

L'observatoire du commerce et de la consommation

Principaux résultats
Pays de Maurienne

AID Observatoire

□ Analyser la demande :

- Valoriser la consommation des ménages

- Identifier les comportements d'achat des ménages

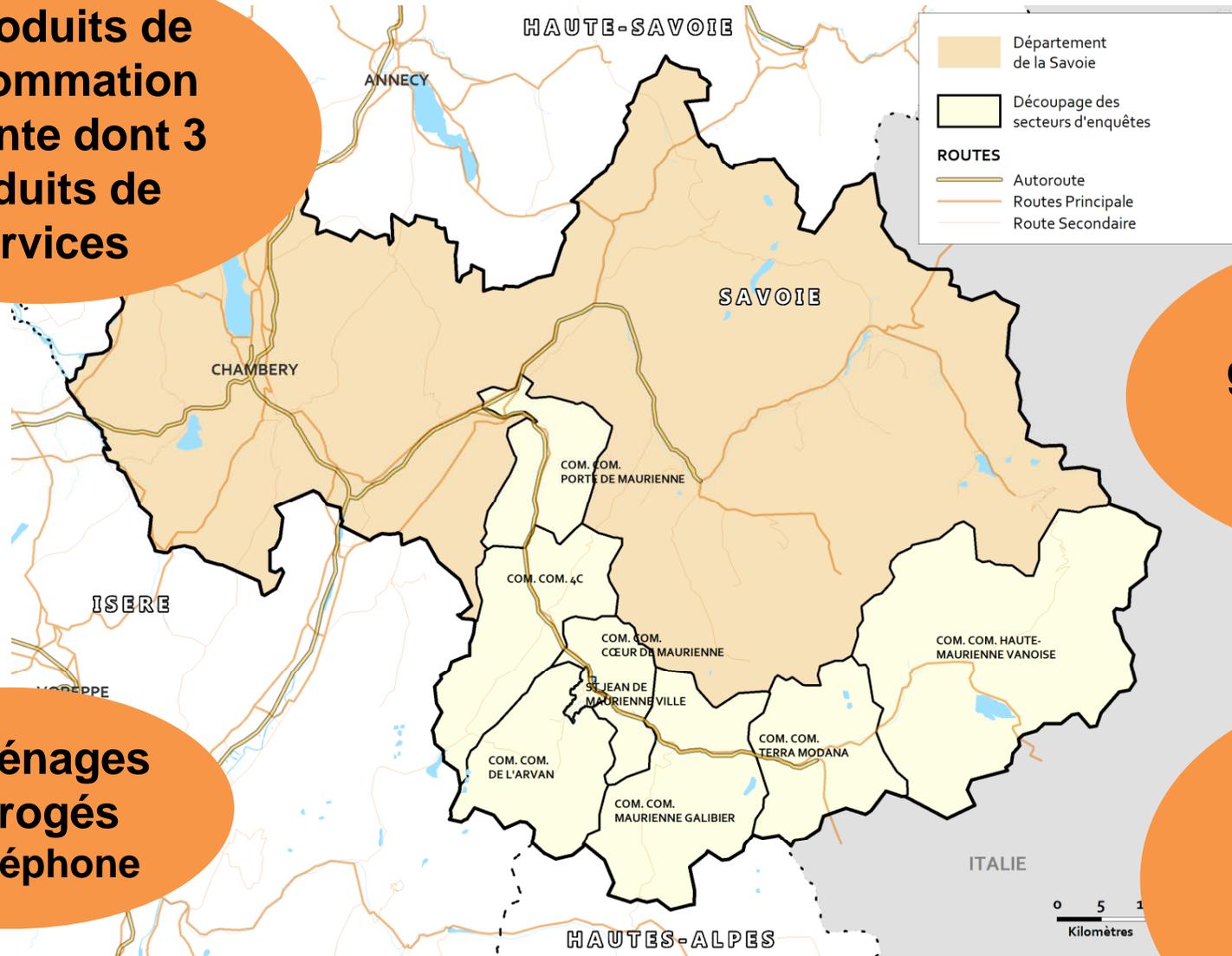
□ Etudier l'offre commerciale :

- Identifier les polarités commerciales

- Identifier l'attractivité de l'appareil commercial

Méthodologie

49 produits de consommation courante dont 3 produits de services

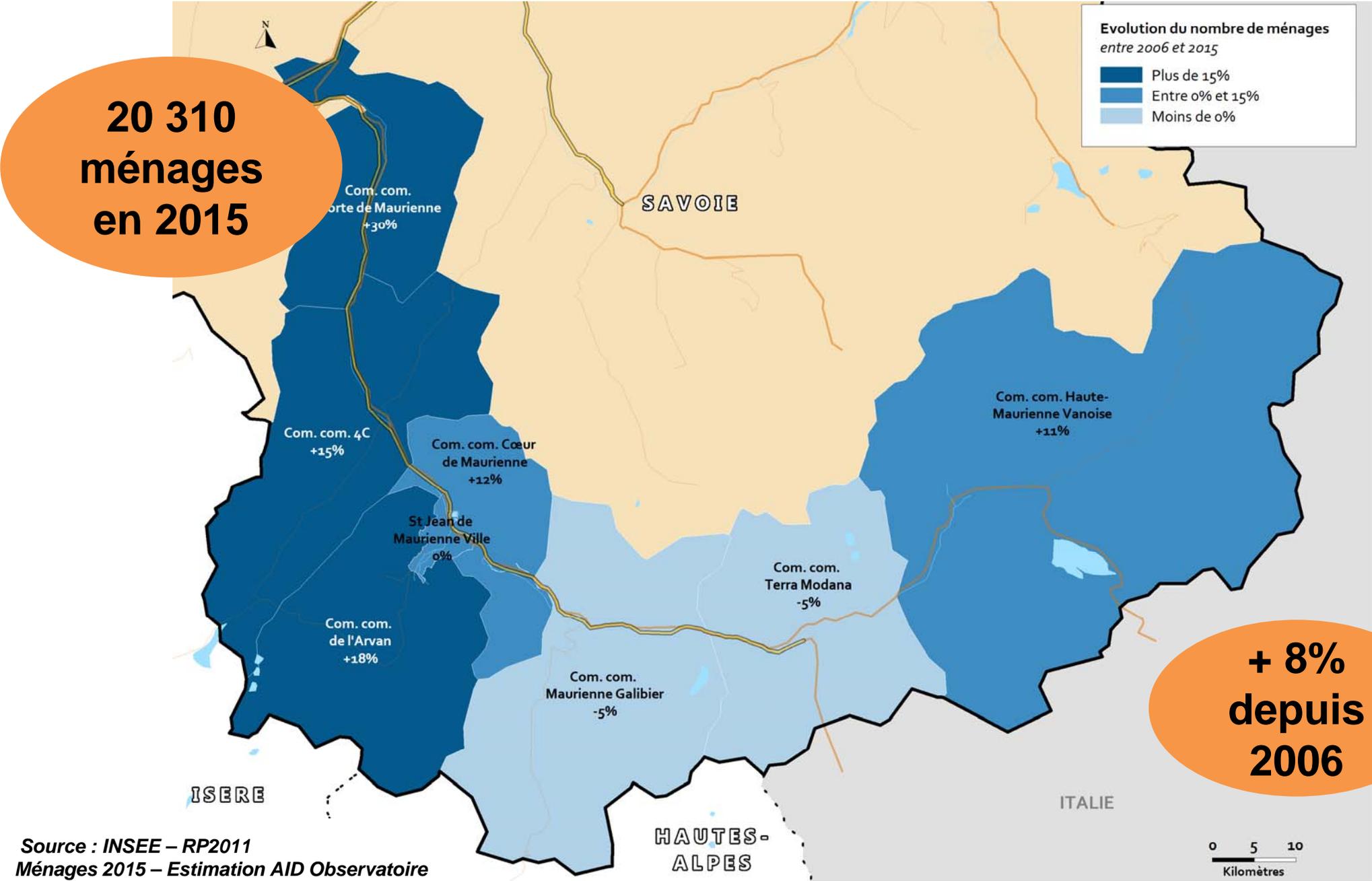


351 ménages interrogés par téléphone

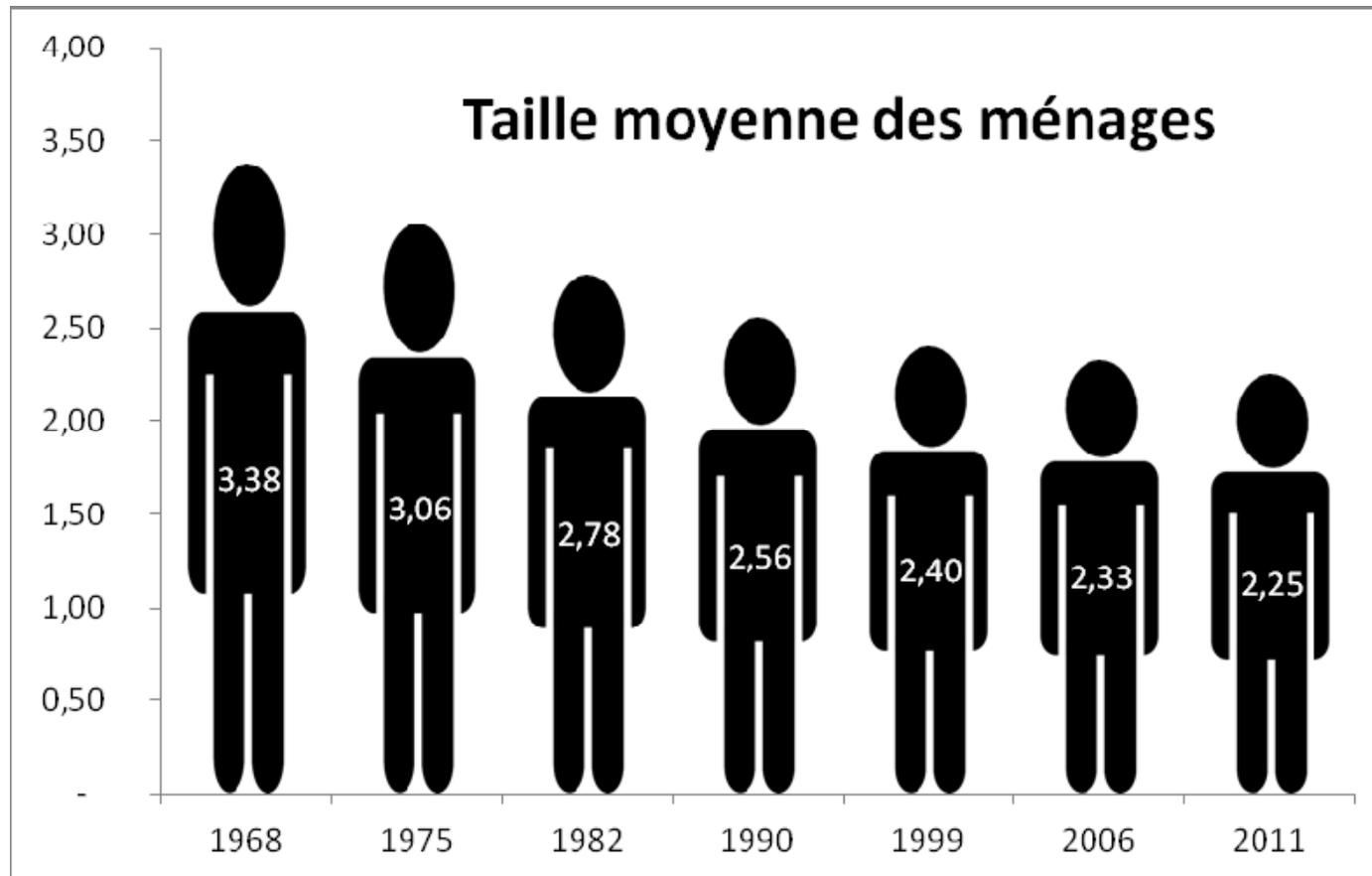
8 zones géographiques sur le Pays de Maurienne

12 500 actes d'achats étudiés sur le Pays de Maurienne

Evolution des ménages depuis 2006



Source : INSEE – RP2011
Ménages 2015 – Estimation AID Observatoire



Familles monoparentales :
7% des ménages
Moy. Savoie : 8%
Moy. France : 9%

55% des actifs travaillent hors de leur commune de résidence et 11% hors de la Maurienne
Moy. Savoie : 61%
Moy. France : 65%

13% des ménages n'ont pas de voiture
Moy. Savoie : 13%
Moy. France : 19%

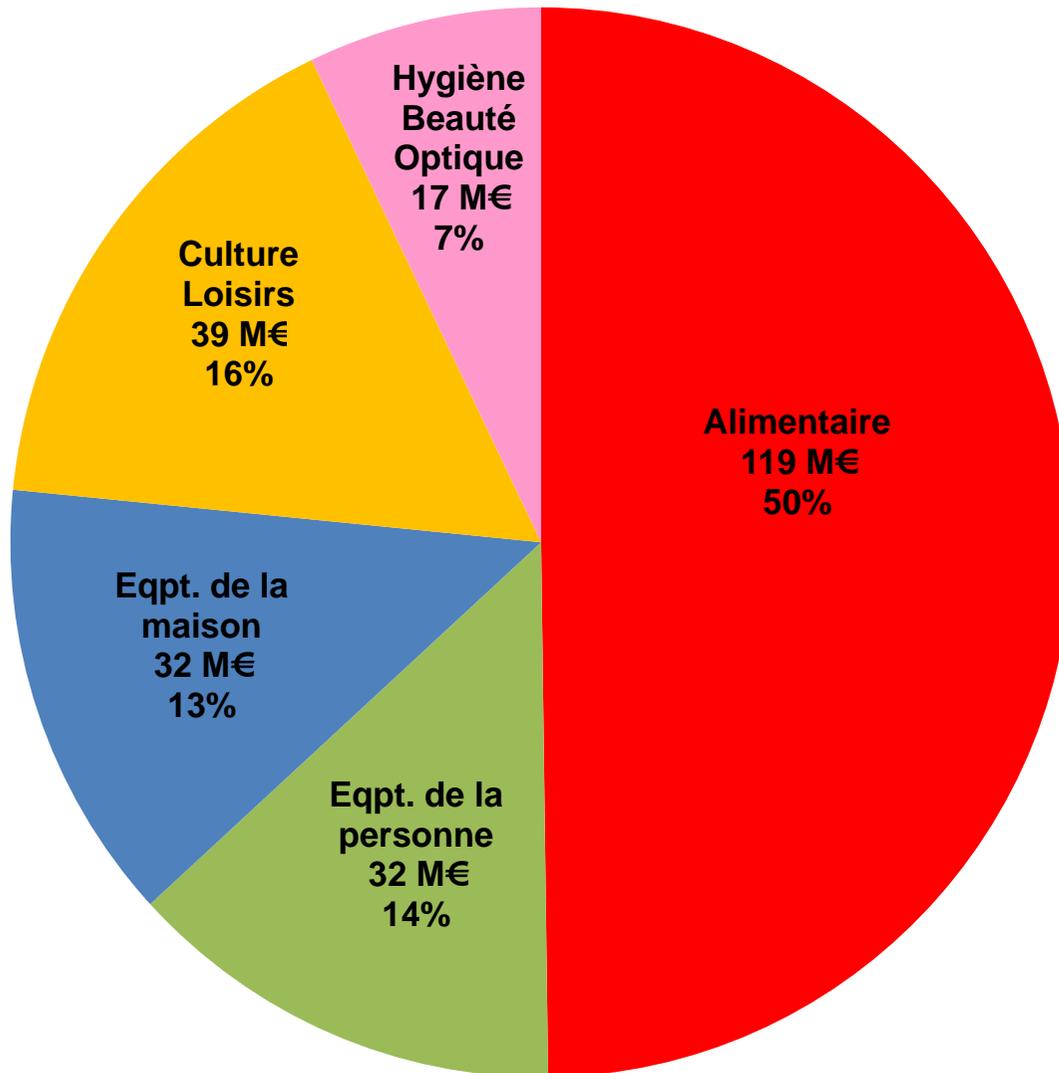
26% des personnes ont plus de 60 ans
Moy. Savoie : 23%
Moy. France : 23%

Source : INSEE
RP 2011

Analyse de la consommation et des comportements d'achats des ménages Mauriennais

Potentiel de consommation annuel par famille de produits

Potentiel de consommation global* : 240 M€



Famille de produits	% France
Alimentaire	48 %
Eqpt. de la personne	15 %
Eqpt. de la maison	13 %
Culture Loisirs	17 %
Hygiène Beauté Optique	8 %

* hors produits de pharmacie, coiffure/esthétique, Cinéma

Source : Enquête Ménages

Le partage du marché

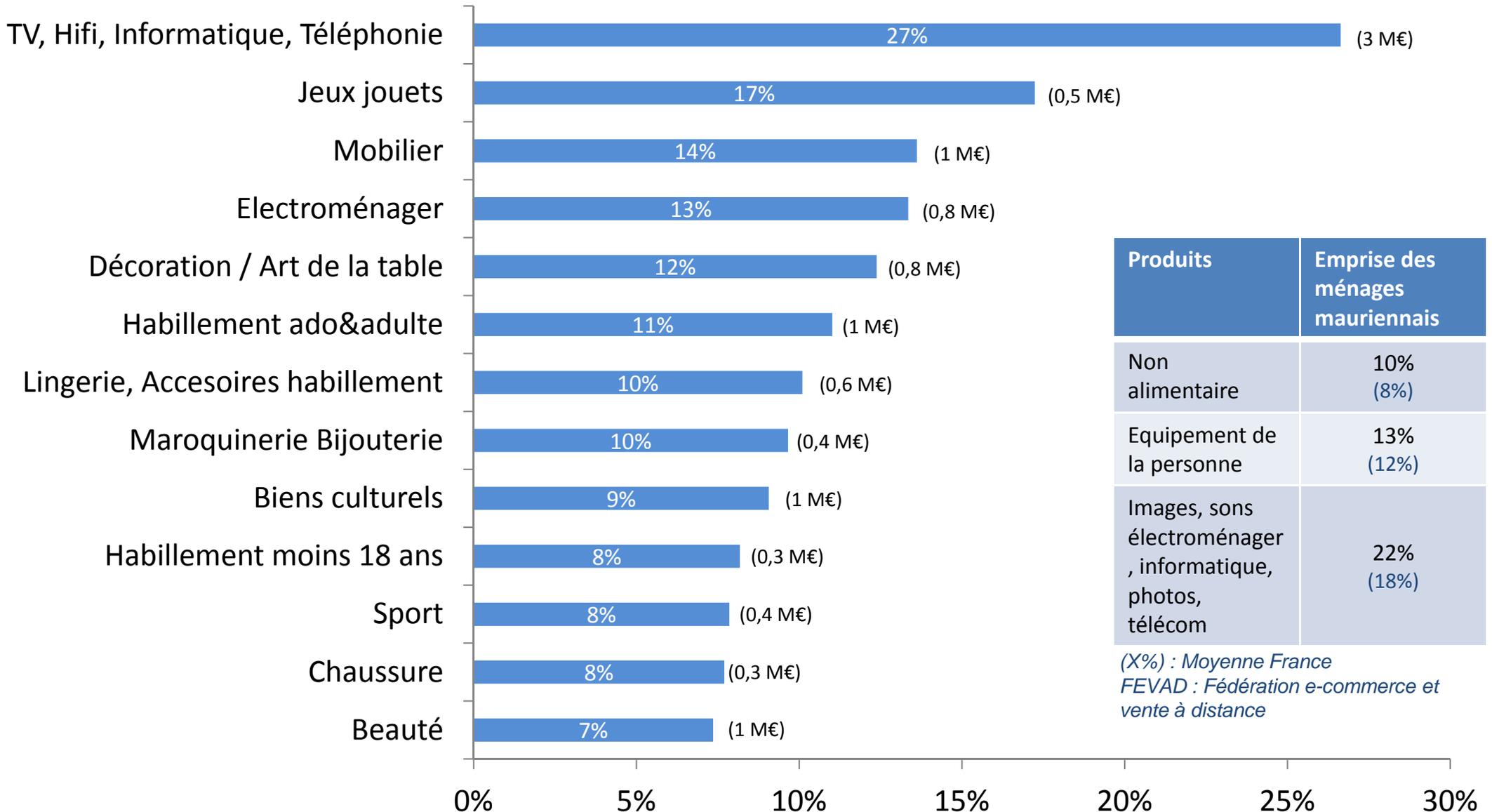
Formes de Vente	Total	Ali	Non Ali	Eqp. Personne	Eqp. Maison	Culture loisirs	Hygiène Beauté Optique
Commerce de moins de 300 m ²	20 % (20%)	14 % (15%)	25 % (24%)	38 % (39%)	8 % (10%)	22 % (25%)	41 % (39%)
Grandes surfaces	69 % (70%)	78 % (78%)	61 % (65%)	46 % (49%)	80 % (79%)	63 % (62%)	48 % (51%)
<i>Hypermarchés / Supermarché</i>	42 % (42%)	67 % (66%)	18 % (20%)	7 % (12%)	20 % (16%)	16 % (21%)	42 % (41%)
<i>Hard-discount</i>	5 % (5%)	8 % (8%)	1 % (1%)	0 % (0%)	1 % (1%)	0 % (0%)	1 % (2%)
<i>Grandes surfaces spécialisées (GSS comme Grand Frais, Bricomarché, Kiabi,...)</i>	20 % (20%)	1 % (2%)	40 % (41%)	37 % (32%)	54 % (59%)	47 % (40%)	5 % (5%)
<i>Autres Grandes surfaces (Drives, Solderies,...)</i>	2 % (3%)	2 % (2%)	2 % (3%)	2 % (5%)	5 % (3%)	0 % (1%)	0 % (3%)
Commerce non sédentaire	3 % (3%)	5 % (4%)	1 % (1%)	2 % (2%)	0 % (1%)	0 % (0%)	1 % (0%)
Vente à distance (VAD)	7 % (6%)	2 % (1%)	12 % (9%)	13 % (9%)	11 % (9%)	14 % (11%)	9 % (7%)
<i>dont e-commerce</i>	5 % (5%)	0,5 % (0,5%)	10 % (8%)	10 % (8%)	9,5 % (8%)	13,5 % (10%)	6 % (5%)
<i>dont vente par correspondance</i>	2 % (1%)	1,5 % (0,5%)	2 % (1%)	3 % (1%)	1,5 % (1%)	0,5 % (1%)	3 % (1%)
Autres	1 % (1%)	1 % (2%)	1 % (1%)				
TOTAL	100 %						

Source : Enquête Ménages

(XX%) : Moyenne France

Top des produits vendus sur Internet en non alimentaire

Emprise d'internet sur les ménages par produit



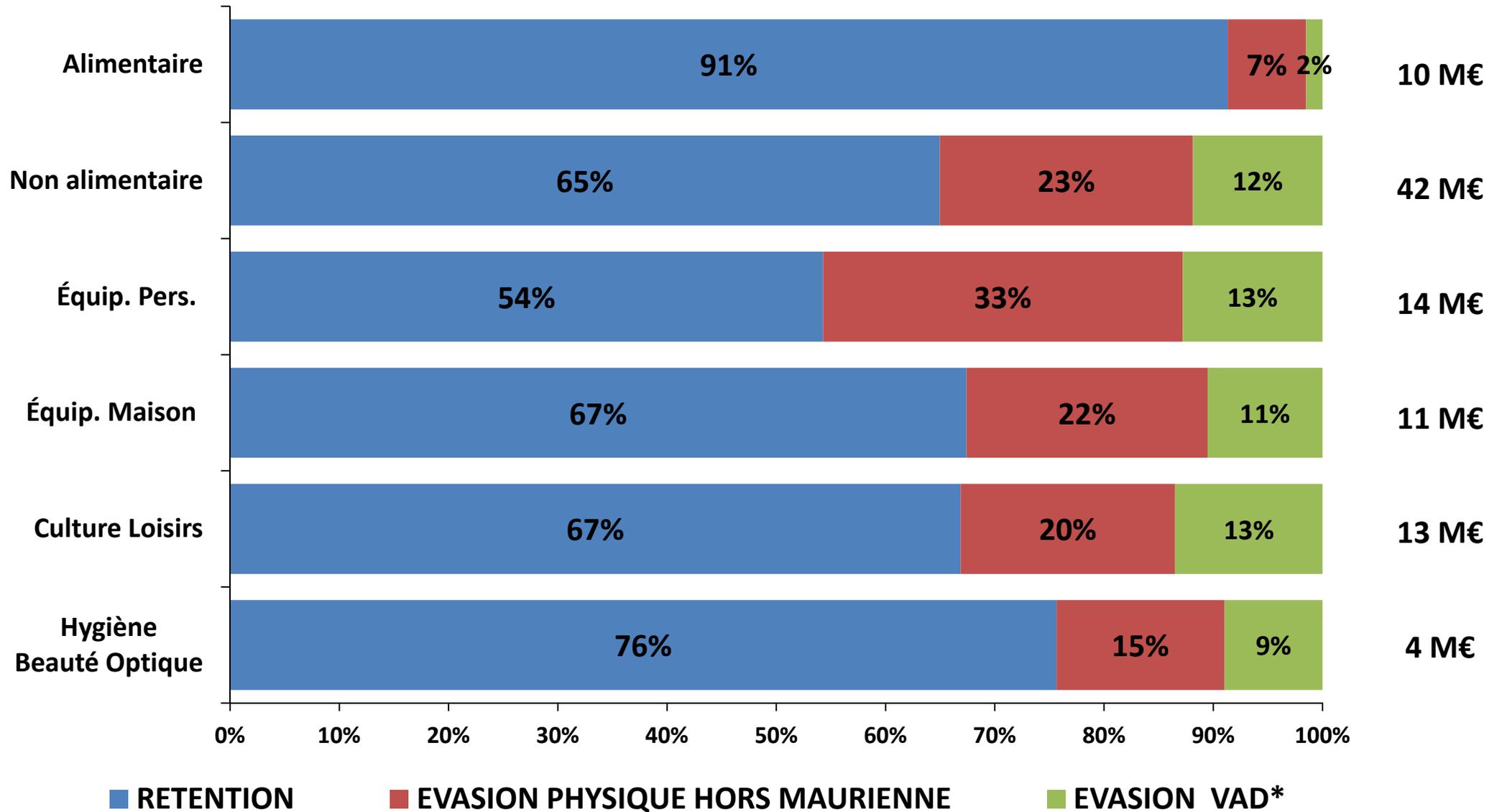
(X%) : Moyenne France
 FEVAD : Fédération e-commerce et vente à distance

Source : Enquête Ménages

Où vont consommer les ménages ?

Dépense des ménages totale : 240 M€ dont 22% d'évasion

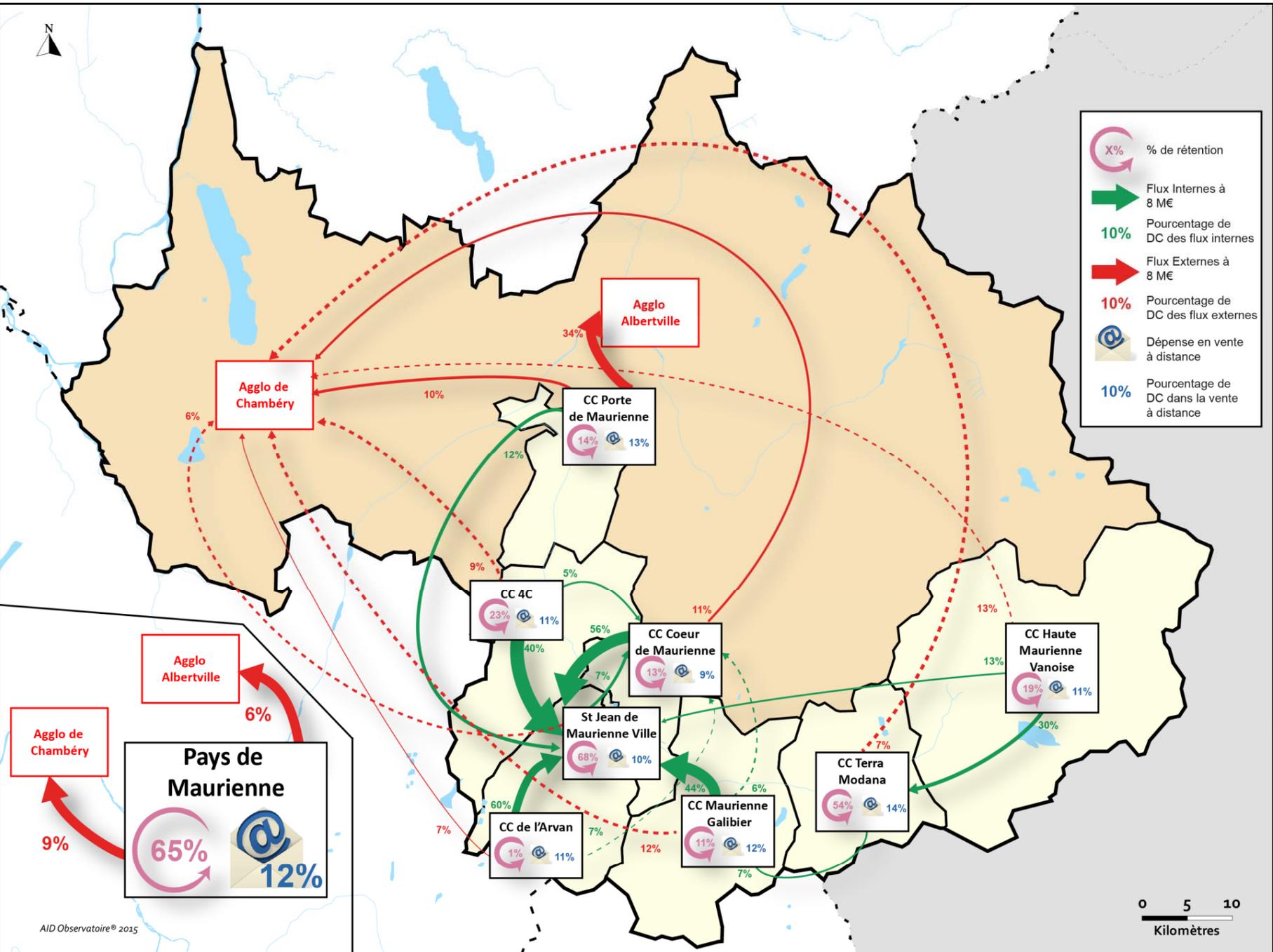
Montant évasion



Source : Enquête Ménages

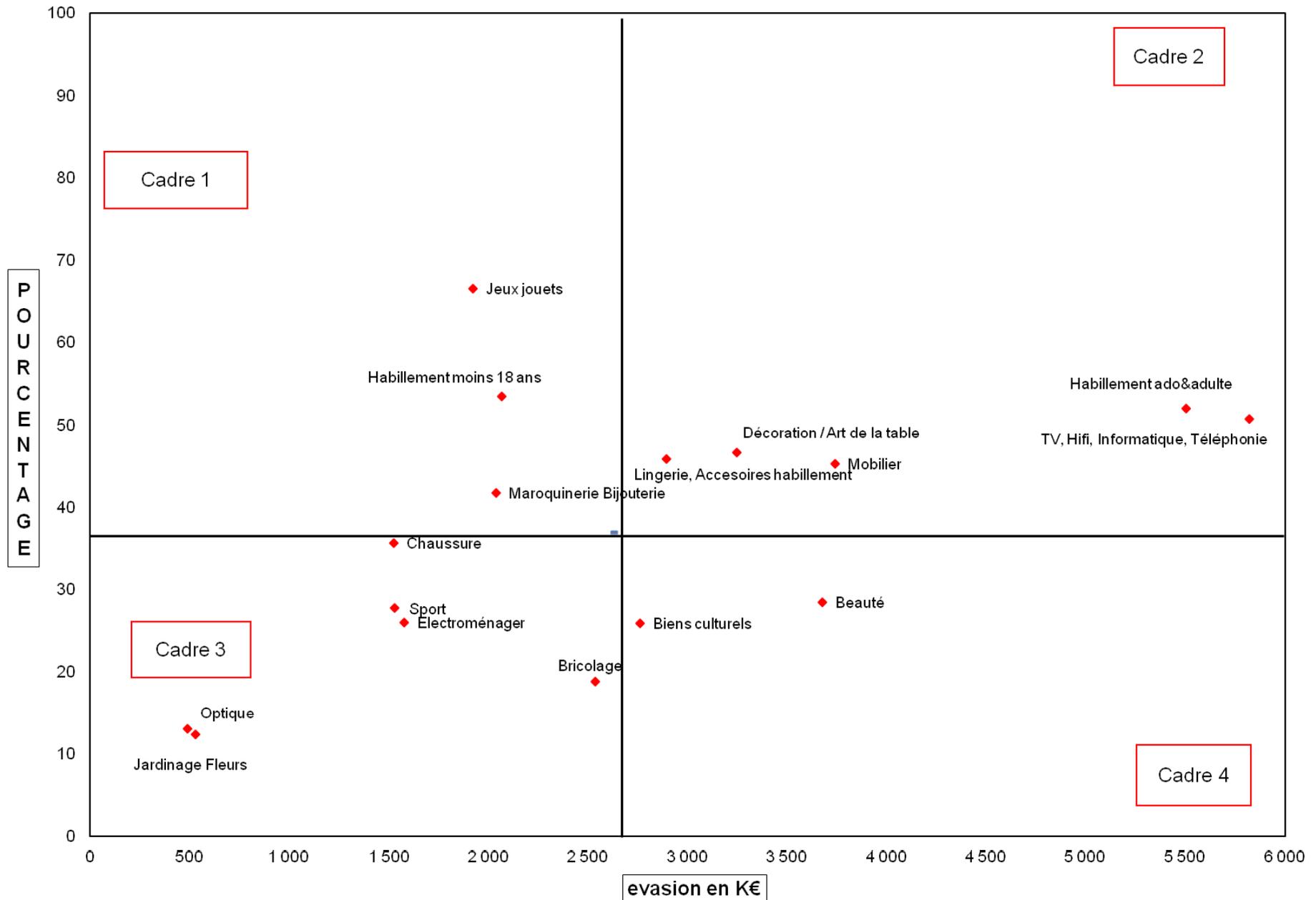
* VAD : Vente A Distance

Destinations d'évasion non alimentaire – Principaux Flux (>5 %)



Source : Enquête Ménages

Evasion par produits



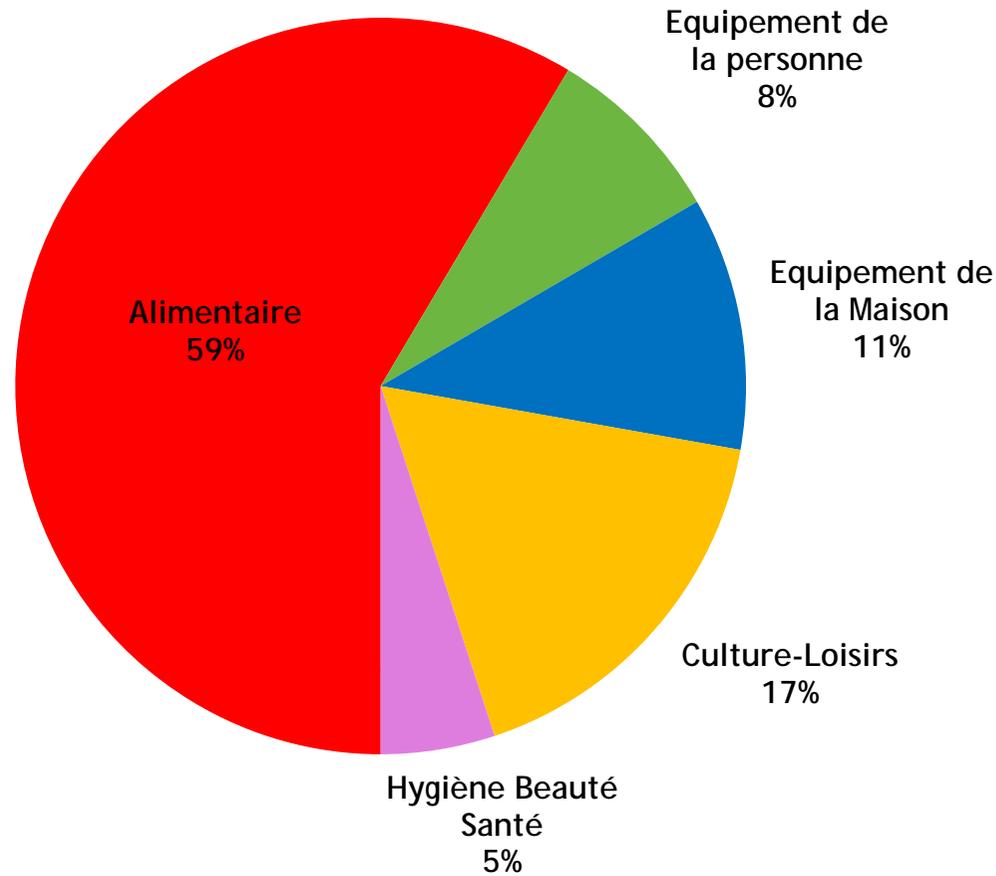
Source : Enquête Ménages

Analyse de l'activité commerciale sur le Pays de la Maurienne

Niveau d'activité

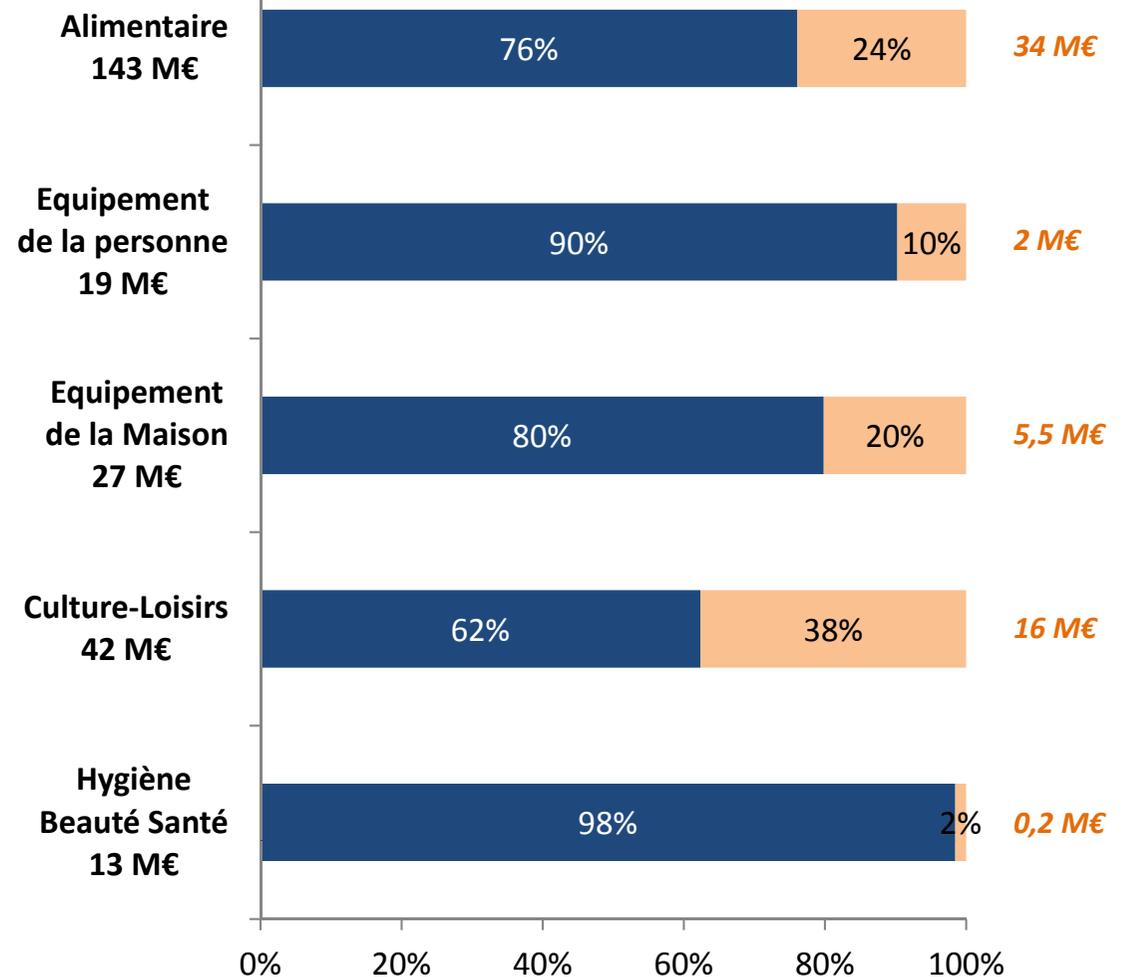
Chiffre d'affaires 2015 :

245 M€ dont 24% de tourisme



Part du tourisme dans le chiffre d'affaires par famille de produit

Montant
tourisme



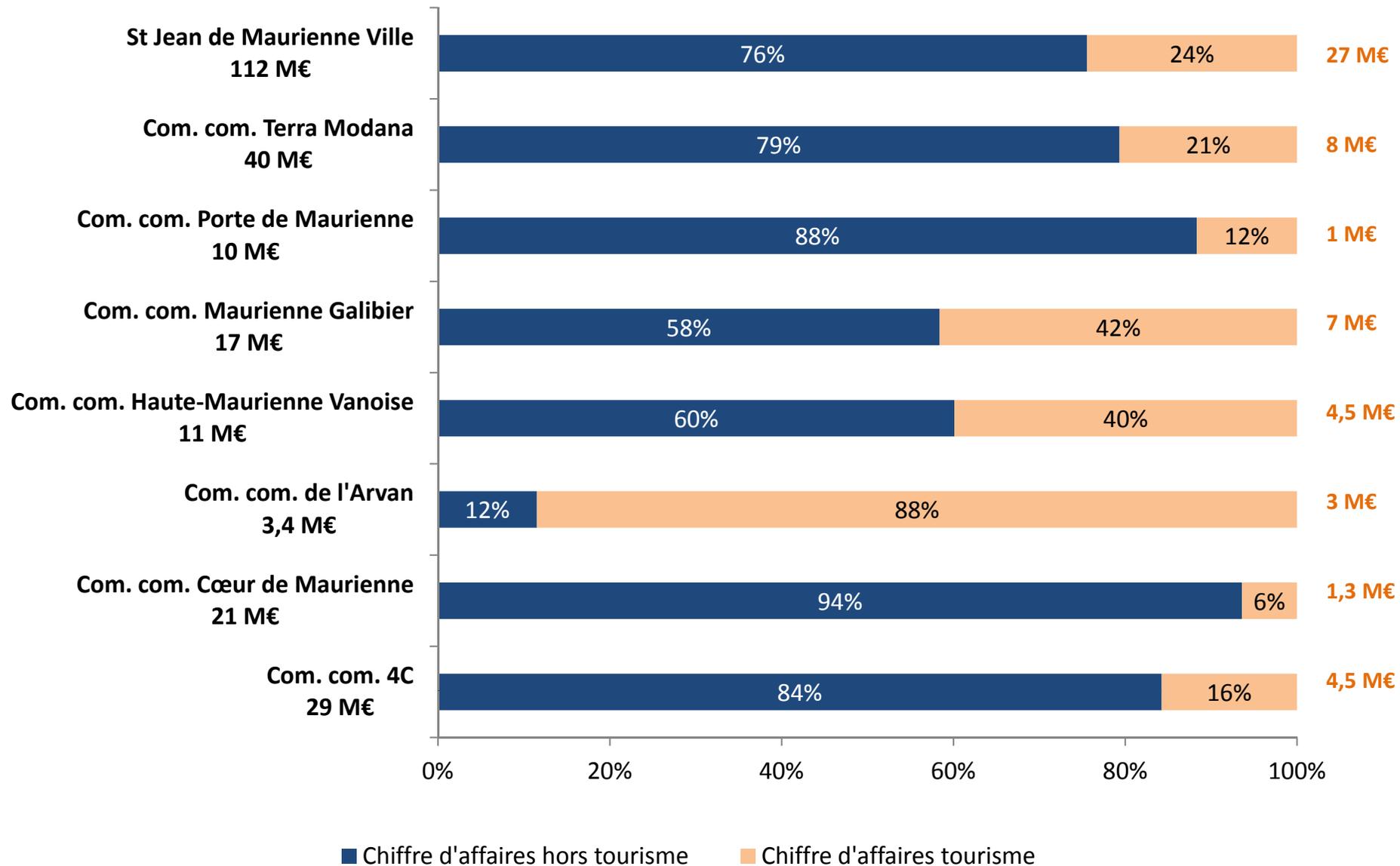
■ Chiffre d'affaires hors tourisme ■ Chiffre d'affaires tourisme

Source : Enquête Ménages

Niveau d'activité

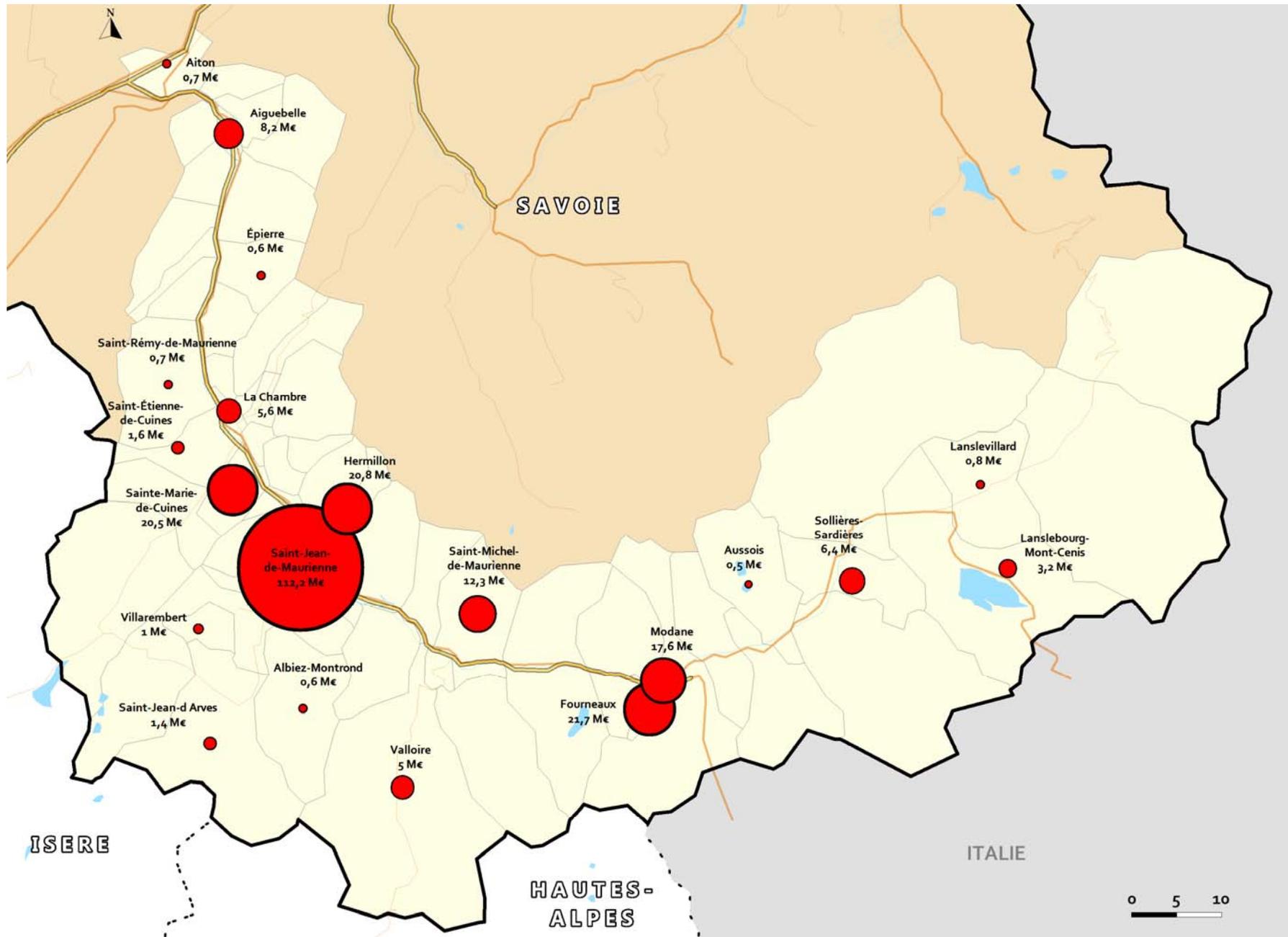
Part du tourisme dans le chiffre d'affaires des secteurs

Montant
tourisme



Source : Enquête Ménages

Un maillage commercial homogène

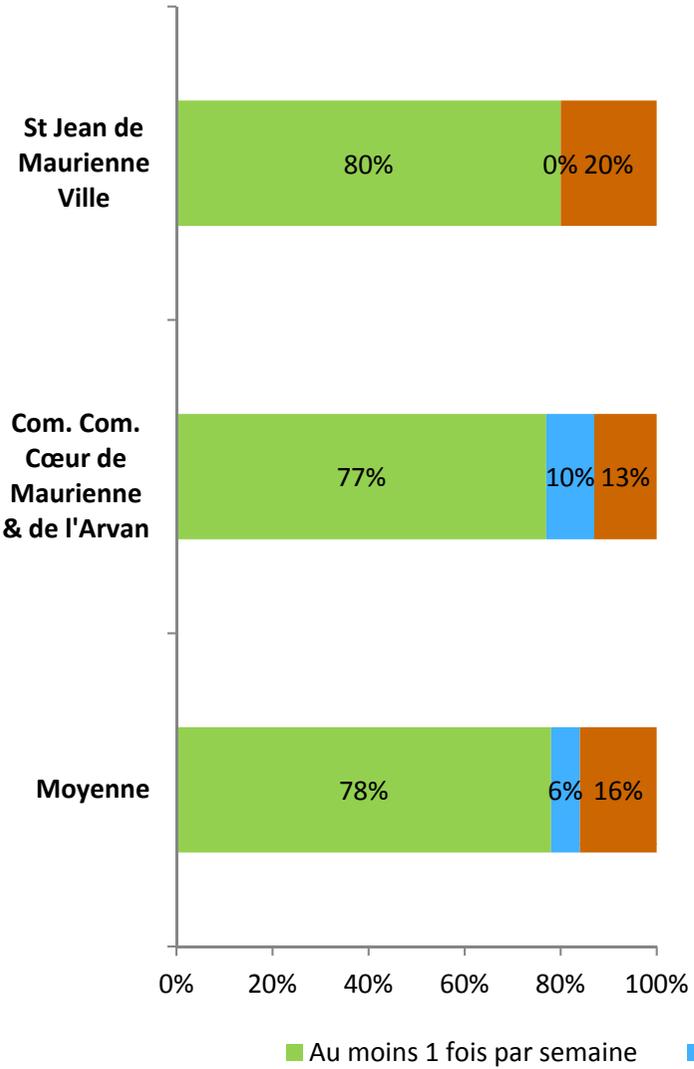


Source : Enquête Ménages

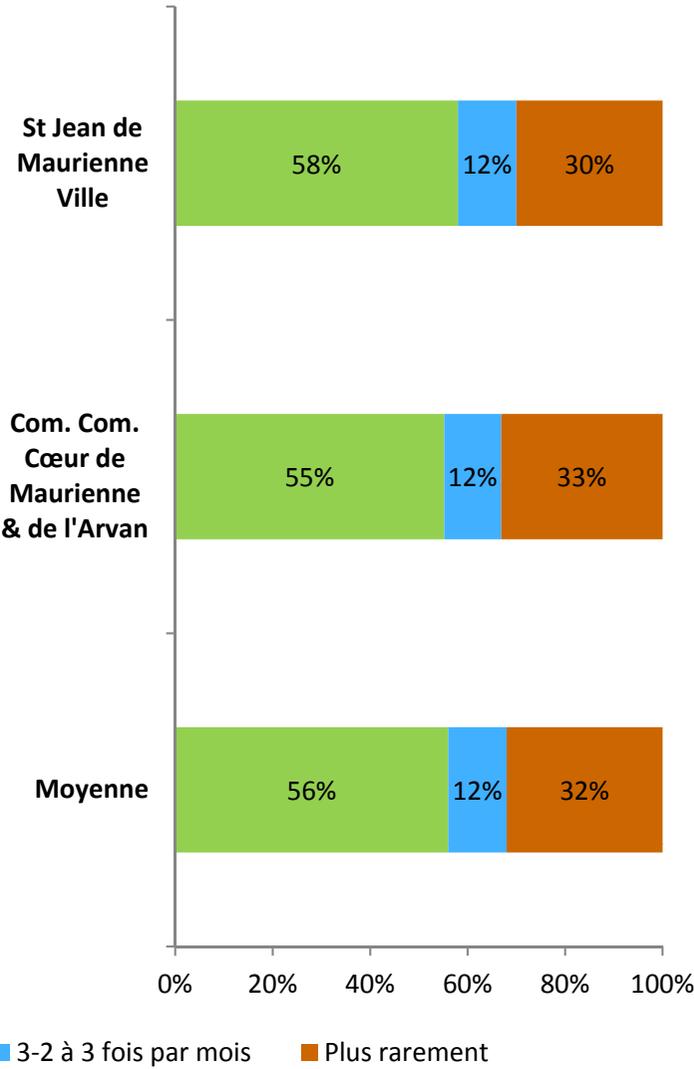
Opinion

Opinion : base de 350 ménages interrogés par téléphone

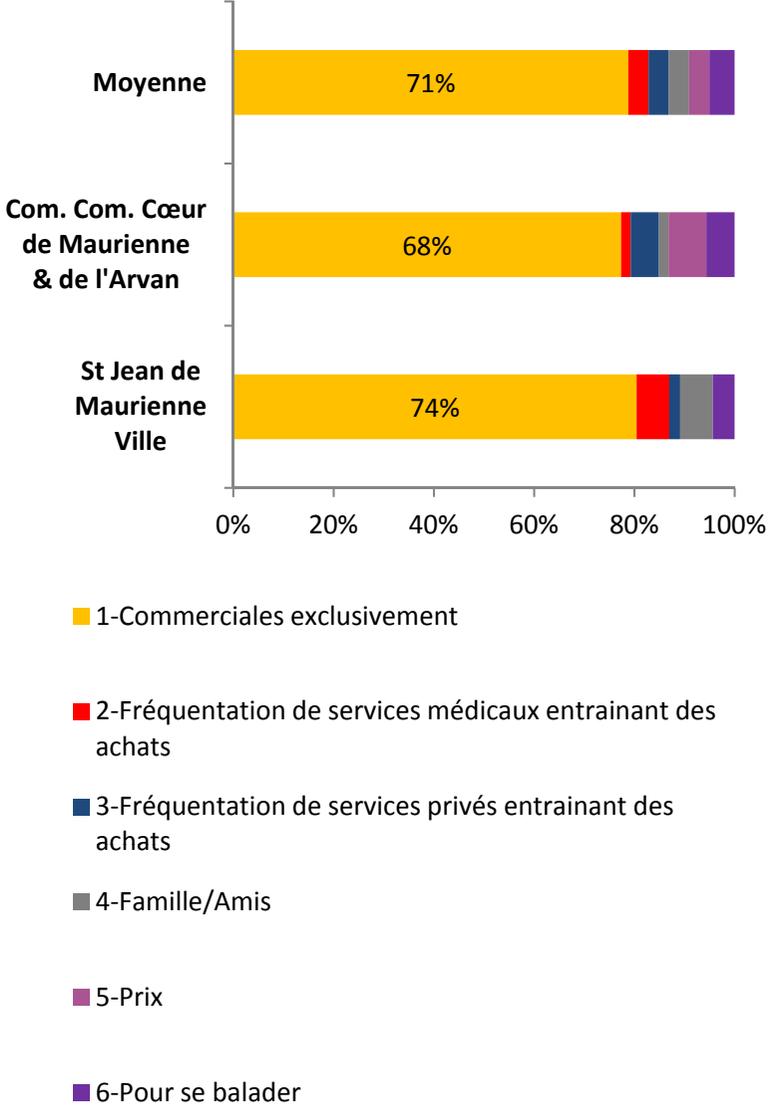
Fréquentation des commerces du centre ville de St Jean de Maurienne



Fréquentation des commerces périphérie de St Jean de Maurienne



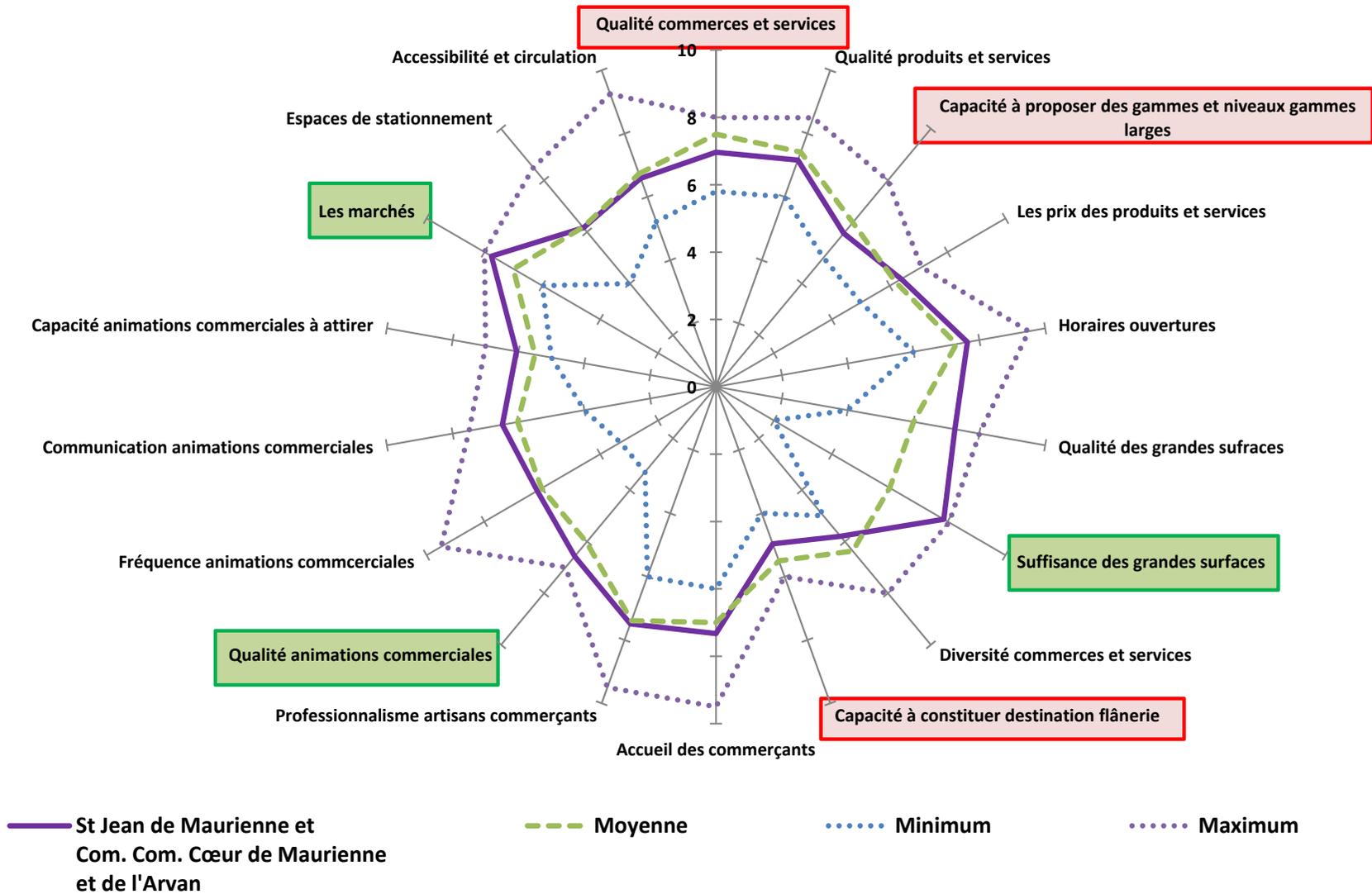
Raisons de consommation ailleurs



Source : Enquête Ménages

Notation critères du centre ville de St Jean de Maurienne

Note moyenne : 6,7 / 10



Source : Enquête Ménages