



CCI CHARENTE

Comportement d'achat des ménages

Alimentaire d'approvisionnement

Février 2023



L'observation du comportement d'achat des ménages de GrandAngoulême : Qui achète Quoi ? Où ? Combien ?

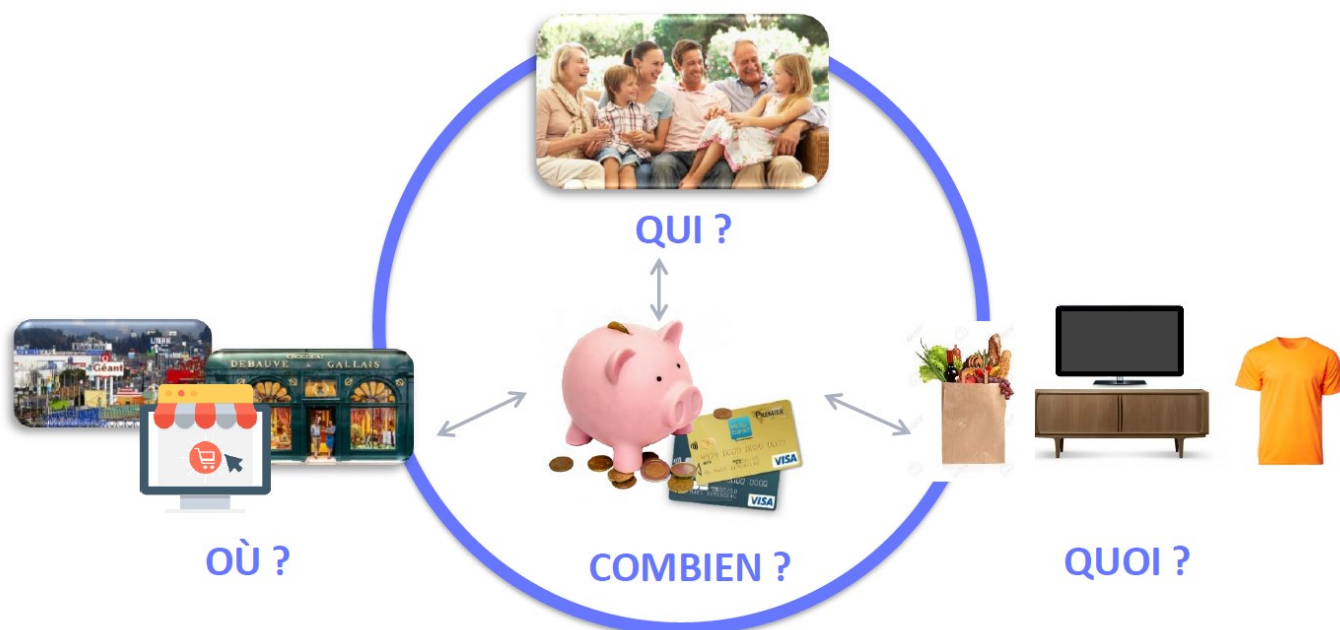
Une consultation menée auprès de ménages de Nouvelle-Aquitaine permet de connaître leurs pratiques de consommation sur plusieurs critères. Il s'agit notamment d'identifier :

- Le **potentiel de consommation** pour une sélection de 38 produits de consommation courante regroupés dans plusieurs familles de produits.
- Les **formes de vente privilégiées** (commerces de moins de 300 m², grandes surfaces, vente en ligne, commerces non sédentaires, autres formes de vente,...) par ces ménages lors de leurs achats.

Au total, cette enquête menée auprès de **466 ménages** qui résident sur GrandAngoulême permet une observation à partir d'une **base de données de 14 000 actes d'achats**.

Des premiers enseignements de cette enquête à l'échelle de la Communauté d'Agglomération de GrandAngoulême figurent dans un premier rapport global (septembre 2022).

Cette nouvelle synthèse présente une déclinaison des résultats pour analyser le comportement d'achats des ménages sur une famille **de produits spécifique à savoir l'alimentaire d'approvisionnement**



Les produits associés à la Famille Alimentaire d'approvisionnement

Cette base de données comprend des informations sur les pratiques de consommation courante pour 38 produits qui sont réparties en Famille de produits.

7 familles font l'objet d'une synthèse. Il s'agit de :

- Alimentaire Frais,
- Alimentaire d'approvisionnement,
- Equipement de la Personne,
- Equipement du Foyer,
- Bricolage/Jardinerie,
- Culture-Loisirs-Sport,

4 produits sont rattachés à la Famille « Produits d'approvisionnement ». Il s'agit de :

- Lait, Œufs, Produits Laitiers, Fromages, Beurre,
- Epicerie, boissons non alcoolisées, produits d'entretien,
- Vins, Apéritifs, Alcools,
- Surgelés,

Le potentiel de consommation

Le potentiel de consommation des ménages de GrandAngoulême en ce qui concerne les produits alimentaires d'approvisionnement atteint **262,3 Millions d'euros soit un montant de 3 807 € par ménage en moyenne.**

Ce montant est légèrement plus élevé que celui mesuré :

. En Charente : 3 787 €/ménage,

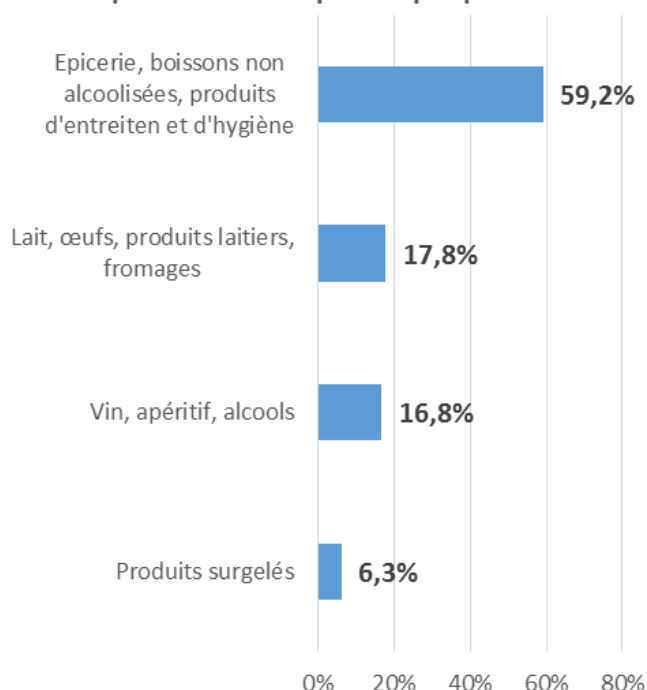
. En Nouvelle-Aquitaine : 3 759 €/ménage,

Les dépenses de consommation courante des ménages en produits alimentaires représentent **28,3 % du total des dépenses d'un ménage de GrandAngoulême.**

Parmi les 7 familles de produits étudiées, il **s'agit de celle qui mobilise la plus grande partie des dépenses de consommation courante des ménages avec plus du quart des dépenses totales de consommation courante.**

La répartition des dépenses de consommation des ménages pour les **produits alimentaires d'approvisionnement** indique que près de 60 % des dépenses concernent des achats en « épicerie, boissons non alcoolisées, produits d'entretien et d'hygiène ».

Répartition des dépenses par produits



Produits	GrandAngoulême			Charente	Nouvelle Aquitaine
	Total dépenses de consommation	Dépenses par ménage	% parmi les produits alimentaires	Dépenses par ménage	Dépenses par ménage
Lait, œufs, produits laitiers, fromages	46 579 889	676	17,8%	688	675
Epicerie, boissons non alcoolisées, produits d'entretien et d'hygiène	155 197 652	2 252	59,2%	2 211	2 215
Vin, apéritif, alcools	44 094 340	640	16,8%	647	634
Produits surgelés	16 479 138	239	6,3%	240	233
ALIMENTAIRE D'APPROVISIONNEMENT	262 351 019	3 807	100,0%	3 787	3 759

Les formes de vente privilégiées

Près de 60 % des dépenses alimentaires d'approvisionnement des ménages de GrandAngoulême sont captées par les hypermarchés.

Les différentes formes de grandes surfaces captent 95 % des dépenses alimentaires d'approvisionnement.

Les hypermarchés en captent 59 %, les supermarchés 22 %. Ces formes de vente s'affirment clairement comme étant celles privilégiées par les ménages de GrandAngoulême pour ce type d'achat.

Dans une moindre mesure, le Hard Discount et le Drive captent respectivement 7% et 6 % des dépenses alimentaires d'approvisionnement, soit aujourd'hui davantage que ce que captent les commerces de moins de

Produits surgelés : les grandes surfaces captent la plus grande partie des dépenses mais dans une proportion moindre que les autres produits alimentaires d'approvisionnement

Pour l'achat de produits surgelés, les ménages s'orientent principalement vers les grandes surfaces : 60 % des dépenses.

Toutefois, il s'agit du produit pour lequel la part des achats dans les commerces de moins de 300 m² (12 % des dépenses) et via la vente en ligne (8 % des dépenses) est la plus forte parmi les différents produits alimentaires d'approvisionnement.

Répartition des dépenses par forme de vente pour les produits alimentaires d'approvisionnement

	Lait, œufs, produits laitiers, fromages	Epicerie, boissons non alcoolisées, produits d'entretien et d'hygiène	Vin, apéritif, alcools	Produits surgelés	Total alimentaire approvisionnement
Commerces < 300 m²	3%	2%	3%	12%	3%
Grandes surfaces dont :	91%	97%	95%	80%	95%
<i>Hypermarché</i>	56%	60%	60%	51%	59%
<i>Supermarché</i>	20%	23%	19%	17%	22%
<i>Hard Discount</i>	7%	7%	7%	7%	7%
<i>Grandes Surfaces spécialisées</i>	2%	1%	4%	1%	2%
<i>Drives</i>	6%	6%	5%	3%	6%
Commerces non sédentaires	6%	1%	1%	1%	2%
Vente à distance	0%	0%	2%	8%	1%
Autres formes de vente	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Destination géographique des dépenses

Plus de 96 % des dépenses des ménages en produits alimentaires d'approvisionnement sont captées par des commerces situés sur GrandAngoulême.

A l'instar des produits alimentaires frais, la rétention commerciale sur GrandAngoulême est forte en ce qui concerne les produits alimentaires d'approvisionnement.

Par conséquent, l'évasion commerciale physique est faible et incompressible.

L'évasion via la vente en ligne est marginale à l'exception des produits surgelés tout en restant mesurée.

Repères Alimentaire d'approvisionnement

Principal poste de dépenses des ménages parmi les 7 familles étudiées.

Les grandes surfaces (90 %) dont les hypermarchés (59 %) captent l'essentiel des dépenses.

Un comportement d'achat un peu plus partagé pour les produits surgelés.

Une évasion commerciale physique (2,9 % des dépenses) comme via la vente en ligne (0,9 % des dépenses) qui restent modestes pour l'alimen-

Où dépensent les ménages de GrandAngoulême ? (en %)

