



## OBSERVATOIRE DU COMMERCE ET DE LA CONSOMMATION DU GERS

### LES COMPORTEMENTS D'ACHAT DES MENAGES GERMOIS EN 2014 QUI CONSOMME QUOI ? OU ? COMBIEN ? COMMENT ? QUELLES EVOLUTIONS DEPUIS 2009 ?

Le commerce de détail et les services constituent une composante structurante de l'organisation du territoire, des centres-villes et des villages.

Le développement et le maintien d'un tissu commercial de proximité, la capacité des pôles à répondre aux attentes des consommateurs et des touristes constituent des enjeux forts pour l'attractivité et le développement du Gers.

C'est pourquoi, dès **1996**, la **CCI du GERS** a créé un Observatoire du Commerce et de la Consommation, alimenté par une vaste enquête sur les comportements d'achats des ménages du département.

Depuis 2009, celle-ci est menée conjointement par toutes les CCI de Midi-Pyrénées pour proposer aux créateurs-repreneurs, commerçants, enseignes et collectivités locales des données de marché fines sur chaque pôle et bassin de consommation de Midi-Pyrénées.

Entre Avril et Mai 2014, **1050** ménages gersois ont été interrogés sur leurs habitudes de consommation pour **41 produits de consommation courante**. Les actes d'achats et opinions consolidés décrivent les pratiques d'achats des habitants et permettent d'évaluer les trajectoires des principaux pôles du département depuis 2009

L'enquête ménage permet au final d'analyser :

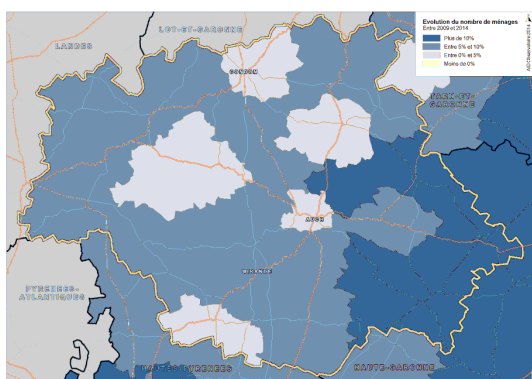
- **La demande**
  - o Valoriser la consommation des ménages
  - o Identifier les comportements d'achat
- **L'offre commerciale**
  - o Estimer le niveau d'activité des pôles commerciaux, des communes, des agglomérations, des territoires
  - o Estimer les parts de marchés des formes de commerce
  - o Mesurer l'attractivité de l'appareil commercial : Emprise et évasion

## PRINCIPAUX RESULTATS

### ANALYSE DE LA CONSOMMATION ET DES COMPORTEMENTS D'ACHATS DES MENAGES GERSOIS

#### Les dépenses de consommation des ménages

Le nombre de ménages progresse de **7%** sur le Gers entre **2009 et 2014**.



Les disparités sont marquées par une faible progression sur les territoires de Auch, Condom, Vic-Fezensac et Plaisance et une progression très marquée à l'ouest du département en troisième couronne étendue de l'agglomération de Toulouse. Les dépenses de consommation des gersois représentent **6%** des dépenses régionales soit **1097 M€**. Elles augmentent **8%** depuis **2009**.

#### Quels sont les magasins fréquentés ?

Entre 2009 et 2014, le commerce de moins de 300 m<sup>2</sup> gersois perd environ 1 point de part de marché. En alimentaire, on constate un glissement des supermarchés vers les hypermarchés, ceci en raison de la mutation de l'offre sur le territoire. En non alimentaire, les hypermarchés et les supermarchés perdent du terrain au profit des grandes surfaces spécialisées.

#### Parts de marché par forme de vente

| Formes de Vente                               | Alimentaire | Non Alimentaire |
|---|-------------|-----------------|
| <b>Commerce de moins de 300 m<sup>2</sup></b> | <b>17%</b>  | <b>28%</b>      |
| <b>Grandes surfaces</b>                       | <b>75%</b>  | <b>64%</b>      |
| Hypermarchés                                  | 31%         | 14%             |
| Supermarchés                                  | 33%         | 7%              |
| Hard-discount                                 | 10%         | 2%              |
| Autres Grandes surfaces                       | 0%          | 42%             |
| <b>Drives</b>                                 | <b>2%</b>   | <b>-</b>        |
| <b>Commerce non sédentaire</b>                | <b>4%</b>   | <b>1%</b>       |
| <b>Vente à distance</b>                       | <b>0%</b>   | <b>6%</b>       |
| <b>Autres</b>                                 | <b>3%</b>   | <b>1%</b>       |
| <b>TOTAL</b>                                  | <b>100%</b> | <b>100%</b>     |

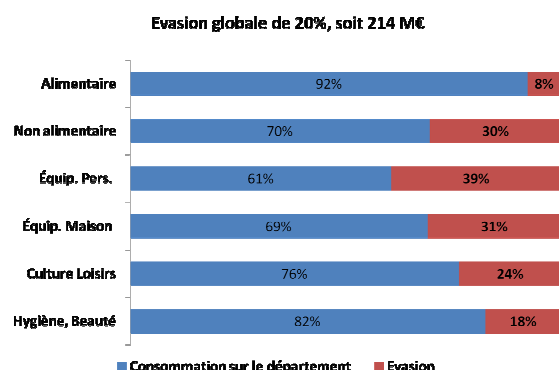
La part du commerce de moins de 300 M<sup>2</sup> alimentaire (17%) est supérieure à la moyenne nationale (15%), celle des hypermarchés (31%) en retrait par rapport à la moyenne nationale (41%).

Dans le secteur non alimentaire, le commerce de moins de 300 m<sup>2</sup> détient 28% des parts de marché soit 2 points de plus qu'au niveau national. Les grandes surfaces spécialisées comme les hypermarchés sont en retrait de 2 points. En 2014, **81%** des dépenses réalisées par la **vente à distance** sont effectuées par **internet** alors que ce taux était de 55% en 2009.

Sur les produits non alimentaires, la vente à distance gagne globalement 1 point de part de marché entre 2009 et 2014.

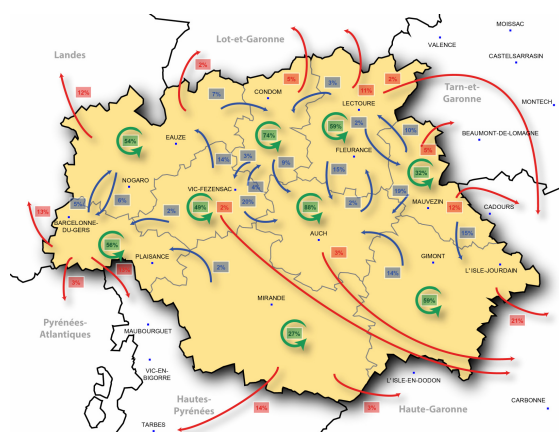
## Quels sont les lieux d'achat ?

Le taux d'évasion global s'élève à **20%** ce qui signifie que **214 M€** du potentiel des ménages résidant sur le Gers sont dépensés hors de ce département.



Le taux d'évasion en alimentaire est incompressible. Les taux d'évasion en non alimentaire sont importants : un **tiers** des dépenses des ménages gersois est réalisé en dehors du département, et jusqu'à **39%** pour les produits **d'équipement de la personne**.

Entre 2009 et 2014 l'évasion alimentaire augmente de 0,3 point, l'évasion non alimentaire de **2,7 points** ; c'est le secteur de **l'équipement de la maison** qui enregistre la plus forte hausse d'évasion.

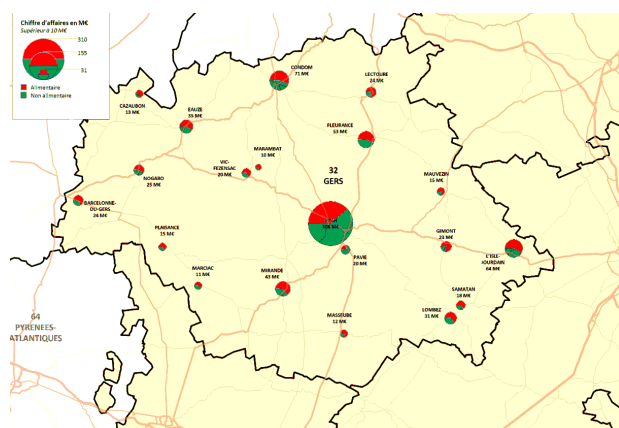


La principale destination d'évasion du département est la région, qui représente la moitié de l'évasion totale pour les produits non alimentaires, avec 2 tiers de cette évasion sur **l'agglomération toulousaine**, et un tiers sur l'agglomération de **Tarbes**.

Les départements limitrophes et le reste de la France sont la deuxième destination d'évasion, devant la vente à distance. L'évasion s'effectue notamment sur les Landes (Mont-de-Marsan et Aire sur l'Adour) et le Lot-et-Garonne (Agen).

## NIVEAU D'ACTIVITE ET MAILLAGE COMMERCIAL DU GERS

Le niveau de l'activité du département du Gers est estimé à **916 M€** dont plus de la moitié sont générés par les produits alimentaires (56%). Depuis 2009, ce niveau d'activité a augmenté de **7%**, soit **57 M€**. L'augmentation provient majoritairement des produits alimentaires (+12%); le niveau d'activité des produits non alimentaires est en baisse, excepté pour les produits d'**hygiène, beauté**. Cela s'explique par la progression modérée du nombre de ménages conjuguée à **l'augmentation de l'évasion sur les produits d'équipement de la personne, d'équipement de la maison et de culture loisirs**



L'agglomération de **Auch**, 1<sup>er</sup> pôle du département génère une activité de **308M€** auprès de la population locale (hors tourisme et achat des professionnels), en hausse de **3%** par rapport à 2009.



En savoir plus:

**OBSERVATOIRE DU COMMERCE ET DE LA  
CONSOMMATION DU GERS**

**C. MAIRE** – Tel : 05 62 61 62 72 –

[c.maire@gers.cci.fr](mailto:c.maire@gers.cci.fr)

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