



CCI DU GERS



# Observatoire du Commerce et de la Consommation

## COMMERCE ET CONSOMMATION DES MENAGES DANS LE GERS

Dans le cadre de son Observatoire du Commerce et de la Consommation, la Chambre de Commerce et d'Industrie du Gers a réalisé en 2009, en partenariat avec les CCI de Midi-Pyrénées, une nouvelle enquête de consommation.

Sur 26 pôles de commerce et service du département, l'étude permet de valoriser les comportements d'achats des ménages mais aussi de mesurer les niveaux d'emprise et la répartition des achats par forme de distribution pour 39 produits de consommation courante.

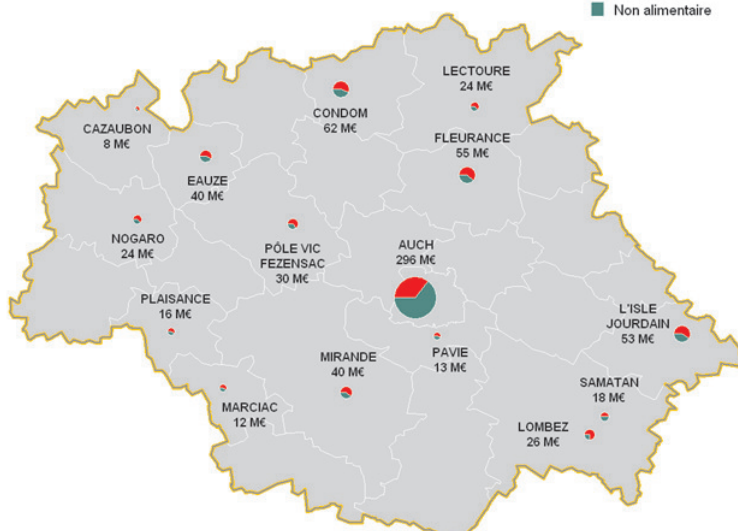
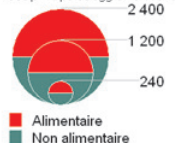
Des données utiles aux créateurs d'activités commerciales mais aussi aux collectivités, dans le cadre de l'élaboration du volet commerce des documents d'urbanisme (SCOT, PLU...).

**Zoom sur le fonctionnement commercial du Gers...**

[www.gers.cci.fr](http://www.gers.cci.fr)

- 1 Démographie & Consommation** p.2
- 2 Marché potentiel** p.3
- 3 Emprise et évasion** p.4

Chiffre d'affaires en M€  
des principales agglomérations



*Chiffre d'affaires par pôle en 2009*

### Auch réalise 35% du chiffre d'affaires du commerce gersois

Le commerce gersois génère un chiffre d'affaires de 852 millions d'euros en 2009. Il a crû de 12% entre 2004 et 2009.

Auch constitue le 1er pôle commercial et génère 35% du chiffre d'affaires départemental, soit 296 millions d'euros.

Condom, L'Isle Jourdain, Fleurance, Mirande et Eauze constituent 5 pôles commerciaux secondaires dont le chiffre d'affaires oscille entre 62 et 40 millions d'euros.

Le secteur ayant enregistré la plus forte hausse en terme de chiffre d'affaires dans le Gers est le secteur "Hygiène, Beauté, Santé" (+20%), suivi de l'Alimentaire (+16%).



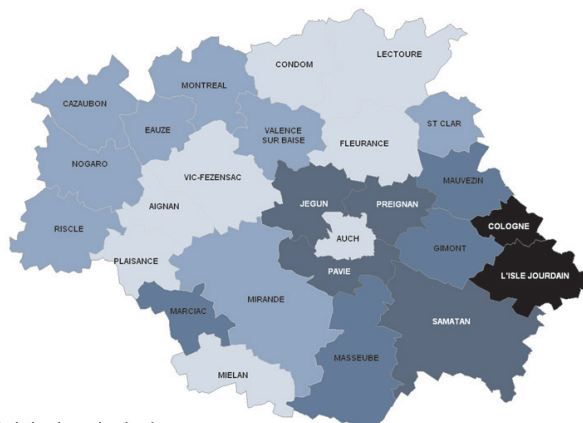
## Hausse de 15% du nombre de ménages sur les 10 dernières années

Entre 1999 et 2009, le nombre de ménages dans le Gers augmente de 15% pour atteindre 81 916 ménages en 2009.

Ce dynamisme démographique concerne l'ensemble des territoires gersois.

Il s'accompagne d'un phénomène de périurbanisation autour de la ville d'Auch. La hausse dépasse 30% sur les communes situées à l'Est du département, plus proches de l'agglomération toulousaine.

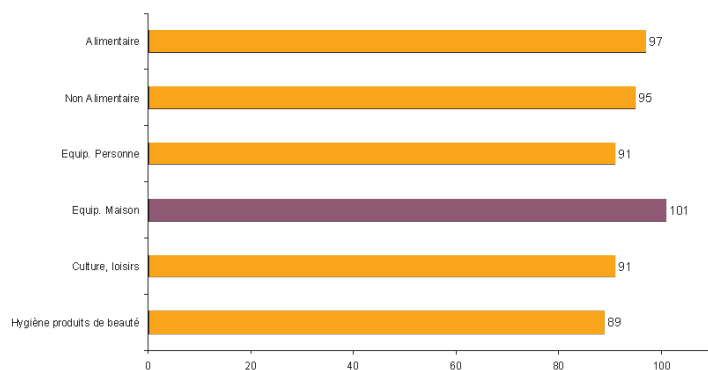
Cette évolution démographique positive et le surplus de consommation qu'elle génère constituent le principal facteur de développement de l'activité commerciale gersoise.



Evolution du nombre de ménages entre 1999 et 2009

- 08 - Plus 30%
- 07 - Entre 21% et 30%
- 06 - Entre 16% et 20%
- 05 - Entre 11% et 15%
- 04 - Entre 6% et 10%
- 03 - Entre 3% et 5%
- 02 - Entre 1% et 2%
- 01 - Entre -9% et -2%

Evolution du nombre de ménages entre 1999 et 2009



Indices de Disparité de Consommation du Gers en 2010

## Les ménages gersois dépensent plus pour l'équipement de la maison que la moyenne des français

Les Indices de Disparité des Dépenses de Consommation (IDC) traduisent la propension des ménages à consommer plus ou moins que la moyenne des ménages français, en fonction de caractéristiques socio-démographiques locales.

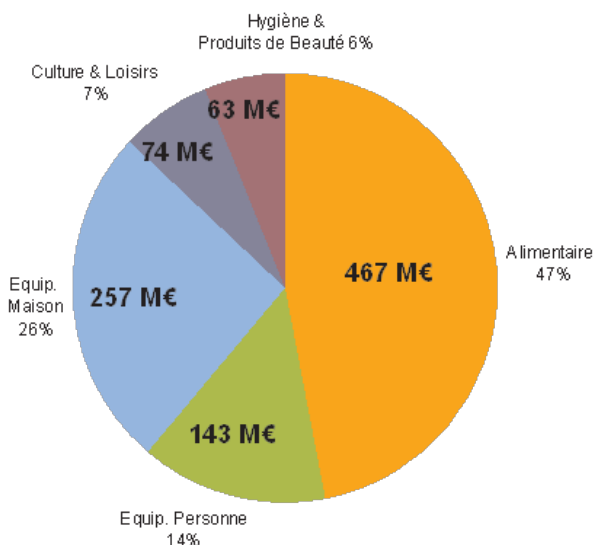
L'IDC moyen dans le Gers s'élève à 96 mais cette moyenne légèrement inférieure au niveau national (100) masque des disparités selon les familles de produits.

Les gersois dépensent en moyenne plus pour l'équipement de la maison (IDC: 101) et relativement moins pour les produits d'hygiène, santé et beauté (IDC: 89).

## Un marché potentiel d'1 milliard d'euros en 2009

La dépense commercialisable représente le potentiel annuel de consommation des ménages résidant sur une zone donnée. **Sur le département du Gers, elle est estimée à 1 milliard d'euros en 2009.**

L'alimentation représente 47% des dépenses des ménages gersois (49% au niveau national), l'équipement de la maison, 26% (24% au niveau national) et l'équipement de la personne 14% (15% au niveau national).



Potentiel de consommation 2009 par grande famille de produits

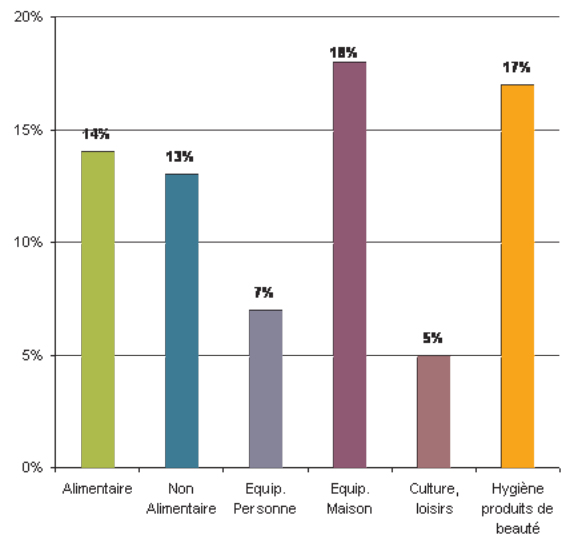
Dépense commercialisable totale en 2009: 1 milliard d'euros

## Hausse de 18% des dépenses d'équipement de la maison entre 2004 et 2009

Entre 2004 et 2009, la dépense commercialisable globale a progressé de 14% en euros courants dans le Gers.

Parmi les produits non alimentaires, ce sont les biens d'équipements de la maison et les produits d'hygiène et de beauté qui enregistrent les plus fortes hausses de dépenses de consommation.

Sur la même période, le chiffre d'affaires de ces secteurs croît sensiblement moins vite, soit respectivement de 11% et de 20%.



*Evolution de la dépense commercialisable entre 2004 et 2009 par grande famille de produits sur le Gers*

Forme de vente	Gers	Midi Pyrénées	France
Dépense Commercialisable	1 004 M€	15 274 M€	-
Commerce de moins de 300 m <sup>2</sup>	24%	23%	24.5%
Grandes Surfaces	69%	70%	68%
Hypermarchés	20%	24%	26%
Supermarchés	23%	17%	21%
Hard-discounts	6%	6%	18%
Gdes surfaces spécial.	19%	21%	
Autres grandes surfaces	1%	2%	
Commerce non sédentaire	3%	3%	3.5%
Vente à Distance	3%	3%	3%
Autres forme de vente	1%	1%	1%

*Répartition des dépenses des ménages par forme de vente en 2009*

## Des parts de marché par forme de vente proche des moyennes nationales

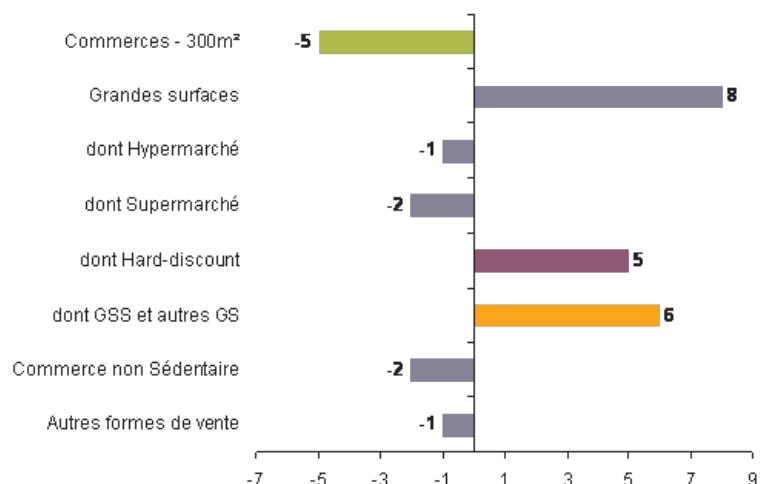
La répartition du potentiel de consommation en 2009 est globalement similaire aux arbitrages nationaux avec des comportements d'achat qui s'orientent vers les grandes surfaces: 69% des dépenses (tous produits confondus) sont réalisées dans ce type de points de vente.

Les parts de marché de la grande distribution oscillent entre 63% pour les produits non alimentaires et 75% pour les produits alimentaires.

## Progression des parts de marché des grandes surfaces spécialisées et du discount alimentaire

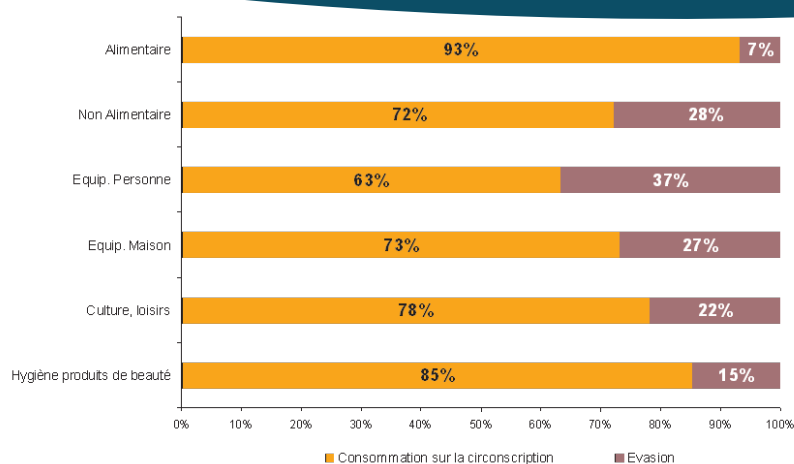
L'évolution des parts de marché des formes de vente est conditionnée par les modifications des comportements d'achat des consommateurs et les changements intervenus dans l'offre présente sur le territoire.

Le commerce de moins de 300m<sup>2</sup> perd 5 points de part de marché sur la période 2004-2009 au profit des grandes surfaces spécialisées (+6 points) et des supermarchés de discount alimentaire (+5 points).



*Evolution (en point) du chiffre d'affaires Gers par formes de vente entre 2004 et 2009 (tous produits confondus)*





Estimation de l'évasion en 2009 par famille de produits sur le Gers

## 18% des dépenses des ménages sont réalisées à l'extérieur du département

L'évasion est définie comme la part des dépenses des ménages gersois réalisée à l'extérieur du département. Elle s'élève à 18% des dépenses en 2009, soit 183 millions d'euros.

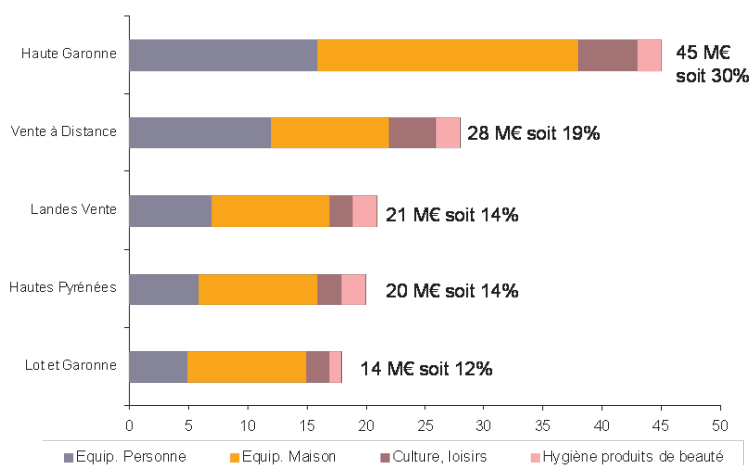
Entre 2004 et 2009, on observe une stabilisation de l'évasion. Les produits à fort taux d'évasion sont l'équipement de la personne (37%) et l'équipement de la maison (27%).

## La Haute Garonne: 1ère destination d'évasion en 2009

Le département de la Haute Garonne est la principale destination d'évasion en non alimentaire (30% du volume d'évasion) avec Toulouse comme principale destination.

La vente à distance est la deuxième destination (19% du volume d'évasion) avec 50% des achats effectués sur Internet. Globalement, les destinations d'évasion demeurent inchangées depuis 2004.

En valeur, l'évolution de l'évasion s'élève à +11 Millions d'euros pour la Haute Garonne, +4 Millions d'euros pour la vente à distance, +3 Millions d'euros pour les Landes, +5 Millions d'euros pour les Hautes Pyrénées et +5 Millions d'euros pour le Lot et Garonne.



Principales destinations d'évasion non alimentaire en 2009

## Méthodologie de l'étude

Au cours des mois de Mars et Avril 2009, un échantillon représentatif de 920 ménages gersois a été enquêté sur le lieu de leur dernier acte d'achat. Le département a été découpé en 26 secteurs d'études.

Au total, 29 219 actes d'achats ont été collectés sur un panel de 39 produits de consommation courante. Chaque acte d'achat a été valorisé en euros à partir des données INSEE sur la consommation des ménages en 2010, des Indices de Disparité de la Consommation 2010 publiés par l'ACFCI et des données démographiques estimées par AID Observatoire d'après les données de l'INSEE.

## L'Observatoire du Commerce et de la Consommation: Un outil au service des projets

Les produits:  
**Le Dossier d'Aide à la Décision:** fournit des éléments de cadrage indispensables à toute étude de marché ou d'implantation.  
 Tarif: 150€

**La Fiche Pôle Commercial:** présente de manière synthétique l'activité commerciale d'un pôle et son rayonnement.  
 Tarif: 300€

**Le Diagnostic de Pôle:** présente les principaux résultats sur le fonctionnement commercial d'un pôle en mettant en évidence les forces et faiblesses de l'offre par rapport aux besoins et attentes des consommateurs de la zone de chalandise.  
 Tarif: sur devis

Pour en savoir plus, contact CCI du Gers:  
 Catherine Maire  
 c.maire@gers.cci.fr, 05 62 61 62 72