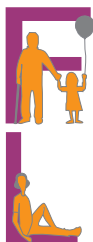


## ACTIVITÉS des COMMERCES de la RÉGION



### Quel niveau d'activité pour les pôles urbains ?

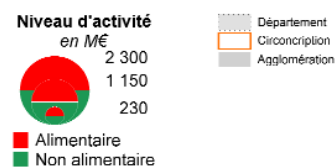
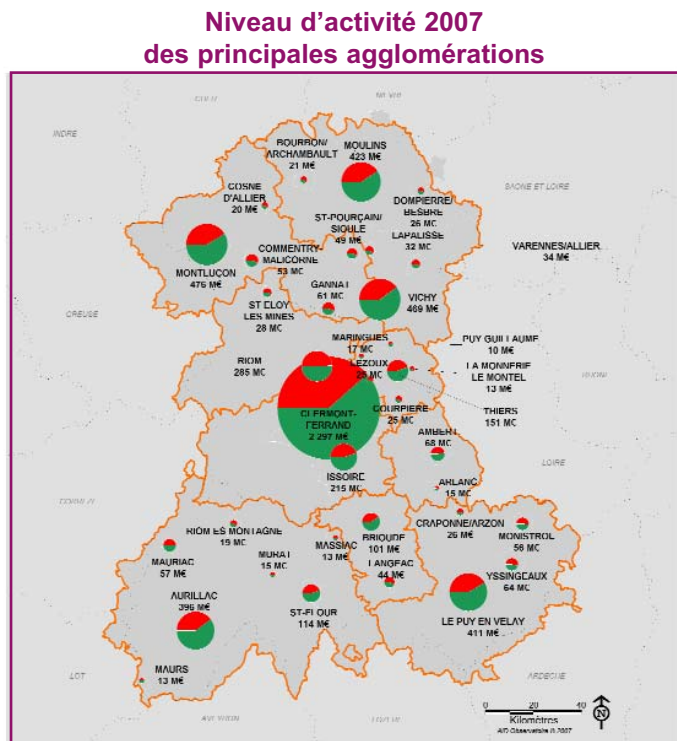
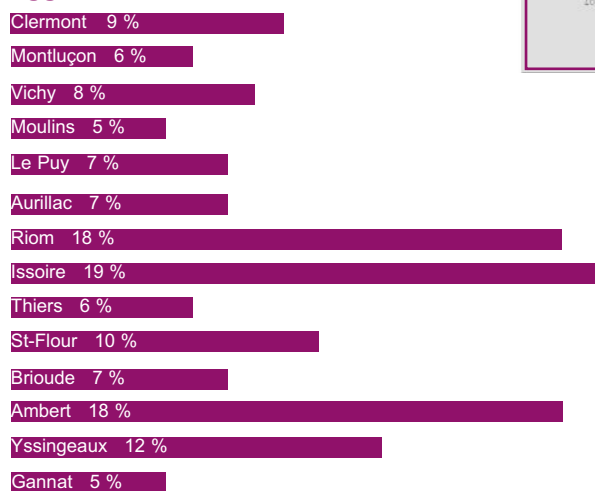
L'agglomération de Clermont-Ferrand capte à elle seule 31 % de l'activité réalisée, dans les commerces d'Auvergne (7 327 millions d'euros), grâce aux ménages de la région.

Les cinq autres pôles urbains (Aurillac, Le Puy-en-Velay, Moulins, Montluçon, Vichy) présentent chacun un chiffre d'affaires compris entre 395 et 480 millions d'euros.

Viennent ensuite Riom (avec un chiffre d'affaires de 285 millions d'euros) et Issoire (215 millions d'euros), puis Thiers, Brioude, Saint-Flour, autour de 100 millions d'euros.

Certaines de ces agglomérations ont connu une croissance sensible de leur activité, au cours des trois dernières années, liée notamment à l'évolution de l'offre commerciale.

### Évolution de l'activité des principales agglomérations entre 2004 et 2007 (en %)



Source : AFD Observatoire



### D'où viennent les clients des commerces de la région ?

Lieux d'achat	Allier	Haute-Loire	Cantal	Puy-de-Dôme	Total
Allier	97,6 %	0,1 %	0,0 %	2,3 %	100 %
Cantal	0,1 %	0,5 %	98,3 %	1,1 %	100 %
Haute-Loire	0,1 %	97,2 %	0,7 %	2,1 %	100 %
Puy-de-Dôme	2,4 %	1,5 %	1,2 %	94,9 %	100 %

Clé de lecture : 97,6 % de l'activité des commerces de l'Allier est générée par des ménages du département, 0,1 % par des ménages basés en Haute-Loire, 0,1 % par ceux du Cantal et 2,4 % par des ménages résidant dans le Puy-de-Dôme.

L'essentiel de l'activité des commerces d'un département provient des ménages de ce département. Les flux interdépartementaux restent négligeables, sauf pour le Puy-de-Dôme qui réalise 5,1 % de son activité avec des dépenses en provenance d'autres départements de la région.

La base de données des Flux de consommation est un outil des Chambres de Commerce et d'Industrie d'Auvergne.  
Coordination Régionale – CRCI Auvergne – Service Observation économique et Etudes  
Aéroport Clermont-Ferrand Auvergne – BP 25 – 63510 AULNAT  
Tél. 04 73 60 46 28 – Fax 04 73 90 89 22 – gsinsard@auvergne.cci.fr



## RÉSULTATS de l'ENQUÊTE 2007

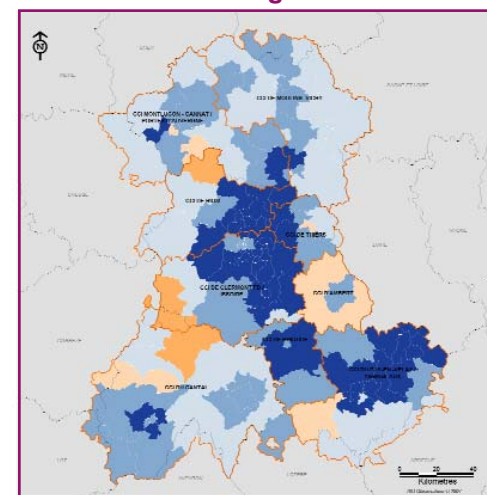
### POTENTIEL d'ACHAT des MÉNAGES



#### Que dépensent les ménages ?

- 632 000 ménages sur la zone d'enquête, soit + 8 % depuis 1999 et + 4 % depuis 2004.
- Une dépense moyenne annuelle de 12 802 euros par ménage en Auvergne (moyenne France : 13 732 euros), consacrée à 42 % aux dépenses alimentaires (moyenne France : 40 %).
- Un marché total de 8,090 milliards d'euros, en hausse de 9 % par rapport à 2004. Cette hausse s'explique pour 5 points par la hausse des dépenses et pour 4 points par l'augmentation du nombre de ménages.

### Évolution des ménages entre 1999 et 2007

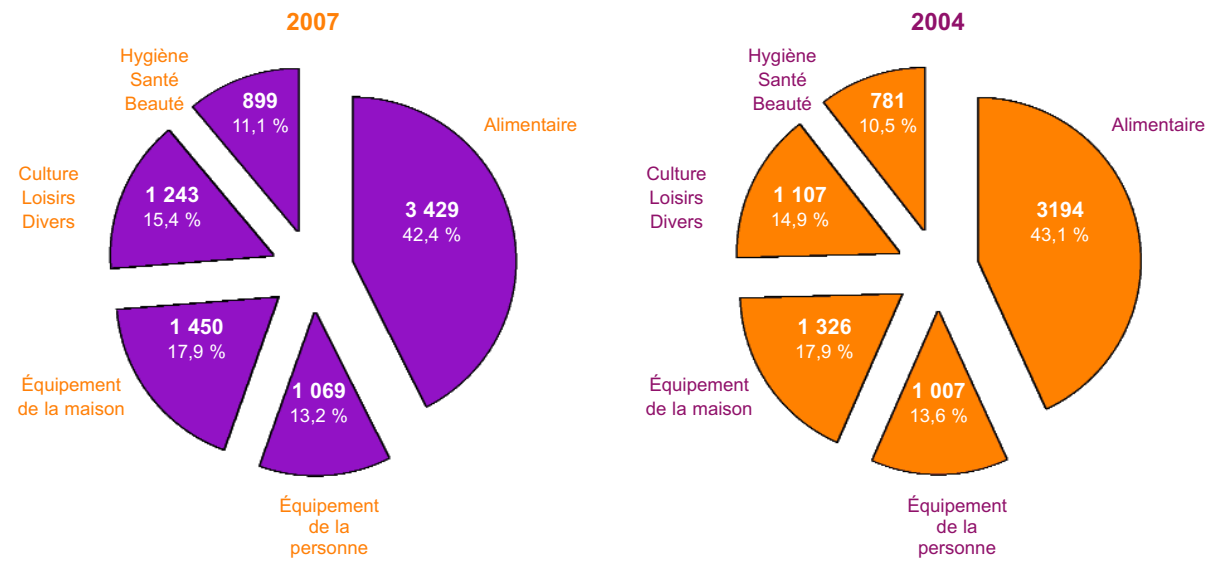


	Total Dépense commercialisable (en million d'euros)	Poids de chaque département	Dépense commercialisable par ménage et par an (en euros)	Évolution 2007/2004
Allier	2 161	27 %	12 449	5,25 %
Cantal	931	11 %	12 625	5,18 %
Haute-Loire	1 271	16 %	12 999	5,21 %
Puy-de-Dôme	3 727	46 %	12 993	5,16 %
Total	8 090	100 %	12 802	5,22 %



## Pour quels produits ?

Répartition de la dépense commercialisable par famille de produits (en million d'euros et en %)



Une structure des dépenses similaire entre 2004 et 2007 et homogène sur l'ensemble du territoire régional.

### Quelques spécificités départementales

	Plus fortement consommateur que la moyenne régionale	Plus faiblement consommateur que la moyenne régionale
Alimentaire	Cantal	Puy-de-Dôme
Équipement de la personne	Puy-de-Dôme	Cantal / Haute-Loire
Équipement de la maison	Puy-de-Dôme / Haute-Loire	Cantal
Culture, Loisirs, Divers	Puy-de-Dôme	Cantal / Haute-Loire
Hygiène, Santé, Beauté	Puy-de-Dôme	Haute-Loire

Évolution de la dépense commercialisable entre 2004 et 2007 par famille de produit pour chaque département

	Alimentaire	Équipement de la personne	Équipement de la maison	Culture, Loisirs, Divers	Hygiène, Santé, Beauté	Total
Allier	6 %	5 %	8 %	11 %	14 %	8 %
Haute-Loire	8 %	7 %	11 %	13 %	16 %	10 %
Cantal	6 %	5 %	8 %	11 %	14 %	8 %
Puy-de-Dôme	8 %	7 %	10 %	13 %	16 %	10 %
Total	7 %	6 %	9 %	12 %	15 %	9 %

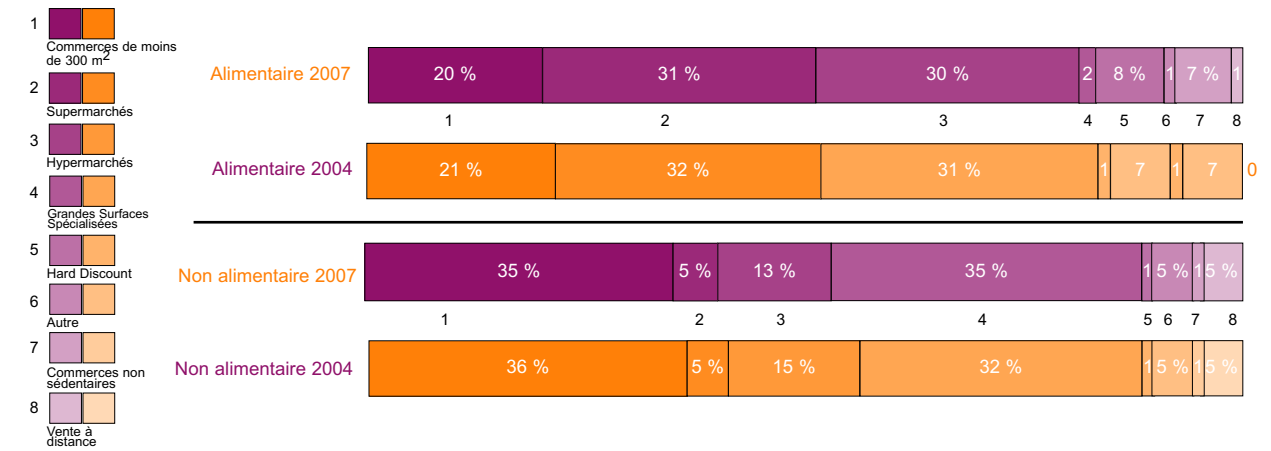
Une évolution toujours plus rapide des dépenses d'"Hygiène, Santé, Beauté" et de "Culture, Loisirs, Divers" et une croissance plus faible de celles pour l'équipement de la personne. À noter, la progression sensible des dépenses pour l'équipement de la maison en Haute-Loire et dans le Puy-de-Dôme.

## Dans quels commerces ?

Répartition de la dépense commercialisable par forme de vente

	2004	2007	Évolution 2004 - 2007 en valeur	Évolution en points
Commerces de moins de 300m <sup>2</sup>	30 %	29 %	5 %	- 1
Grandes surfaces	61 %	62 %	10 %	+ 1
Commerces non sédentaires	3 %	3 %	4 %	0
Vente à distance	3 %	3 %	26 %	0
Autre	3 %	3 %	14 %	0
Total	100 %	100 %	9 %	

Un maintien des petits commerces. L'apparition des grandes surfaces spécialisées au détriment des supermarchés et hypermarchés en non alimentaire. La poursuite de la croissance du hard discount, surtout en alimentaire. Une progression confirmée de la vente à distance (principalement en non alimentaire).



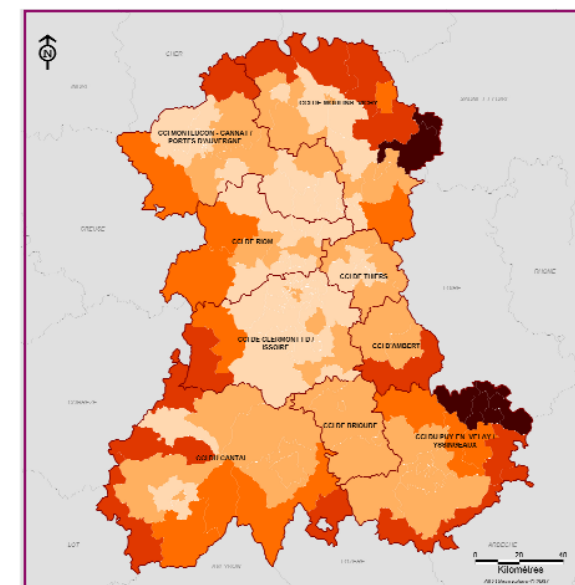
## Où les consommateurs font-ils leurs achats ?

Maintien / Évasion par département

	Taux d'évasion hors département 2007	Taux d'attraction interne 2007	Taux d'évasion hors département 2004	Taux d'attraction interne 2004
Allier	12 %	88 %	12 %	88 %
Haute-Loire	25 %	75 %	24 %	76 %
Cantal	17 %	83 %	17 %	83 %
Puy-de-Dôme	9 %	91 %	10 %	90 %

Tous produits confondus, les ménages de la région effectuent, en moyenne, 87 % de leurs dépenses dans leur département de résidence. Le Cantal et la Haute-Loire ont des taux d'attraction moins forts que l'Allier et le Puy-de-Dôme et laissent échapper respectivement 17 % et 25 % de la dépense commercialisable des ménages de leur département. Cette évasion concerne davantage les produits non alimentaires et se fait principalement au profit de la vente à distance et des départements limitrophes, en particulier la Loire. Au total, l'évasion hors Auvergne s'établit à 9 % en 2007, et reste stable par rapport à 2004. En revanche, pour les produits non alimentaires, l'évasion hors Auvergne s'établit à 13 %, en repli d'un point par rapport à 2004, laissant penser que l'offre commerciale régionale répond mieux à la demande des consommateurs qu'auparavant.

## Évasion



## Évolution de l'évasion

