



CHAMBRE DE COMMERCE ET
D'INDUSTRIE DE MONTAUBAN
ET DE TARN-ET-GARONNE

Etude sur les comportements d'achats des ménages sur le Tarn et Garonne

Principaux résultats – 8 Avril 2010

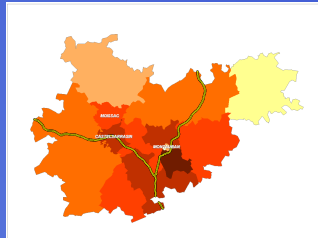
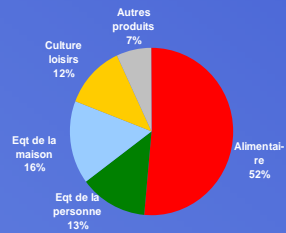
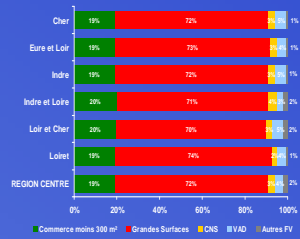
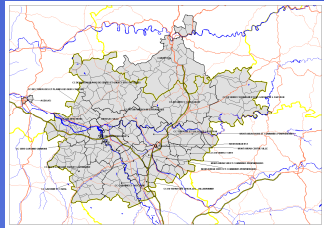
Contexte et objectifs de l'intervention

1- Contexte :

- Réaliser une enquête auprès d'un échantillon de ménages pour :
 - Recueillir les lieux de consommation pour une liste de 39 produits de consommation courante (flux)
 - Recueillir des éléments d'opinion

2- Objectif :

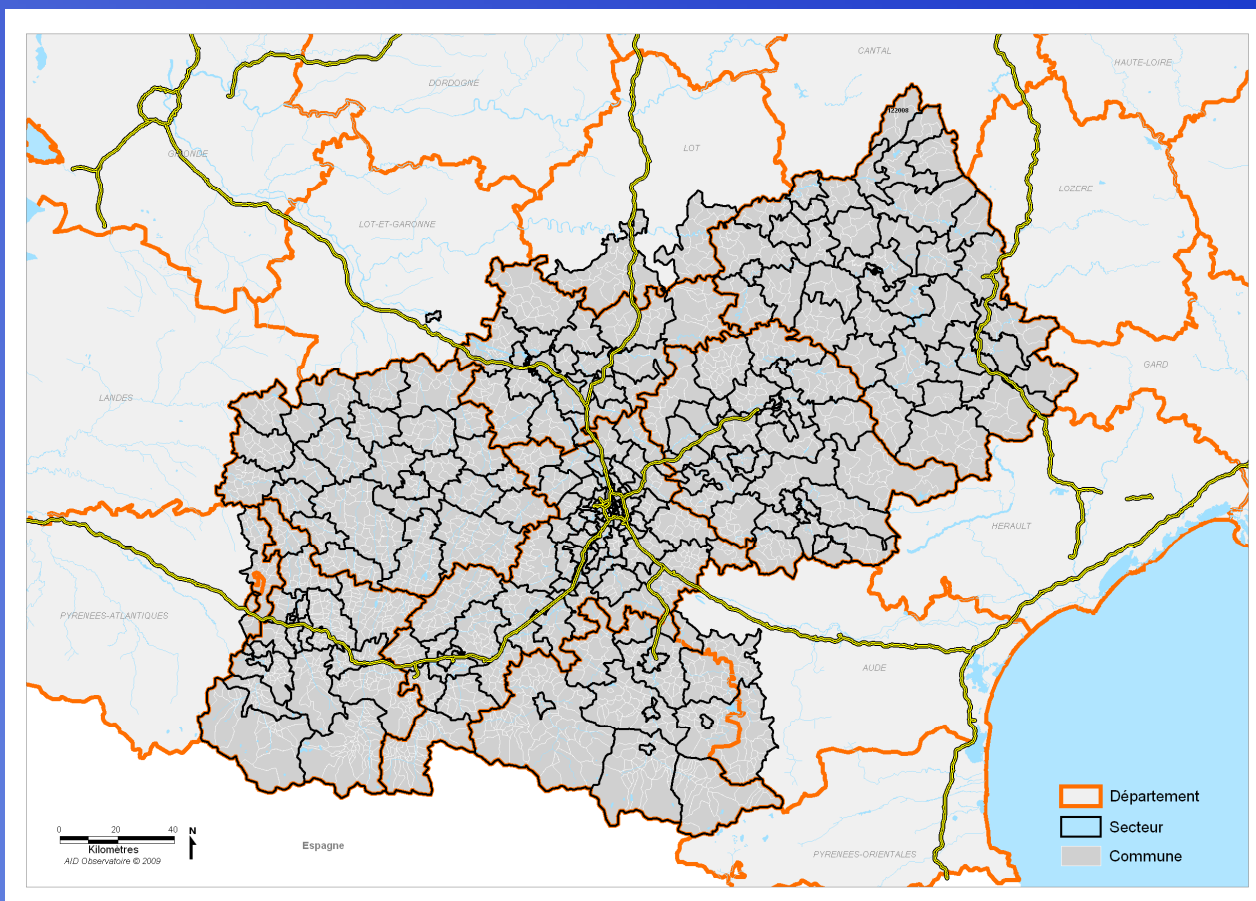
- valorisation des dépenses de consommation des ménages
- identification des flux de consommation
- valorisation de l'activité marchande du département



PREMIERE PARTIE :

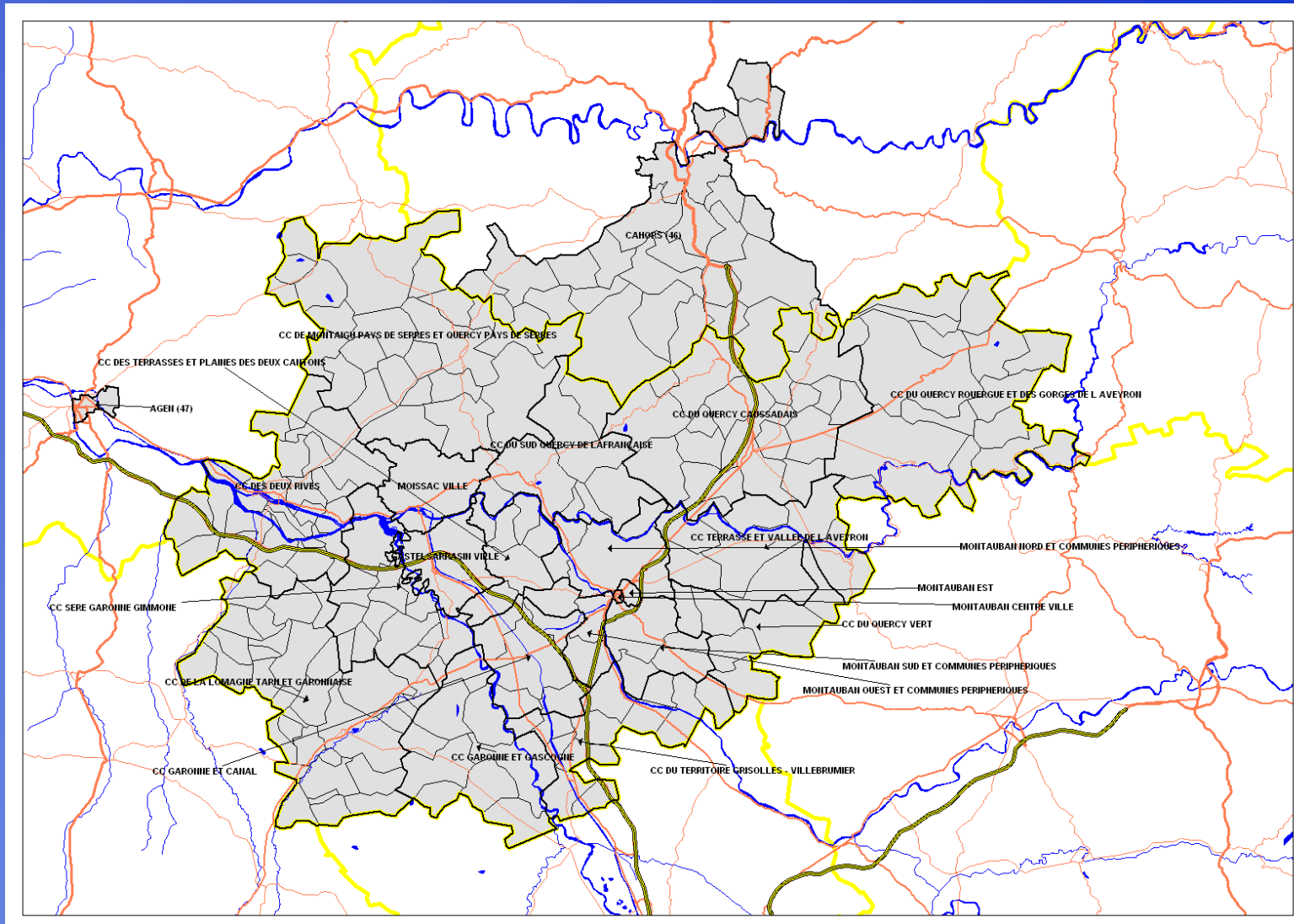
Éléments méthodologiques

1. Périmètre d'étude



	Ariège	Aveyron Millau	Aveyron Rodez	Gers	Haute Garonne	Hautes Pyrénées	Tarn Albi	Tarn Castres	Tarn et Garonne	MIDI PYRENEES
Nombre secteurs	14	12	30 (+ 1 limitrophe)	26	81	21 (+ 1 limitrophe)	19	19	20 (+ 2 limitrophes)	242 + 4 (limitrophes)

2. Périmètre d'étude : Zoom sur le Tarn et Garonne



Le département du Tarn et Garonne a été découpé en 20 secteurs

3. Échantillonnage, produits et mode de recueil de l'information

1- Échantillonnage :

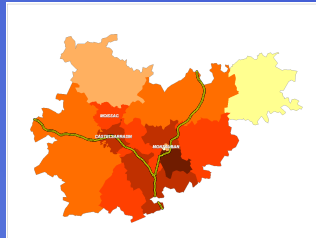
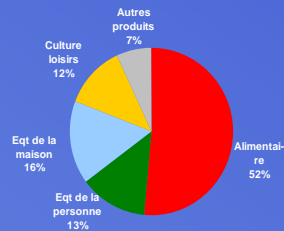
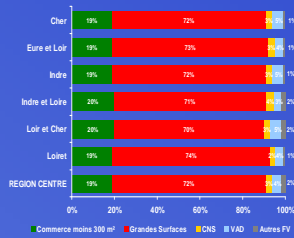
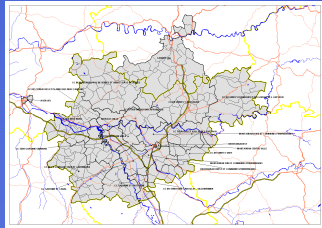
- 600 ménages du Tarn et Garonne ont été interrogés sur le lieu de leur dernier acte d'achat
- Échantillon représentatif au sens socio démographique sur chacun des bassins de vie (taille du ménage, âge du chef de famille, CSP du référent)

2- Produits :

- Panel de 39 produits de consommation courante (8 alimentaires, 30 non alimentaires et 1 activité de service)

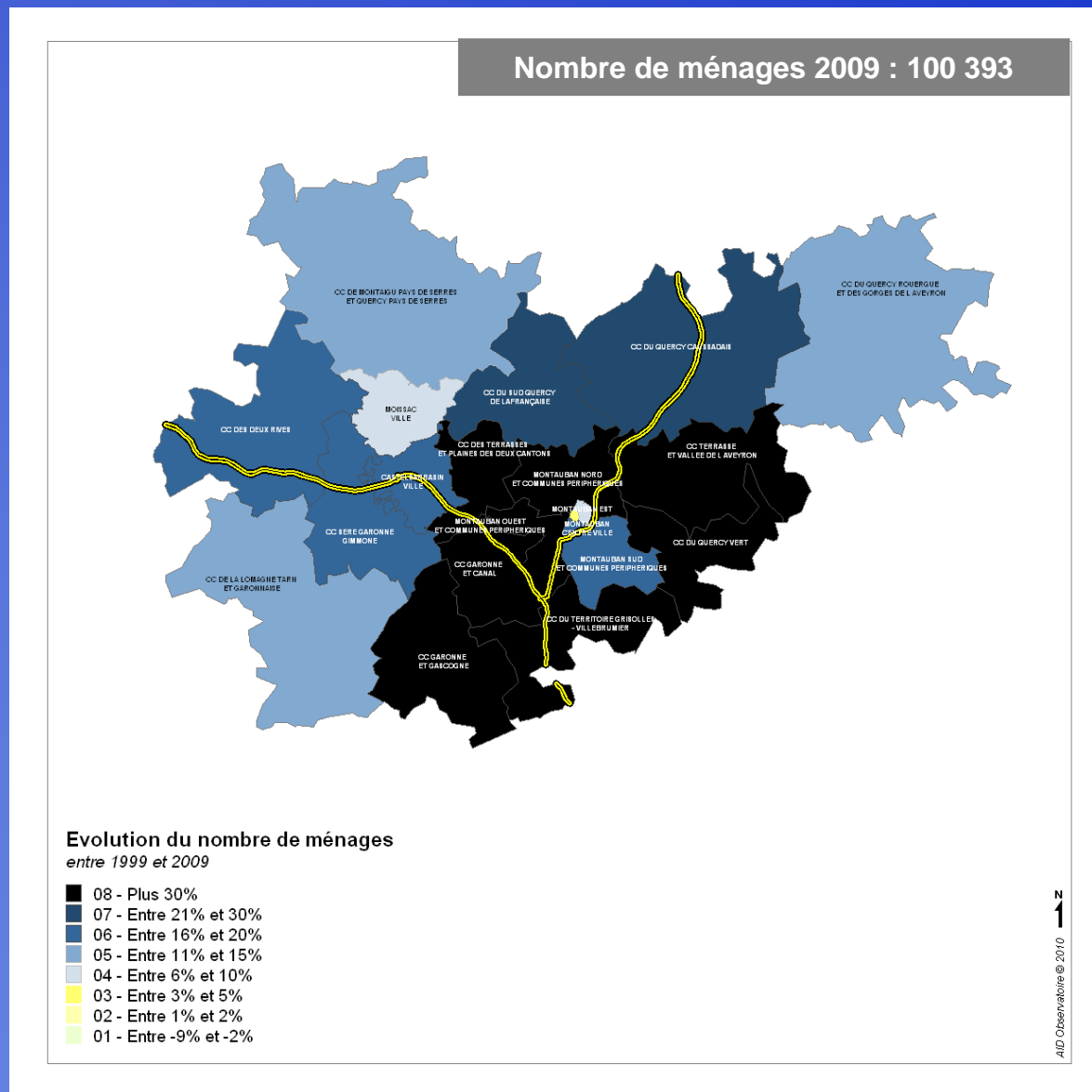
3- Mode de recueil de l'information auprès des ménages :

- Enquête téléphonique réalisée entre février et mai 2009
- Recueil des déclarations de lieux de consommation pour chaque produit enquêté (17 877 actes d'achat soit 76% du potentiel)



DEUXIEME PARTIE : Analyse de la consommation et des comportements d'achat des ménages du Tarn et Garonne

1. Évolution du nombre de ménages entre 1999 et 2009



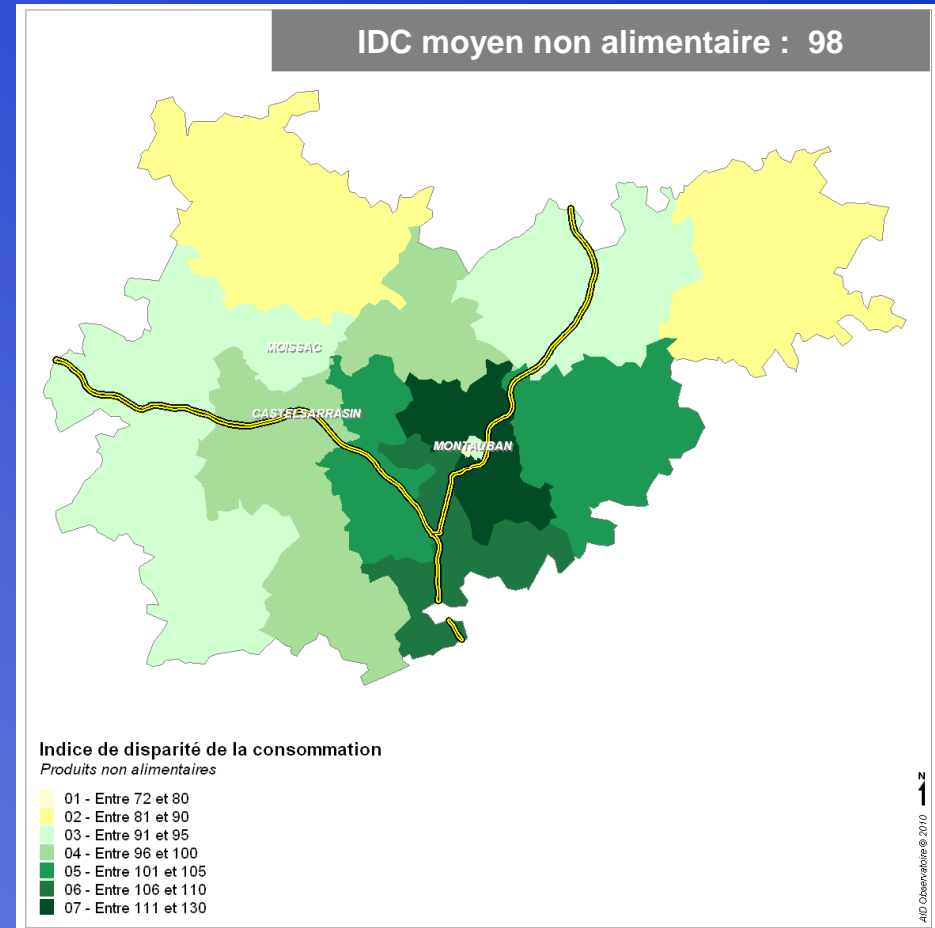
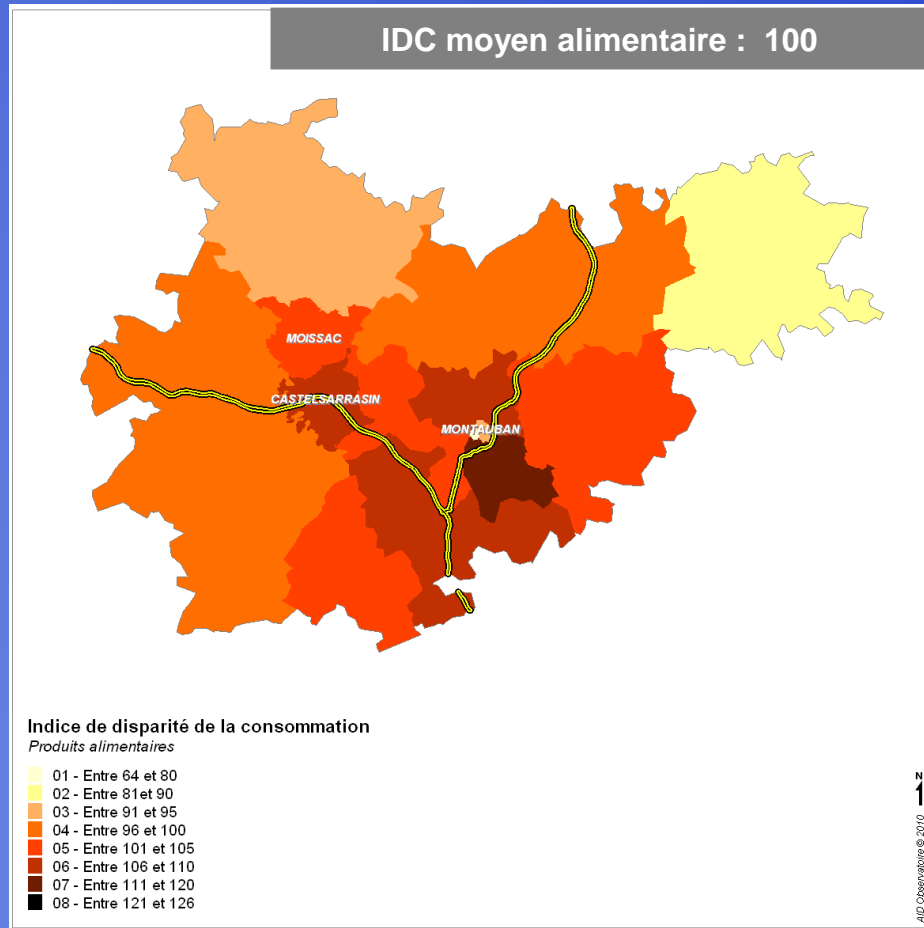
Évolution du nombre de ménages sur la zone d'enquête : +22 % entre 1999 et 2009

2. Marché de consommation annuel* moyen par ménage dans le Tarn et Garonne

	Tarn et Garonne	Midi Pyrénées	France
Dépense alimentaire	5 853 €	5 724 €	5 858 €
Dépense totale non alimentaire	6 792 €	6 009 €	6 889 €
Dépense totale	12 645 €	12 624 €	12 747 €

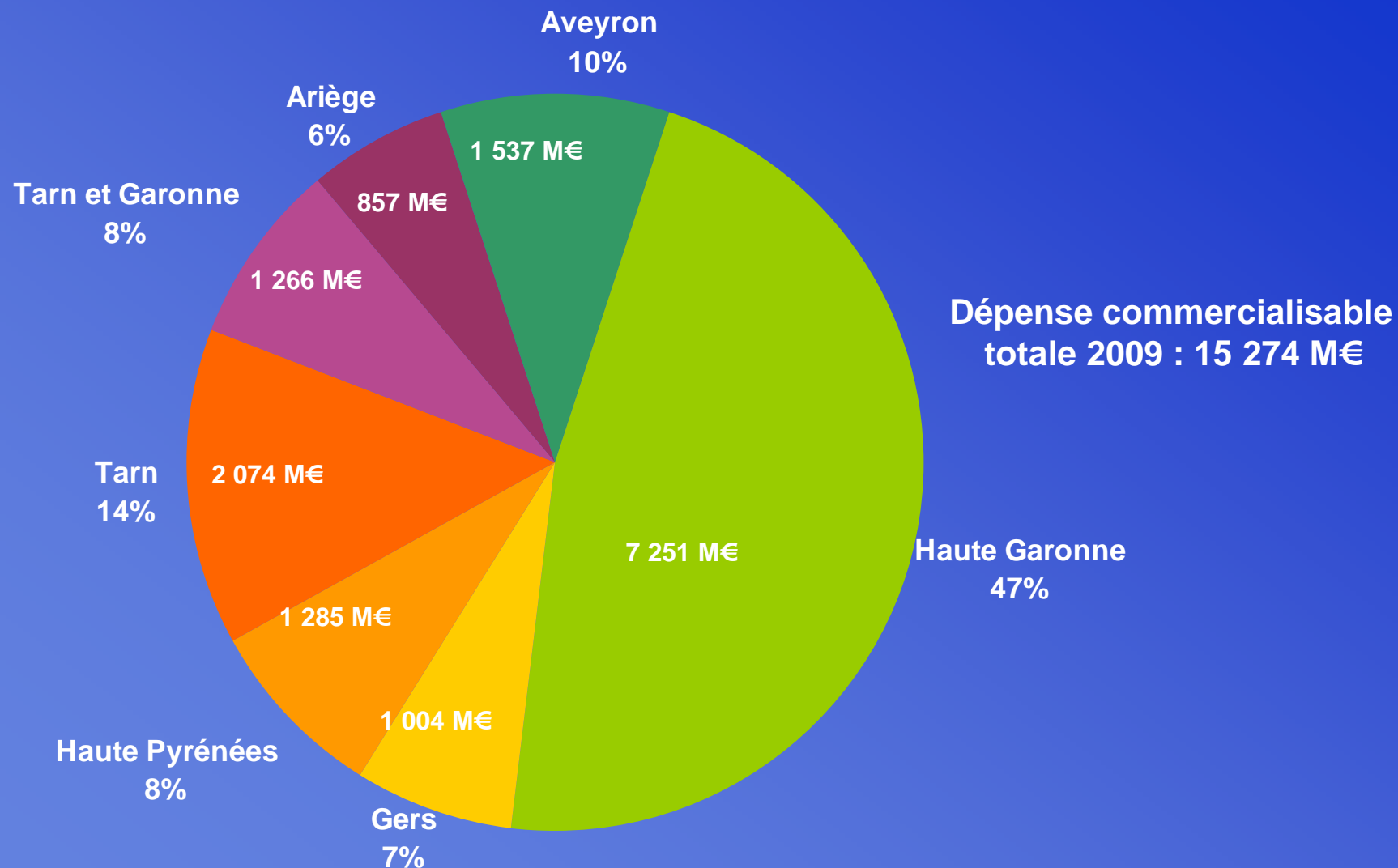
* Base de calcul : la liste des 38 produits enquêtés (hors produit pharmacie)

3. Indices locaux de disparité de la consommation par secteur



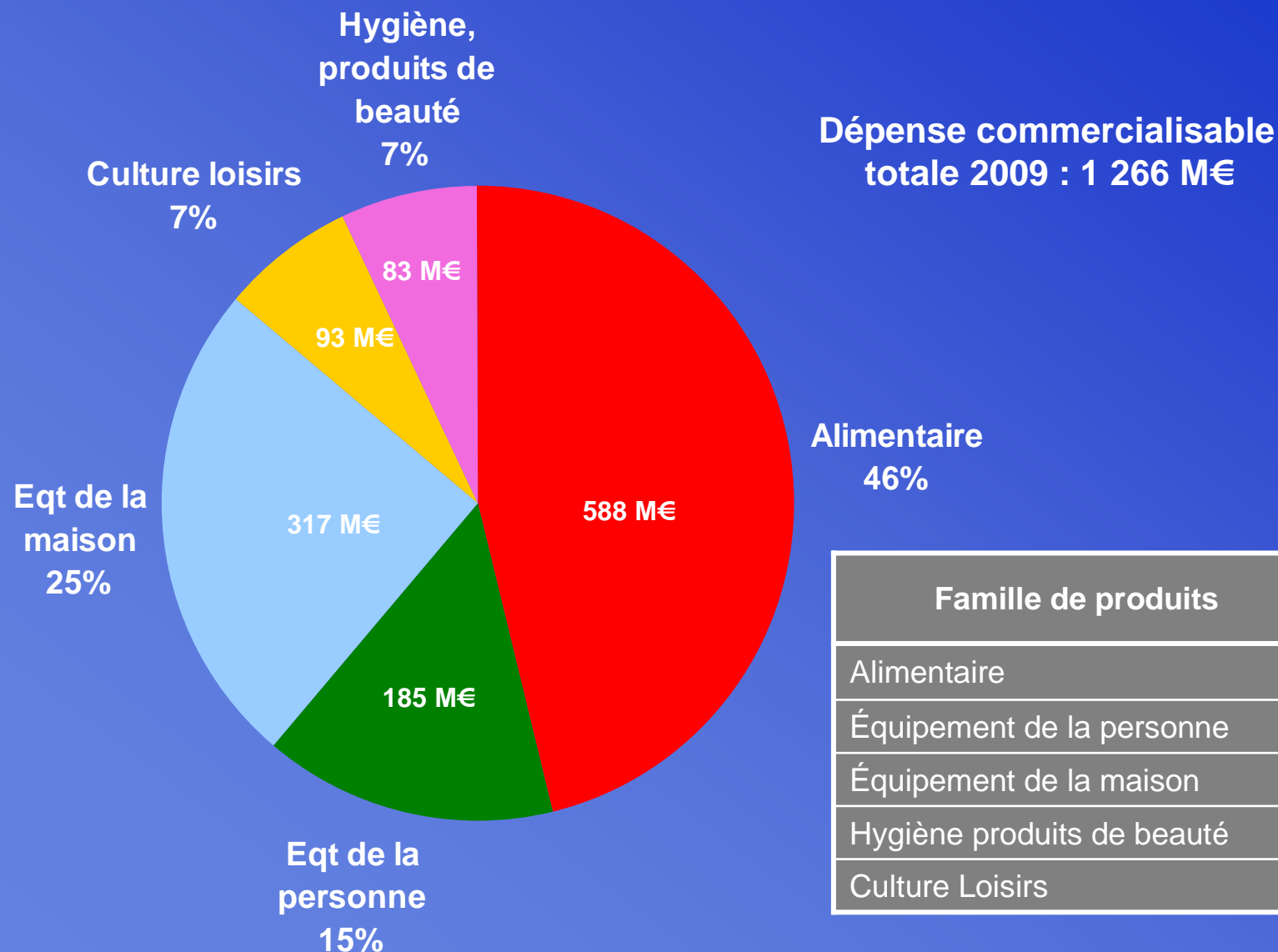
Source : ACFIC - IDC 2010

4. Marché annuel de consommation* par département



* Base de calcul : la liste des 38 produits enquêtés (hors produit pharmacie)

5. Marché annuel de consommation* 2009 par grande famille de produits sur le Tarn et Garonne



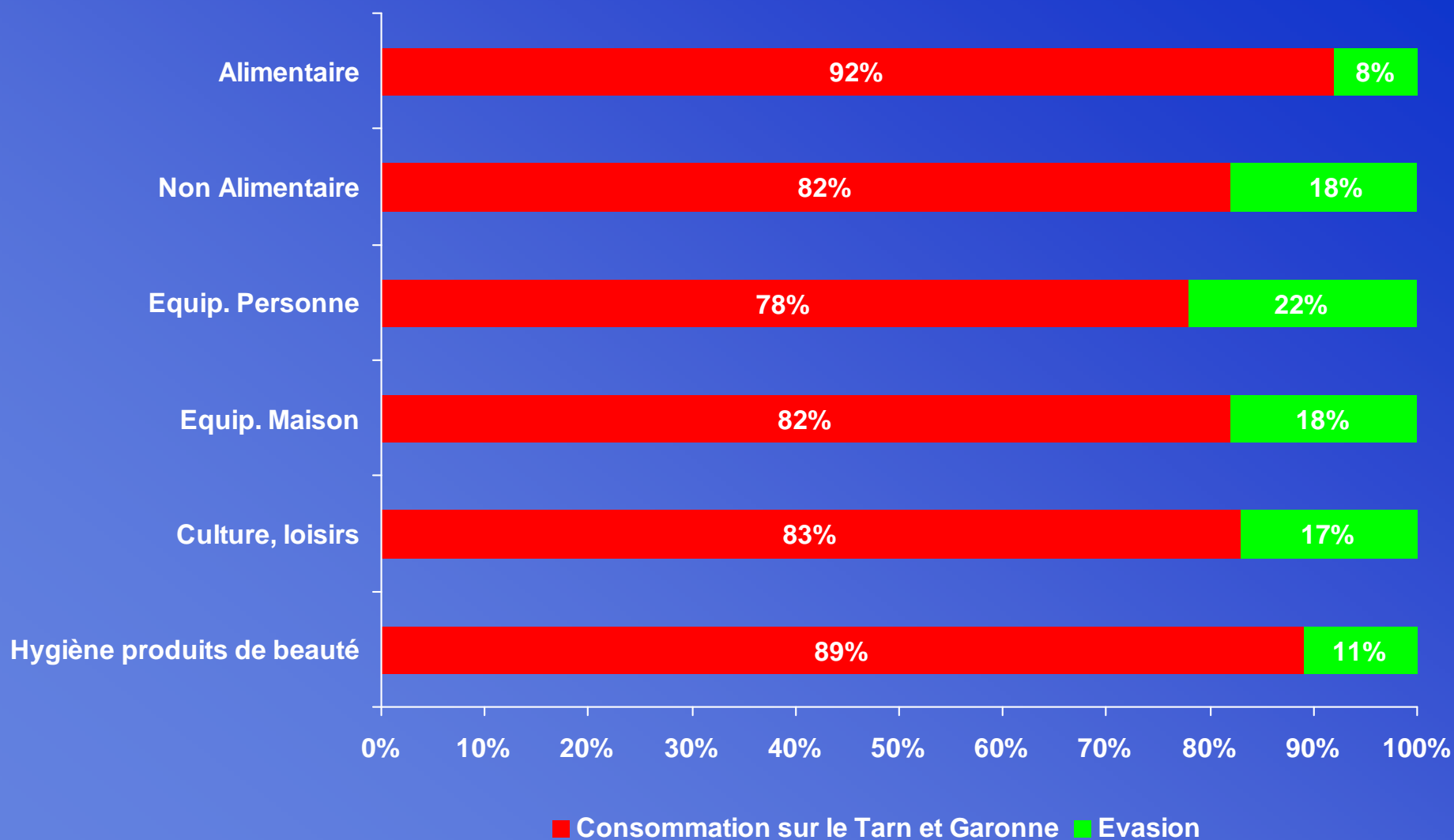
Dépense commercialisable totale 2009 : 1 266 M€

Alimentaire 46%

Famille de produits	DC France
Alimentaire	46 %
Équipement de la personne	15 %
Équipement de la maison	24 %
Hygiène produits de beauté	7 %
Culture Loisirs	8 %

* Base de calcul : la liste des 38 produits enquêtés (hors produit pharmacie)

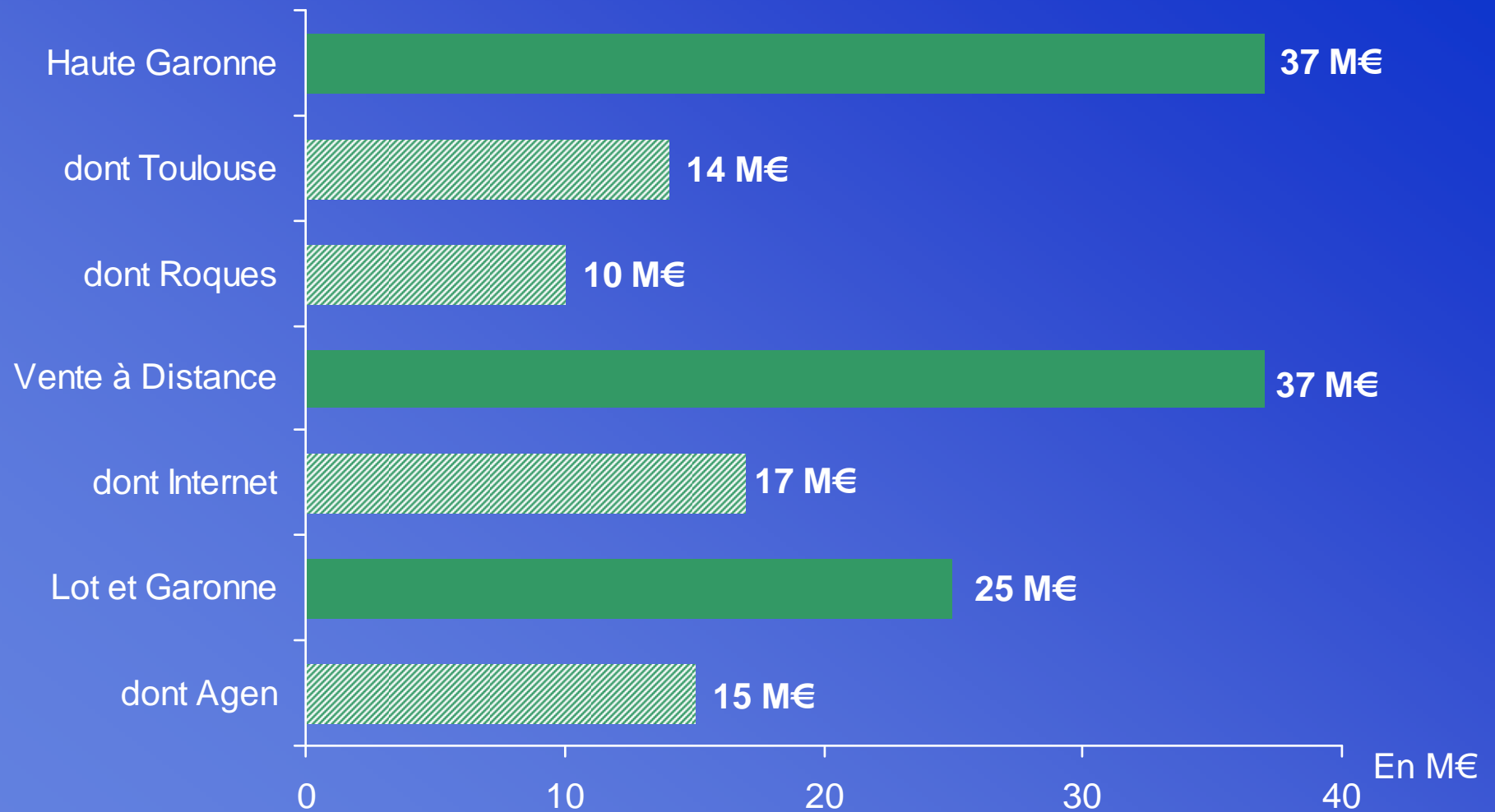
6. Estimation de l'évasion 2009 par famille de produits



Dépense commercialisable totale : 1 266 M€

Évasion totale : 13 %, soit 168 M€

7. Principales destinations d'évasion non alimentaire en 2009



Évasion non alimentaire : 123 M€



CHAMBRE DE COMMERCE ET
D'INDUSTRIE DE MONTAUBAN
ET DE TARN-ET-GARONNE

Etude sur les comportements d'achats des ménages sur le Tarn et Garonne

Principaux résultats – 8 Avril 2010