



Analyse des comportements d'achat, besoins et attentes des clientèles résidante et touristique

-

Structure de l'activité marchande en Dordogne

Septembre 2007

Avec la participation financière de :



1 | L'enquête de consommation et de comportement d'achat des ménages

Echantillonnage :

- Découpage du département en 49 bassins de vie
- 1 450 ménages ont été interrogés sur le lieu de leur dernier acte d'achat
- Échantillon représentatif au sens socio démographique sur chacun des bassins de vie (taille du ménage, CSP du référent)

1 2 - Les produits étudiés

ALIMENTAIRE

1	Fruits, légumes frais
2	Pain, pâtisserie, viennoiserie frais
3	Charcuterie, plats cuisinés frais
4	Poisson, crustacés frais
5	Viande
6	Volaille, gibiers frais
7	Lait, œufs, beurre, fromage, crème, yaourts, desserts lactés frais
8	Épicerie, boissons non alcoolisées
9	Vin, champagne
10	Apéritifs, alcools
11	Produits surgelés

ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE

12	Vêtements et chaussures de sport
13	Chaussures de ville adultes, adolescents et enfants
14	Vêtements enfants - 12 ans sans chaussures
15	Vêtements adolescents 12 à 18 ans
16	Prêt à porter féminin, lingerie femmes
17	Prêt à porter masculin, sous-vêtements hommes
18	Maroquinerie, accessoires de bagage, accessoires d'habillement, bijoux fantaisie
19	Horlogerie ou bijouterie de valeur (hors bijouterie fantaisie)
20	Produits de beauté
21	Produits de toilette
22	Optique médicale

ÉQUIPEMENT DE LA MAISON

23	Articles de puériculture
24	Mobilier
25	Électroménager
26	Vaisselle, arts de la table, articles de décoration
27	Linge de maison, tissu d'ameublement, tissu mercerie
28	Jardinerie, animalerie, bricolage extérieur
29	Quincaillerie, bricolage intérieur, matériaux
30	Revêtements murs et sols
31	Articles ménagers courants et ustensiles de cuisine
32	Appareils TV, vidéo, radio, hifi
33	Téléphonie, Micro informatique, bureautique, consoles de jeux, appareils photo, instruments de musique
34	Lessive, produits d'entretien

Questionnement type :

La dernière fois que vous avez acheté des fruits et légumes frais... où était-ce ?

Nom du magasin ou VPC :.....

Ou Ville / Rue + Forme de Vente....

À quelle fréquence achetez-vous ce produit ?

CULTURE LOISIRS

35	Plantes et fleurs coupées
36	CD, DVD, CDROM, pellicules, piles
37	Articles de sport (hors vêtements et chaussures)
38	Jeux, jouets
39	Livres, papeterie
40	Revue, magazines, journaux
41	Loisirs créatifs

SERVICES

42	Coiffure
43	Soins esthétiques
44	Pressing
45	Fitness, squash, remise en forme

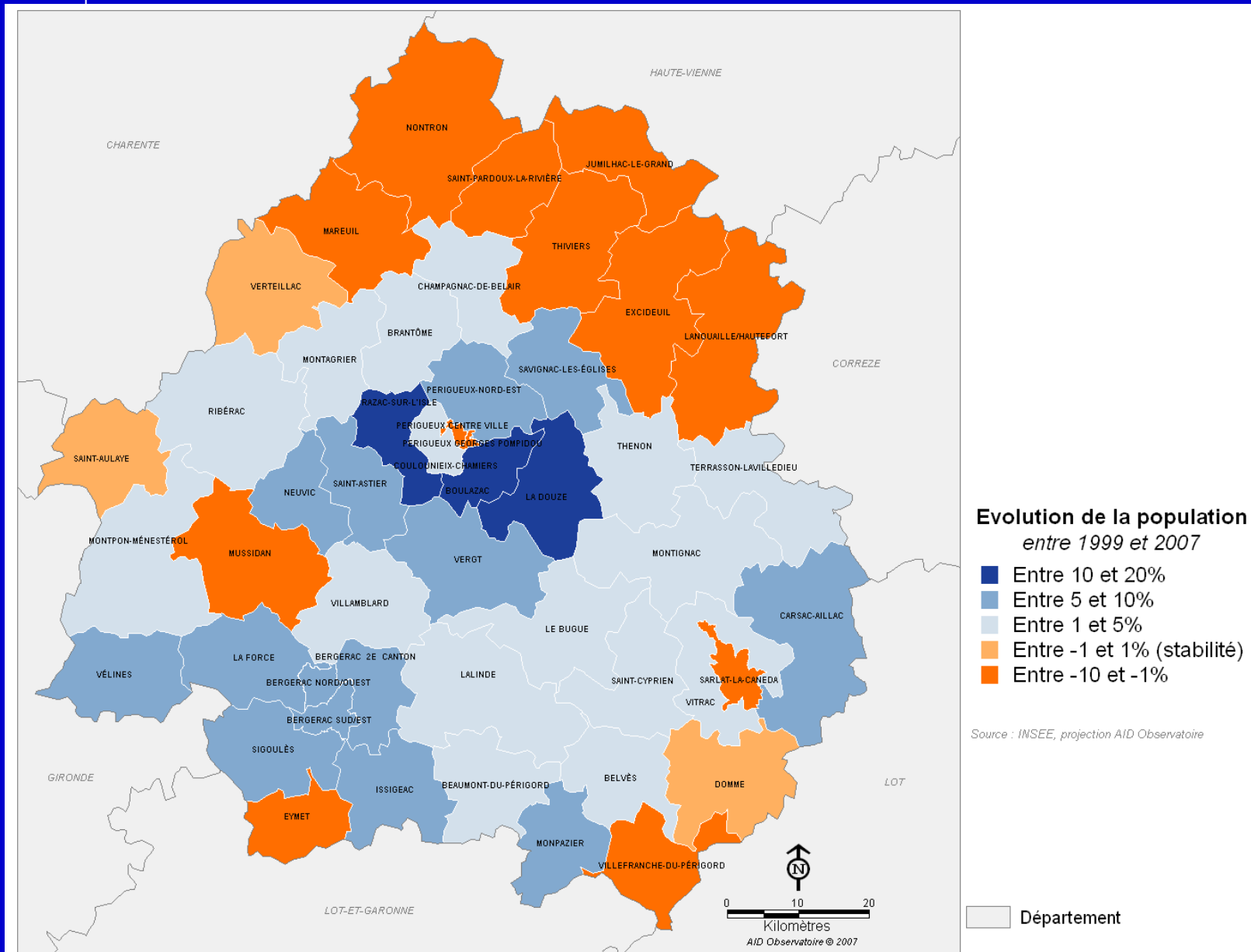
2 Enquête d'impact du tourisme auprès des professionnels

- Échantillonnage commerces de moins de 300 :
 - 1 600 commerces de moins de 300m² ont répondu à l'enquête
 - Échantillon représentatif en terme de localisation et d'activité
- Recensement des commerces de plus de 300m² :
 - Tous les commerces du département ont été sollicités, 96 ont répondu à l'enquête (23% de retours)
- Enquête auprès des producteurs :
 - 45 producteurs ont été enquêtés par téléphone

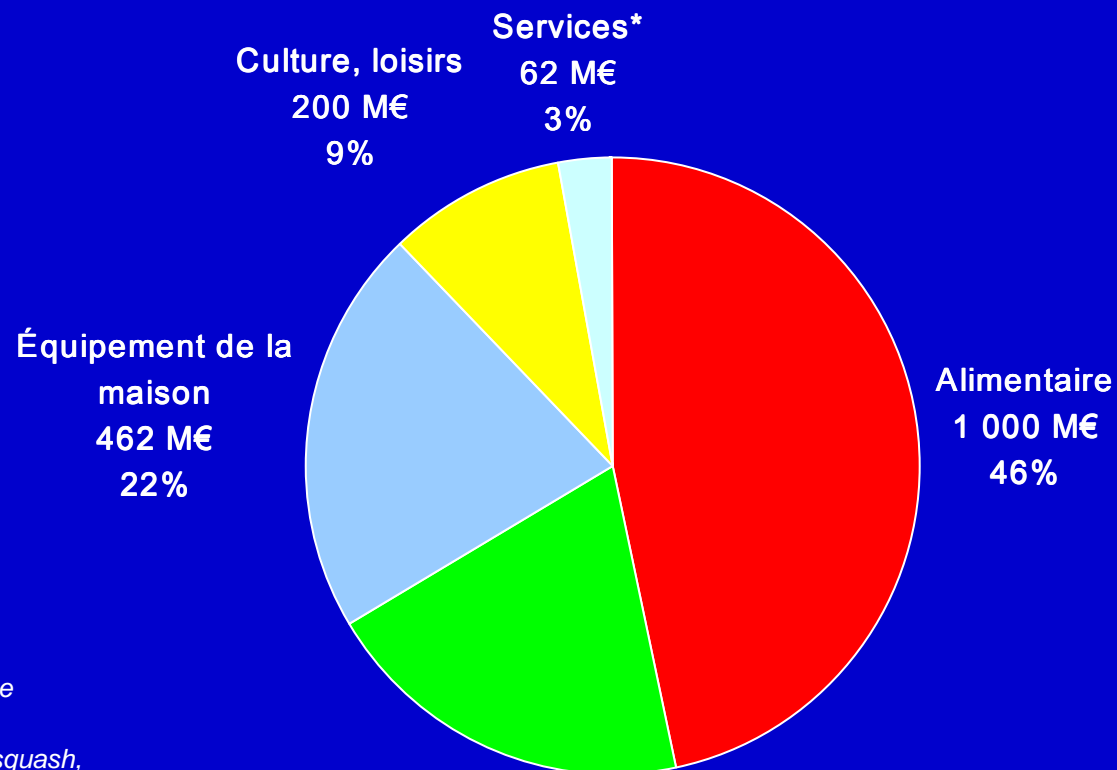
PREMIERE PARTIE

Potentiel de consommation et comportements d'achats de la clientèle résidente

1 Évolution de la population entre 1999 et 2007



2 Marché annuel de consommation 2007 - résidents



*La famille des services ne comprend pas :

Fitness, squash, remise en forme

Services à la personne : courses, ménage

Entretien de parcs et jardins, petits travaux

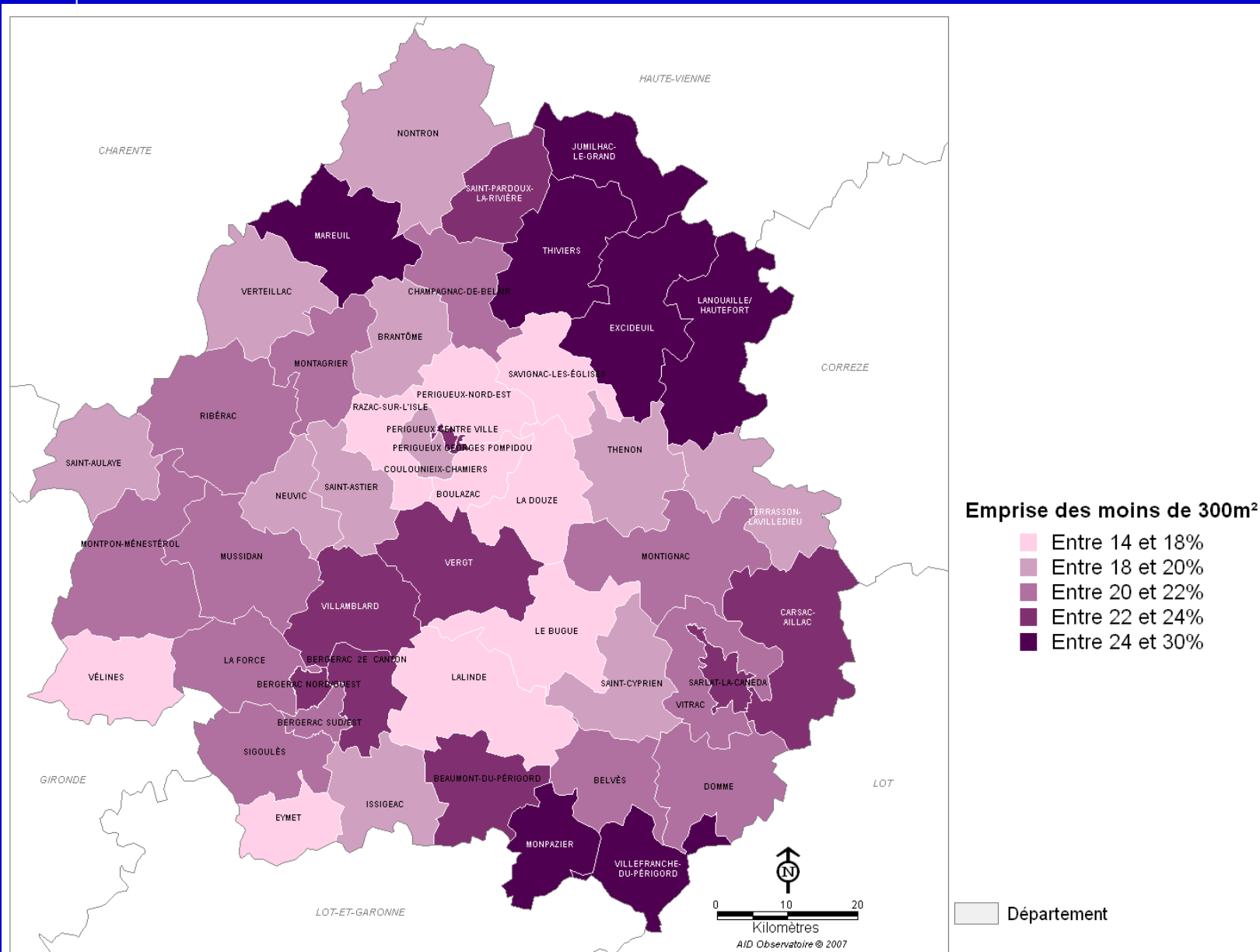
Restaurants de loisirs

Dépense commercialisable totale 2007 en Dordogne : 2 147 M€

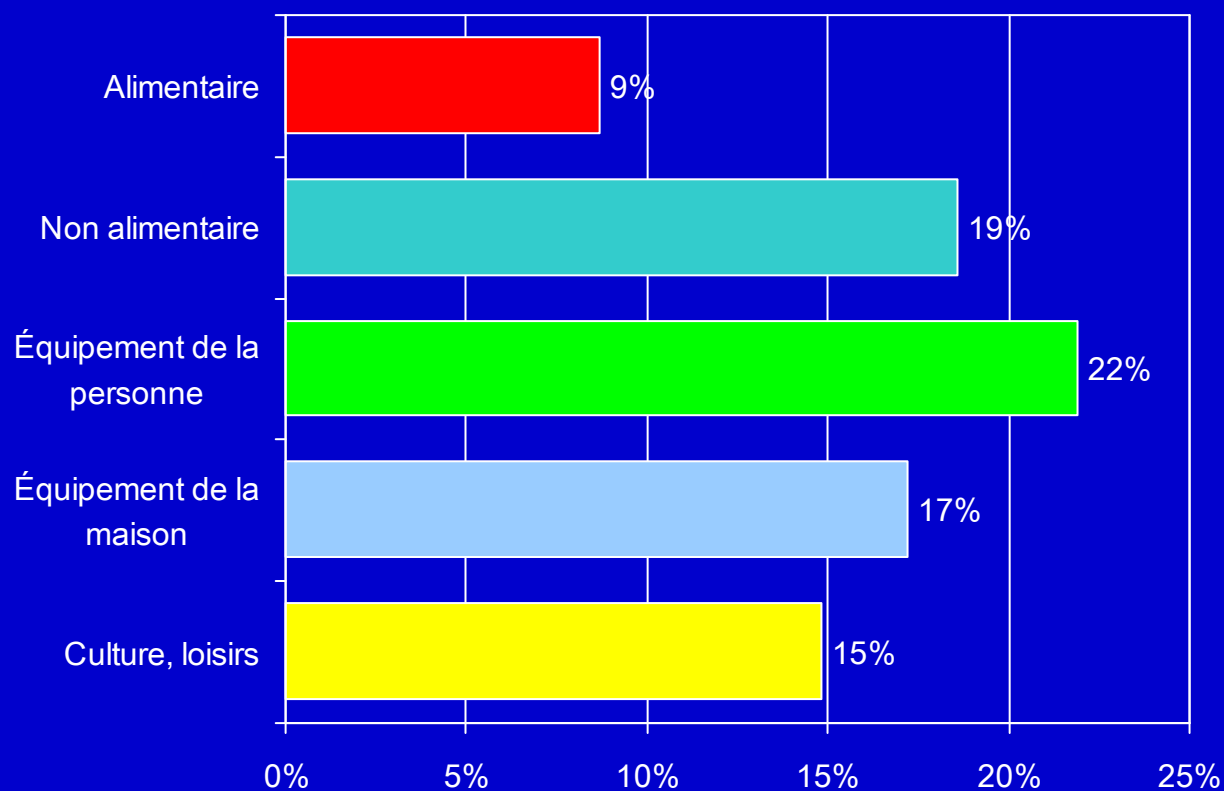
3 Emprise des formes de distribution (en%)

Formes de vente	Total	Aliment.	Eq de la person.	Eq de la maison	Culture loisirs
Commerce de moins de 300 m ²	21%	15%	36%	13%	39%
Grandes surfaces	70%	77%	51%	81%	52%
Commerce non sédentaire	3%	5%	2%	0%	2%
Vente à distance	4%	1%	11%	4%	5%
Producteurs	1%	2%	0%	0%	0%
Autres formes de vente	1%	0%	0%	1%	2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

4 Emprise du commerce de moins de 300m²



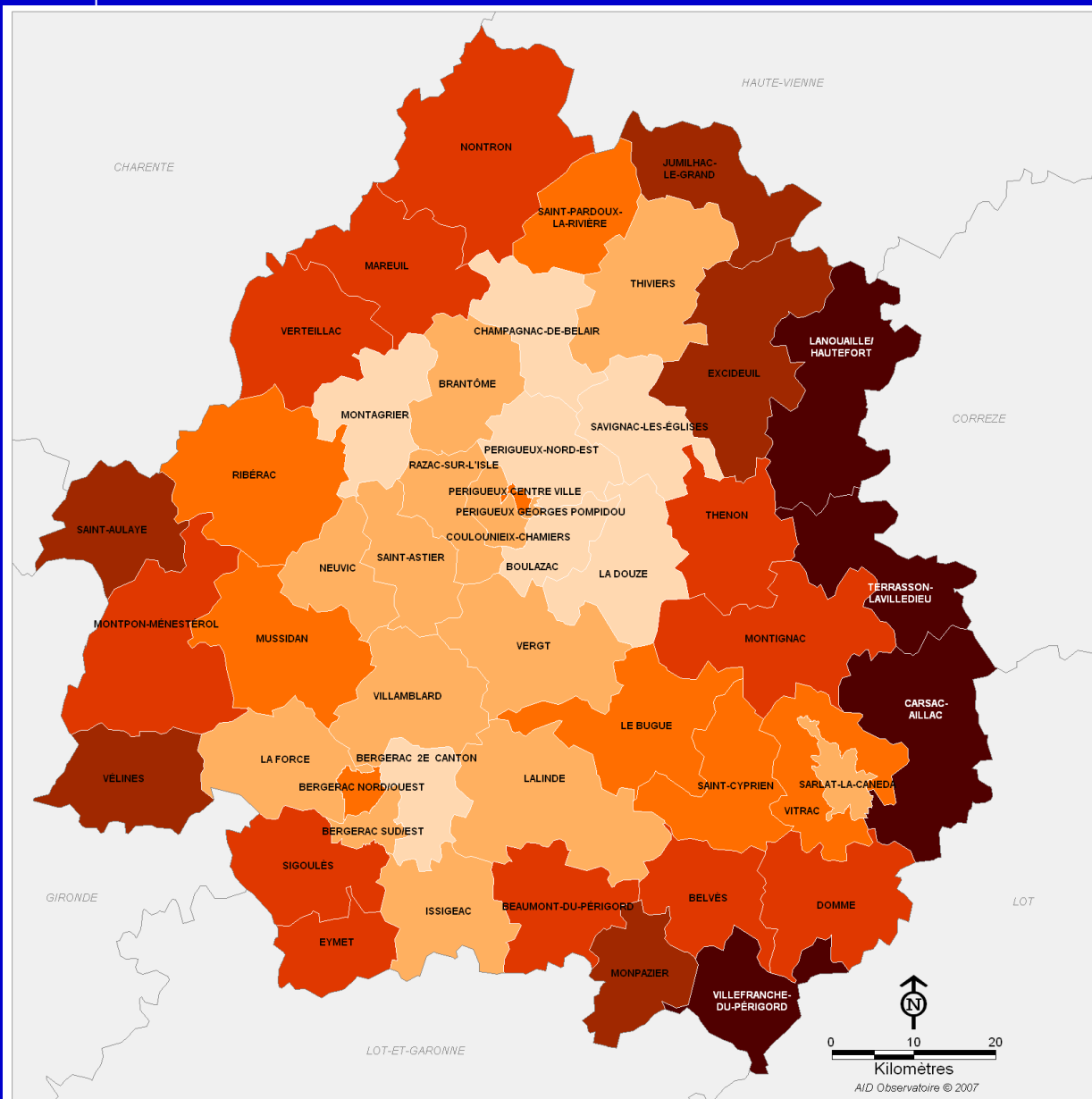
5 Évasion hors département par famille de produits



Taux d'évasion des services : 17%

**Évasion globale 2006 hors services : 287 M€,
soit 13,7% de la dépense commercialisable totale hors services**

6 Évasion hors département par bassin de vie des achats non alimentaires

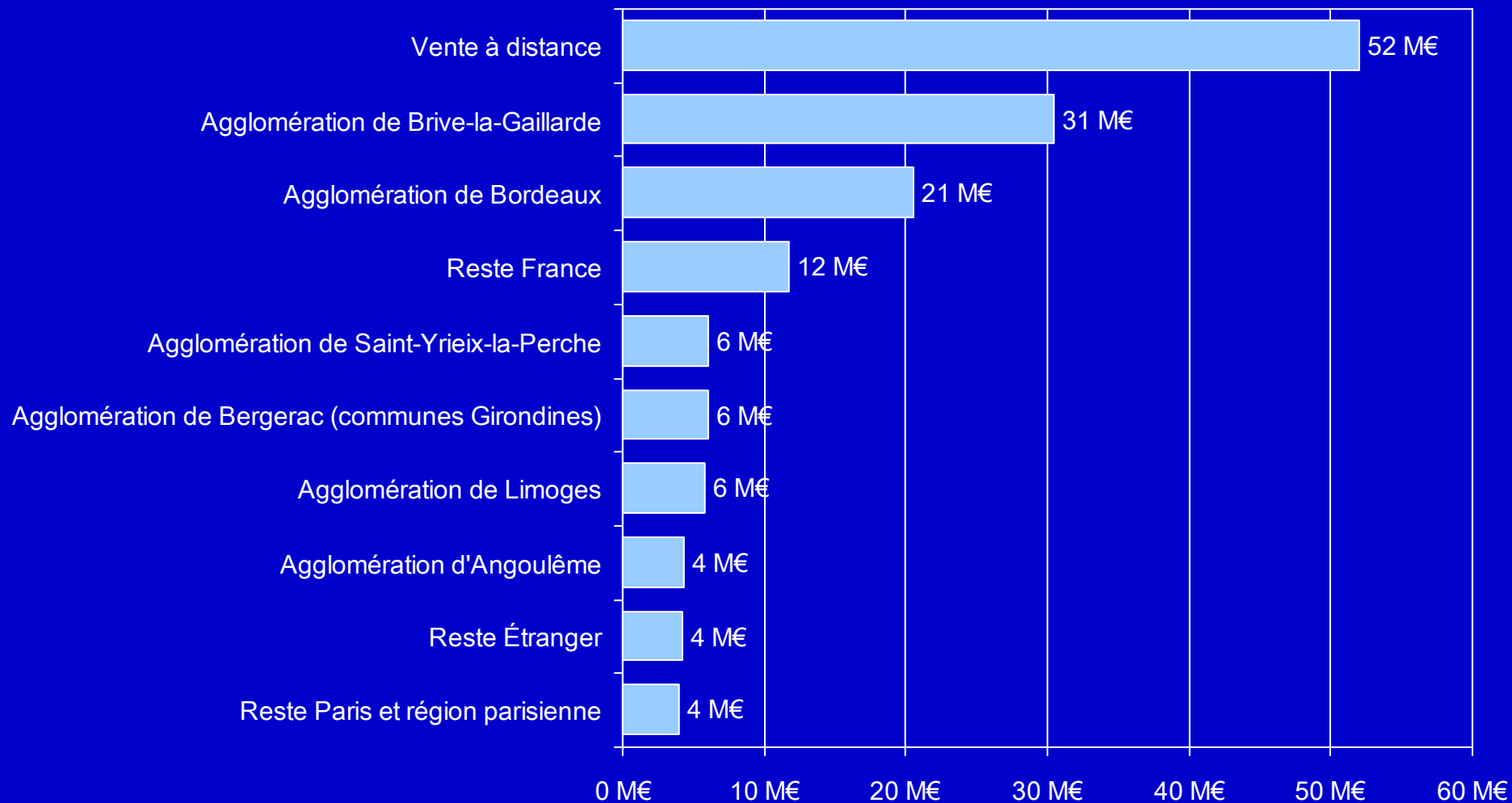


Taux d'évasion
hors département

- Entre 50 et 67%
- Entre 30 et 50%
- Entre 20 et 30%
- Entre 15 et 20%
- Entre 10 et 15%
- Entre 5 et 10%

■ Département

7 Principales destinations d'évasion non alimentaire

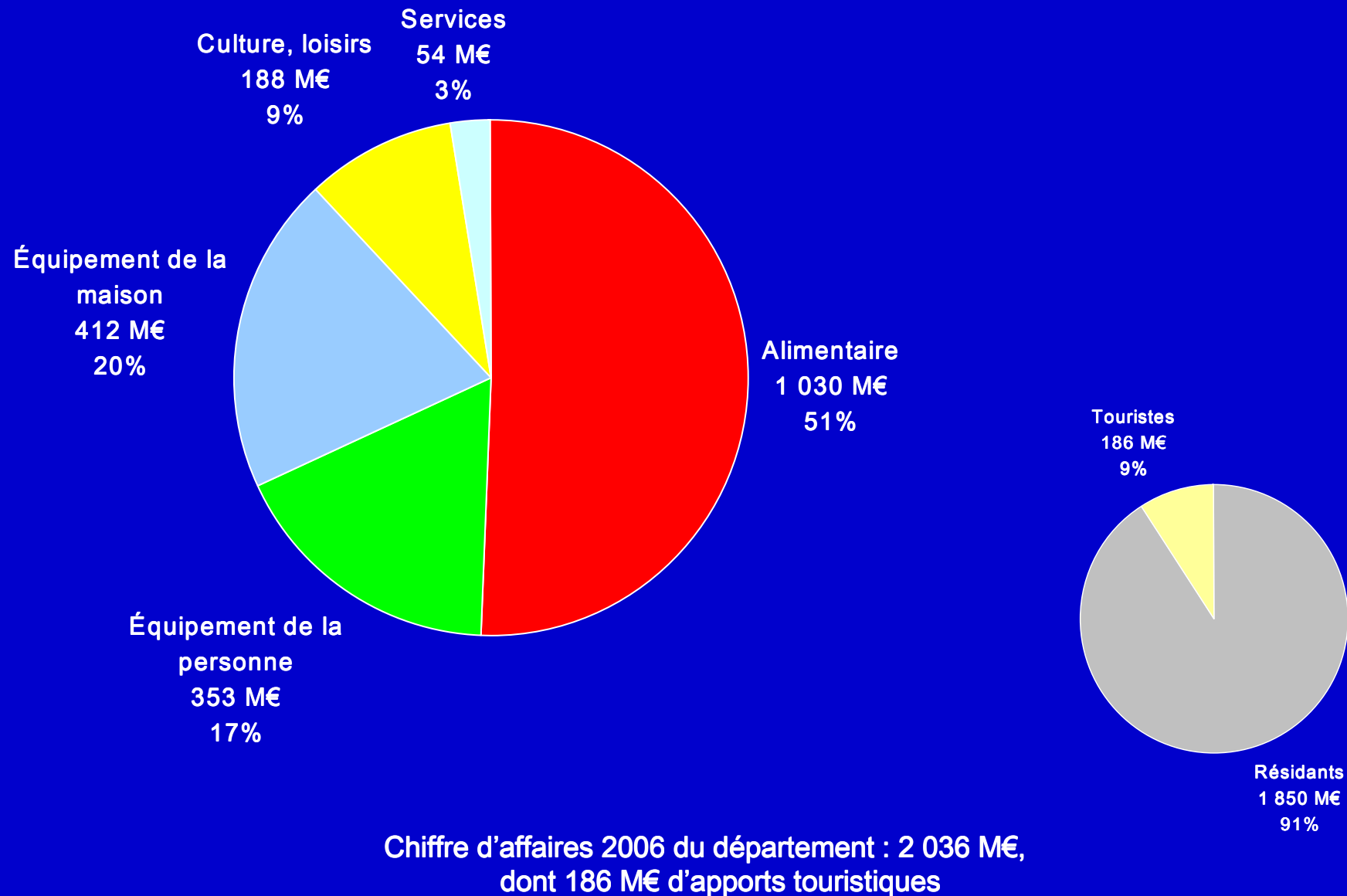


**Évasion non alimentaire : 202 M€,
soit 19% de la dépense commercialisable non alimentaire**

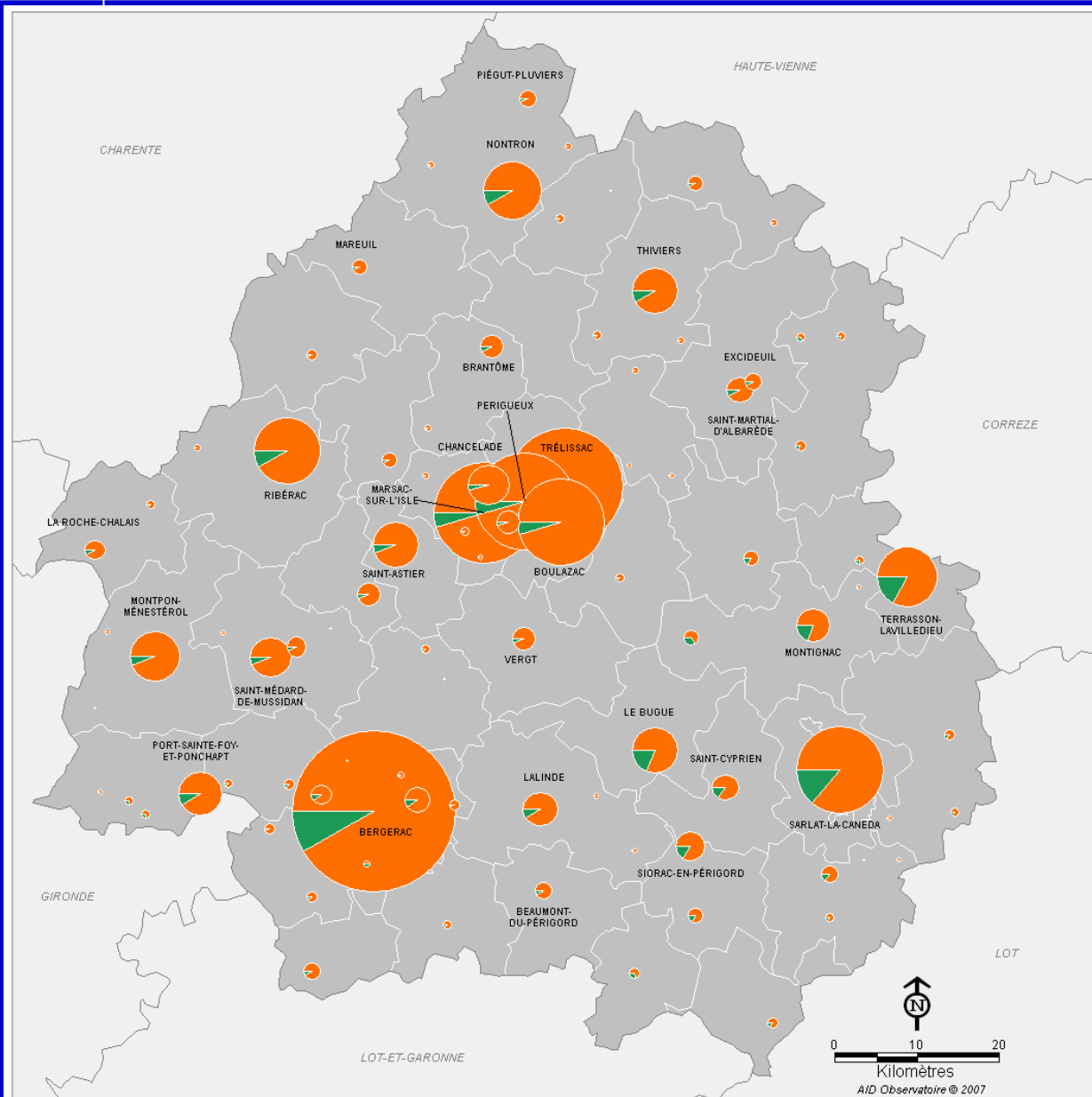
DEUXIEME PARTIE

Analyse de l'activité marchande de l'appareil commercial du département

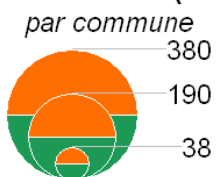
1 Chiffre d'affaires 2006



2 Chiffre d'affaires 2006 par commune



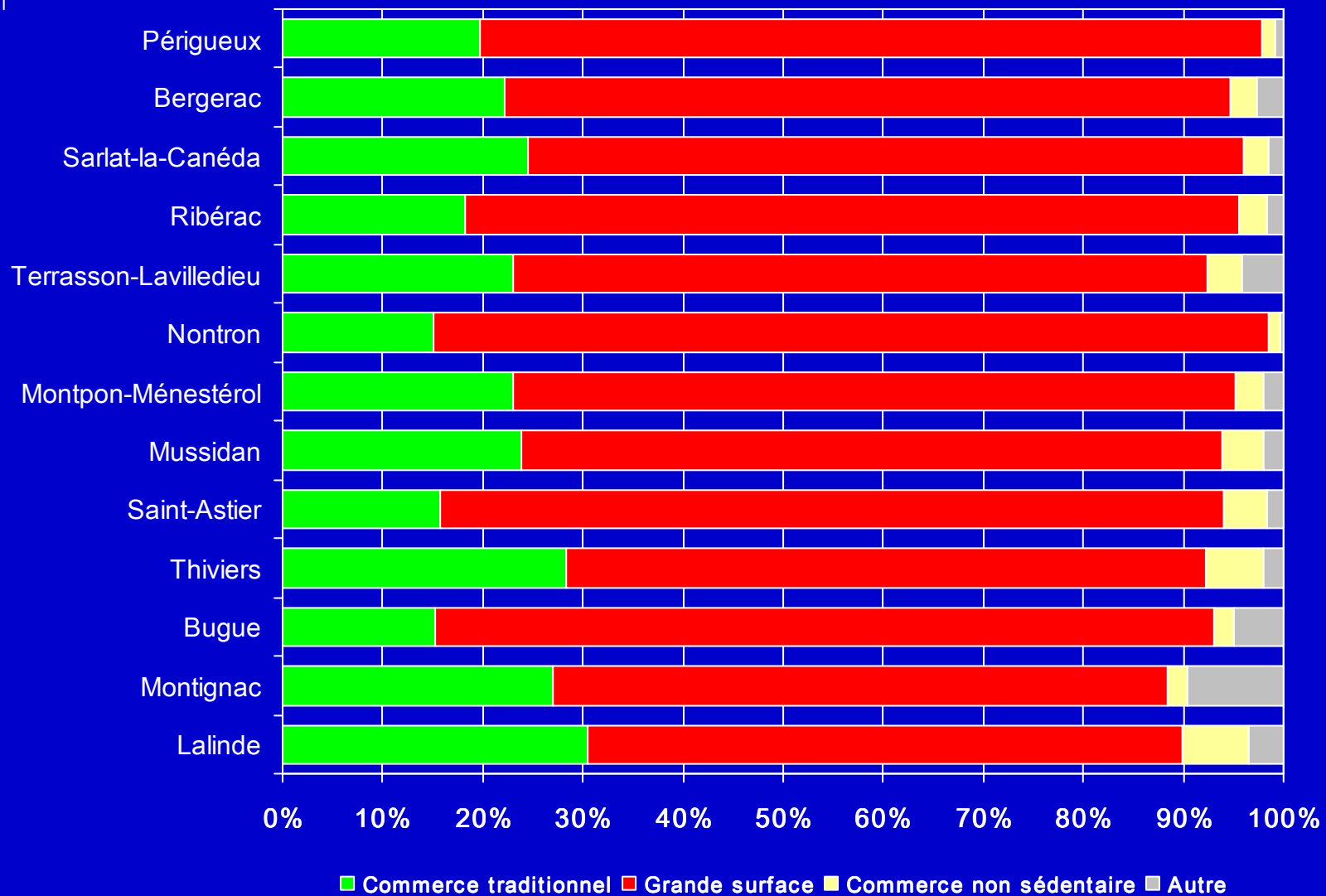
Chiffre d'affaires (en M€)



■ Résidents
■ Touristes

□ Département

3 Chiffre d'affaires 2006 par unité urbaine et par forme de vente



4 Contribution touristique au chiffre d'affaires des grandes surfaces et commerces traditionnels

Famille d'activités	Apport touristique
Alimentaire	10%
Équipement de la personne	6%
Équipement de la maison	7%
Culture, loisirs	9%
Services	4%
Total	8%

5 Contribution touristique au chiffre d'affaires des grandes surfaces et commerces traditionnels

Zone d'étude	Apport touristique
Agglo de Bergerac	8%
Agglo de Périgueux	5%
Agglo de Sarlat-la-Canéda	14%
Bergeracois	9%
Pays de l'Isle	7%
Périgord Noir	16%
Périgord Vert	9%
Total	8%

Hors restauration

6 Contribution touristique au chiffre d'affaires des producteurs généré par la vente en direct aux particuliers

Zone d'étude	Apport touristique
Bergeracois	53%
Pays de l'Isle	43%
Périgord Noir	80%
Périgord Vert	45%
Total	62%