir avec une diminution de 10% de l'activité commerciale.

Ces évolutions s'expliquent majoritairement par une évolution de l'offre commerciale sur ces communes ou par des changements d'offres (fermeture, diminution de la surface de vente).

Principaux pôles commerciaux



L'observatoire du Commerce et de la Consommation des Pyrénées-Orientales : une solution sur-mesure pour analyser votre marché, créer, reprendre, développer, diversifier un commerce, réaliser un diagnostic commercial de votre commune ou de votre territoire.

Contactez votre CCI

 CCI PYRÉNÉES-ORIENTALES

Pôle Etudes et Fichier
T 04 68 35 98 88
f.durand@pyrenees-orientales.cci.fr