

« AGORA »

L'Analyse de la Consommation

NOUVELLE EDITION

Qui sont mes clients ?

D'où viennent-ils ?

Comment dépensent-ils ?

Quelle est ma part de marché ?

CONTACT : Service Commerce
17, rue Aristide Briand
BP 3349 - 12033 RODEZ Cedex 9
& 05 65 77 77 03

CHAMBRE
DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE



RODEZ
VILLEFRANCHE
ESPALION





Quel regard ?

En 1992 et 1995, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Rodez-Villefranche-Espalion a réalisé, en collaboration avec le Cabinet AID OBSERVATOIRE de Villeurbanne, une étude portant sur le comportement d'achat et la consommation des ménages de sa circonscription.

Aujourd'hui, cet outil vient d'être réactualisé.

Pour cela, une enquête auprès de 900 ménages portant sur 39 produits a été réalisée. Cela représente environ 65 000 actes d'achats qui ont été analysés et qui permettront de dégager une véritable radioscopie de la consommation de notre zone, mais aussi d'une ville, d'un canton, d'un centre commercial, ou même d'un point de vente.

Cette étude a été structurée en 3 parties :

Les comportements d'achats : quant au lieu d'achat des produits, à la forme de vente, et au montant des actes d'achat

Les opinions sur l'offre commerciale : quant au choix, aux motivations et opinions des consommateurs par rapport au lieu d'achat et forme de vente choisis

La signalétique des ménages enquêtés : quant aux informations sociologiques sur les ménages enquêtés (âge, profession, lieu de travail, lieu de scolarisation des enfants, revenu du ménage, ...).

Avec quel objectif ?

Le commerce, élément essentiel de la vie de nos bourgs et de nos villes, a connu depuis quelques décennies de profondes mutations.

Les Elus de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Rodez-Villefranche-Espalion, sensibles à ces bouleversements, ont souhaité se doter de moyens d'analyse de la consommation afin d'élaborer des stratégies ou des projets mieux adaptés aux situations locales.

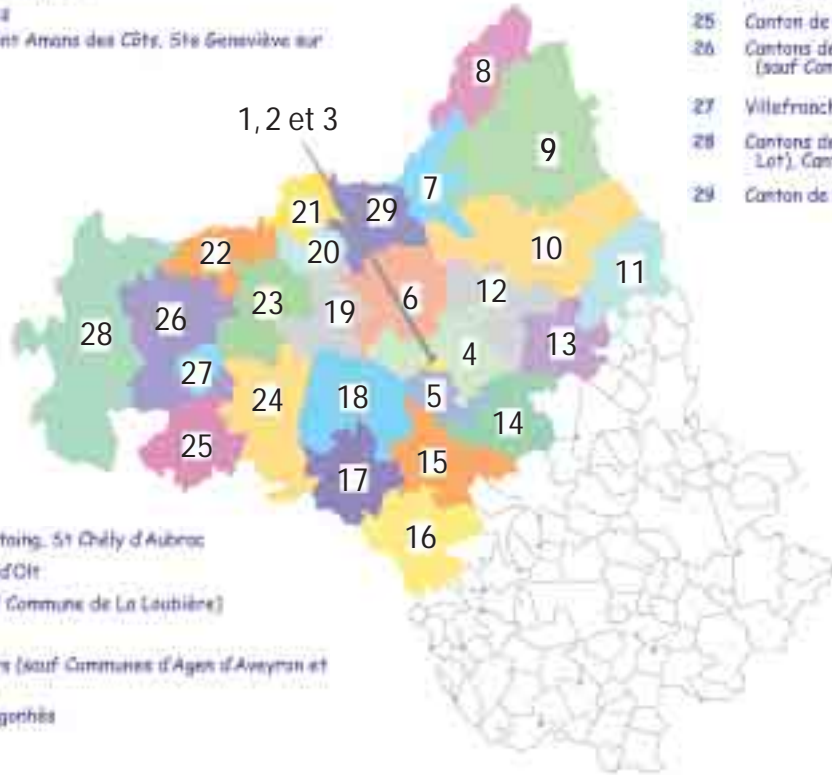
Grâce à la banque de données de la consommation «AGORA», la C.C.I. se positionne comme expert de l'aménagement des espaces commerciaux auprès de l'Observatoire Départemental d'Équipement Commercial (O.D.E.C.), de la Commission Départementale d'Équipement Commercial (C.D.E.C.), de l'État et des Elus locaux.

«AGORA», c'est également l'outil de décision indispensable aux entreprises au moment de leur création ou pour leur projet de développement. En effet, celles-ci peuvent obtenir une analyse de leur zone de chalandise, des flux commerciaux et des parts de marché.
Pour tout renseignement et réalisation d'étude : Service Commerce au 05 65 77 77 03.

« AGORA »
Les 29 secteurs étudiés

- 1 Rodez Ville
- 2 Rodez Ville Nord
- 3 Rodez Ville Sud
- 4 Rodez Couronne Nord (Communes d'Agès d'Aveyron, Balsac, Druelle, La Louvière, Onet le Château, Ste Radegonde, Sébazac Concourès)
- 5 Rodez Couronne Sud (Communes de Flavac, Luc Primalou, Le Monastère, Olmps)
- 6 Canton de Marcollac (sauf Commune de Balsac)
- 7 Canton d'Entraygues sur Truyère
- 8 Canton de Mur de Barrez
- 9 Cantons de Lognon, Saint Amans des Côtes, Ste Geneviève sur Argenç

- 16 Canton de Régnat
- 17 Canton de Naucelle
- 18 Canton de Baraqueville
- 19 Canton de Rignac
- 20 Canton d'Aubin
- 21 Canton de Decizeville
- 22 Canton de Capdenac Sarre
- 23 Canton de Montbazens
- 24 Cantons de Rieupeyroux, La Salvetat Peyrolès
- 25 Canton de Najac
- 26 Cantons de Villeneuve, Villefranche de Rouergue (sauf Commune de Villefranche)
- 27 Villefranche de Rouergue ville
- 28 Cantons de Cajarc, Limogne en Quercy (Dépt du Lot), Canton de Coylas (Dépt du Tarn-et-Garonne)
- 29 Canton de Conques



- 10 Cantons d'Espalion, d'Estivals, St Chély d'Aubrac
- 11 Canton de Saint Geniez d'Ort
- 12 Canton de Bazouls (sauf Commune de La Louvière)
- 13 Canton de Lailleac
- 14 Canton de Pont de Salers (sauf Communes d'Agès d'Aveyron et Flavac)
- 15 Canton de Cassagnes Bégothès



« AGORA »
Les 39 Produits Étudiés



ALIMENTAIRE

- 1. Fruits Légumes
- 4. Viandes Volailles
- 7. Lait Œufs Beurre Fromage

- 2. Pain Pâtisserie
- 5. Poissons Frais Crustacés
- 8. Vins Apéritifs Alcools

- 3. Charcuterie Plats Cuisinés
- 6. Epicerie Chocolat Confiterie Liquides
- 9. Produits Surgelés

EQUIPEMENT DE LA PERSONNE

- 10. Vêtements Chaussures de Sport
- 13. Vêtements pour Adolescents de 12 à 18 ans
- 16. Prêt à Porter Masculin des plus de 18 ans
- 19. Accessoires d'Habillement Bijouterie Fantaisie

- 11. Chaussures Ville Adultes Ados Enfants
- 14. Lingerie Féminine Sous Vêt. Hommes
- 17. Maroquinerie Bagages
- 20. Optique Médicale

- 12. Vêtements Enfants de moins de 12 ans
- 15. Prêt à Porter Féminin des plus de 18 ans
- 18. Horlogerie Bijouterie de Valeur

EQUIPEMENT DE LA MAISON

- 21. Mobilier Puériculture
- 24. Décoration Murs et Sels
- 27. Matériel Informatique Téléphonie Consolles
- 30. Lessives Produits d'Entretien

- 22. Electroménager
- 25. Linge de Maison Tissus d'Ameublement
- 28. Plantes Fleurs Coupées Graines

- 23. Bricolage Quincaillerie
- 26. Appareils Radio TV HiFi Photo
- 29. Vaisselle Articles Ménagers Courants

CULTURE ET LOISIRS

- 31. Articles de Sport (hors Vêtements Chaussures)
- 32. Livres Revues Magazines Journaux (hors livres scolaires)
- 34. Disques Cassettes Pellicules Cd Rom

- 35. Jeux Jouets (hors consoles)

- 33. Papeterie Fournitures
- 36. Pièces Détachées Automobiles

HYGIENE ET BEAUTE

- 37. Produits de Toilette

- 38. Produits de Beauté

- 39. Produits de Parapharmacie





Vers quel lieu ? et Pour quel produit ?

Les chiffres AGORA sont établis par secteur géographique et permettent après analyse de répondre à de nombreuses questions sur les produits consommés.

«AGORA» précise également l'attraction et l'évasion (les flux), c'est à dire les transferts des dépenses entre les lieux de résidence et les lieux d'achats. On connaît ici les comportements d'achats réels des consommateurs dans chacun de ces secteurs.

Voici, sur le graphique, les dépenses commercialisables par familles de produits et lieux d'achat.

Décomposition des dépenses commercialisables par familles de produits et lieux d'achat								
LIEUX D'ACHAT	RODEZ ville	RODEZ Agglomération hors ville	Cantons Ruraux	ESPALION	DECAZEVILLE	VILLEFRANCHE DE ROUERQUE	Hors zone d'enquête	TOTAL
	%	%	%	%	%	%	%	Milliers d'Euros
FAMILLES DE PRODUITS								
Alimentaire	11	26	31	6	10	13	3	374 300 €
Equipement de la Personne	31	15	9	4	8	11	22	160 091 €
Equipement de la Maison	18	27	15	5	8	12	15	145 109 €
Culture et Loisirs	22	20	14	3	6	15	21	79 948 €
Hygiène et Beauté	20	24	13	5	9	12	17	30 203 €
	18	23	21	5	9	13	12	841 177 €

Vers quel commerce ?

«AGORA» dispose de données exceptionnelles sur la répartition de la consommation suivant les formes de vente. C'est une illustration concrète des comportements réels des consommateurs et de leurs choix effectifs dans un environnement commercial toujours varié.

Voici, ci-contre, les dépenses commercialisables par familles de produits et formes de vente.

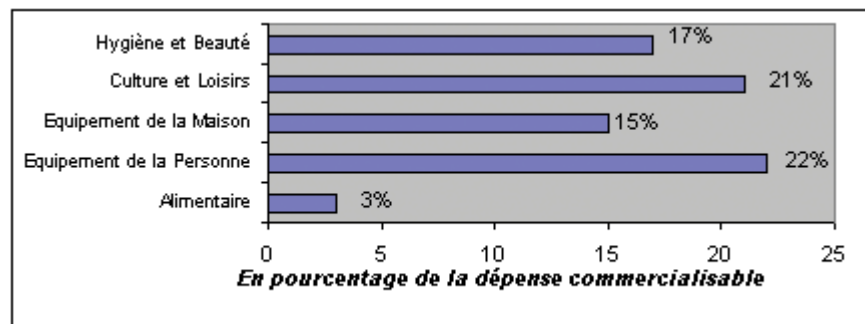
Décomposition des dépenses commercialisables par familles de produits et formes de vente							
FORMES DE VENTE	Commerce Traditionnel	Supermarchés Hypermarchés Grands Magasins	GSS Autres Grandes Surfaces	Commerce Non Sédentaire	Vente par Correspondance	Autres Formes de ventes	TOTAL
	%	%	%	%	%	%	Milliers d'Euros
FAMILLES DE PRODUITS							
Alimentaire	30	61	1	5	0	3	374 300 €
Equipement de la Personne	57	16	17	2	8	1	160 091 €
Equipement de la Maison	37	18	39	0	4	2	195 109 €
Culture et Loisirs	53	23	12	0	12	1	79 948 €
Hygiène et Beauté	26	58	3	0	12	1	30 203 €
	39	38	14	3	4	2	841 177 €

Quelle évasion ?

Sur un marché total de consommation estimé à 887 d'Euros, l'évasion, c'est à dire la part des achats réalisés à l'extérieur de la circonscription, représente 12 % du potentiel de consommation, soit un volume de 106,7 Millions d'Euros.

Le taux de couverture des besoins doit être considéré comme satisfaisant analysé à l'échelle de l'ensemble de la circonscription.

Néanmoins, ce taux est variable selon les produits et se décompose de la façon suivante :



UNE RÉALISATION