

# Enquête consommateurs

## ÉDITION 2023

---

### Flux de consommation Haute-Savoie 2022



PRÉFET  
DE LA RÉGION  
AUVERGNE-  
RHÔNE-ALPES

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



CCI  
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES



CCI HAUTE-SAVOIE

# Philippe CARRIER

Président  
CCI Haute-Savoie



# Sommaire

- 1** **Éléments méthodologiques**
- 2** **Les dépenses de consommation**
- 3** **Les achats alimentaires**
- 4** **Les achats non alimentaires**
- 5** **Les flux commerciaux**



# Les éléments méthodologiques



**2 100**

**ménages interrogés**

entre mars et juillet 2022  
par téléphone & réseaux sociaux

**45**

**produits de consommation  
courante**

12 produits alimentaires  
30 produits non alimentaires  
3 prestations de services

**70**

**secteurs d'enquête**

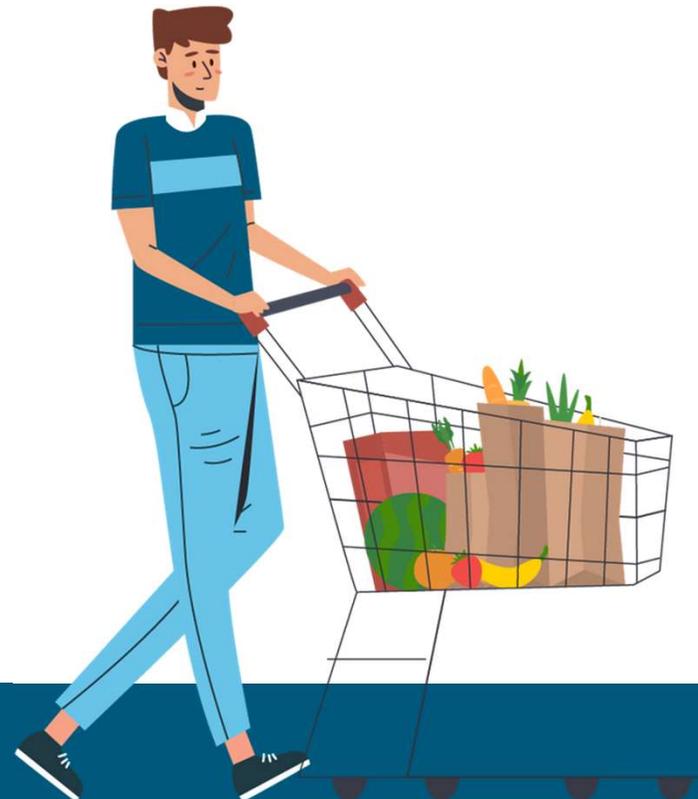
**100 000**

**actes d'achats analysés**



# Tendances de consommation

Produits biologiques  
Produits locaux  
Seconde main  
Recours à la livraison

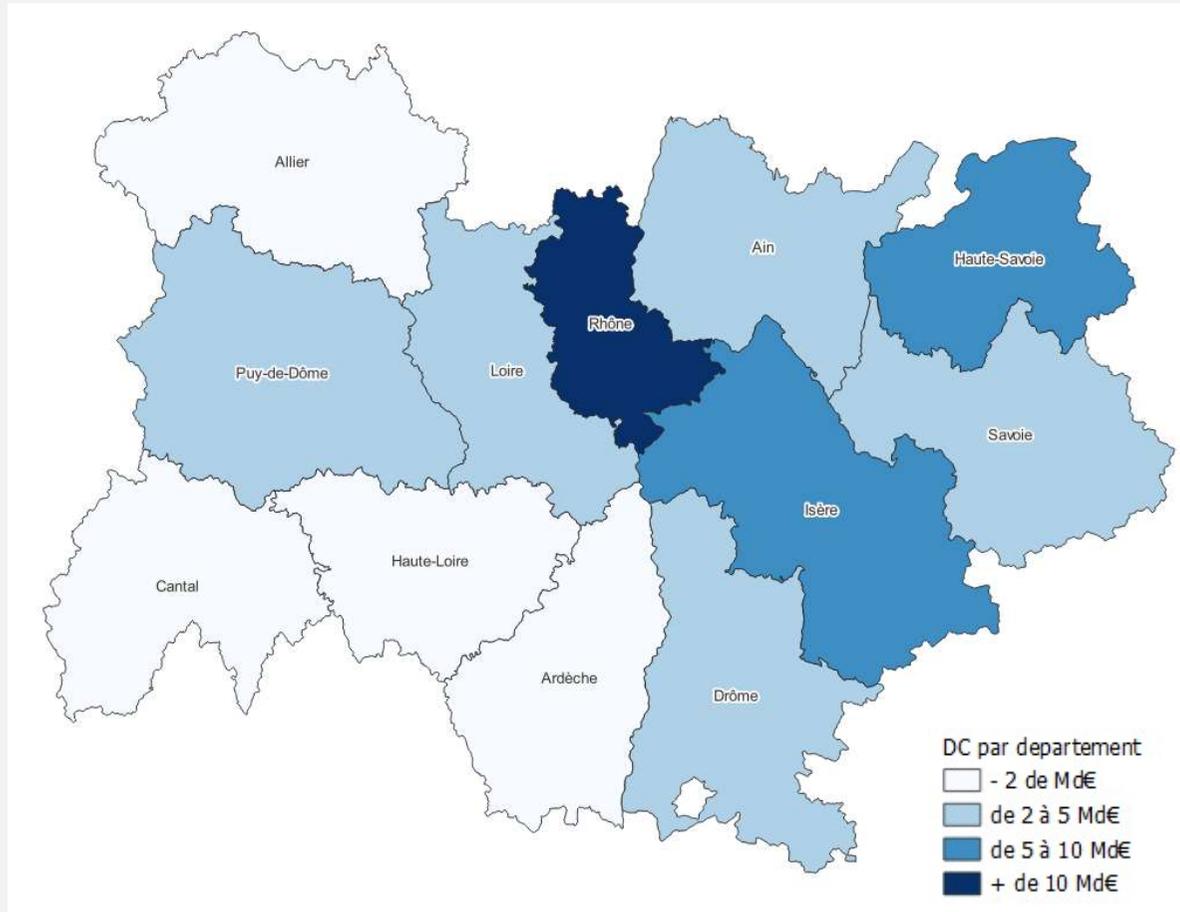


**+ de 1 100  
internauts enquêtés**

A photograph of two women in a clothing store. The woman on the left is a Black woman with her hair in a bun, wearing a tan trench coat over a yellow top. She is holding a small pink card and a blue pen, looking at the woman on the right. The woman on the right is a white woman with long brown hair, wearing a tan trench coat over a white top. She is smiling and looking down at a large brown paper shopping bag she is holding. There are other shopping bags, including a black one and a blue one, visible. The background shows clothing racks and a store interior.

# Les dépenses de consommation

# Dépenses de consommation AURA



**48 Mds d'€%**

**10,5 % Haute-Savoie**



# Dépenses de consommation

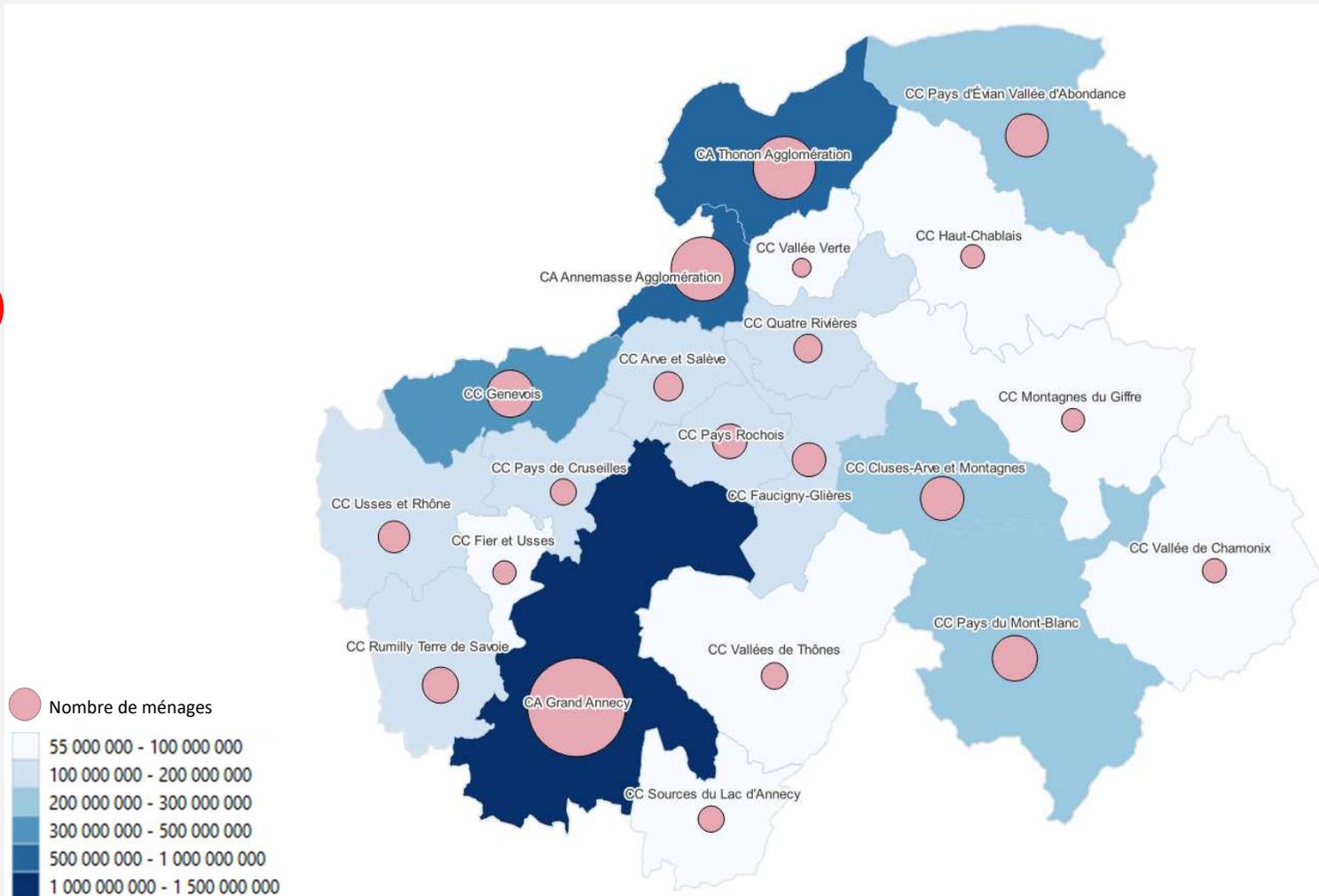
Un potentiel de consommation globale de **5,25 Mds d'€**

3 territoires regroupent 50% du potentiel de consommation

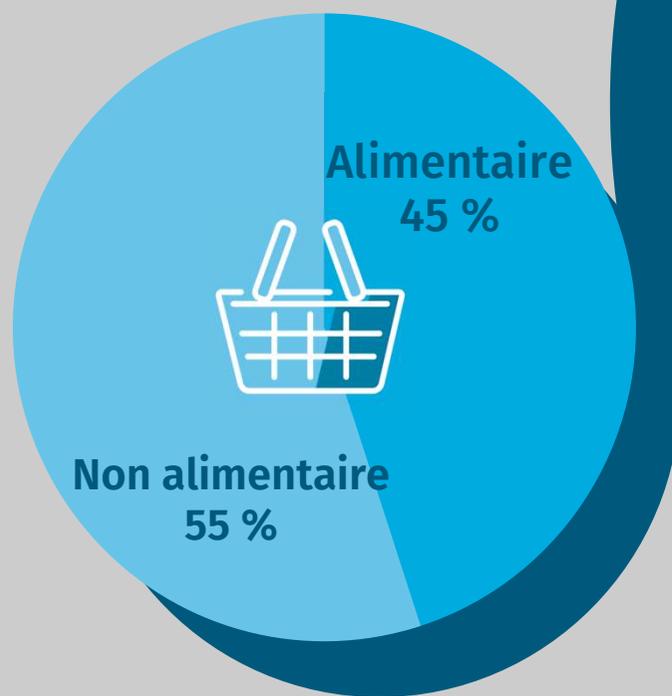
**27% Grand Anancy**

**11% Annemasse Agglo**

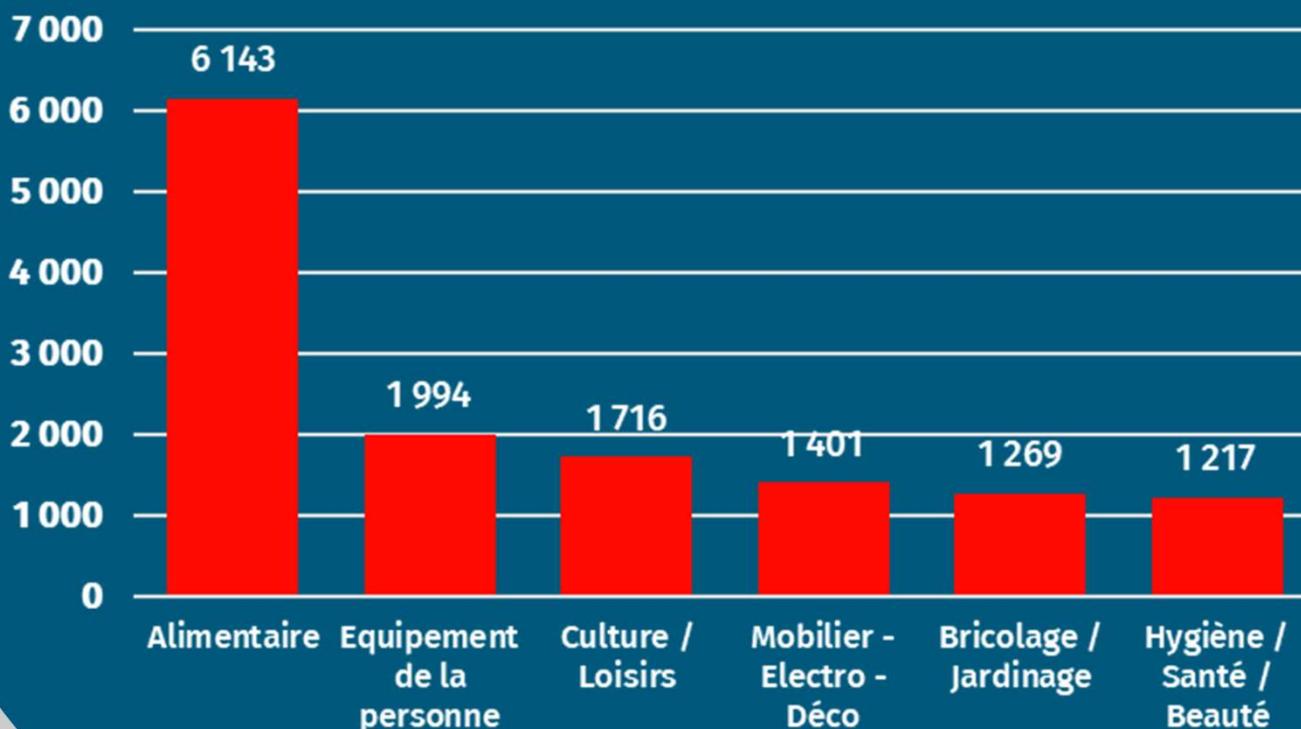
**11% Thonon Agglo**



# Dépenses de consommation des ménages

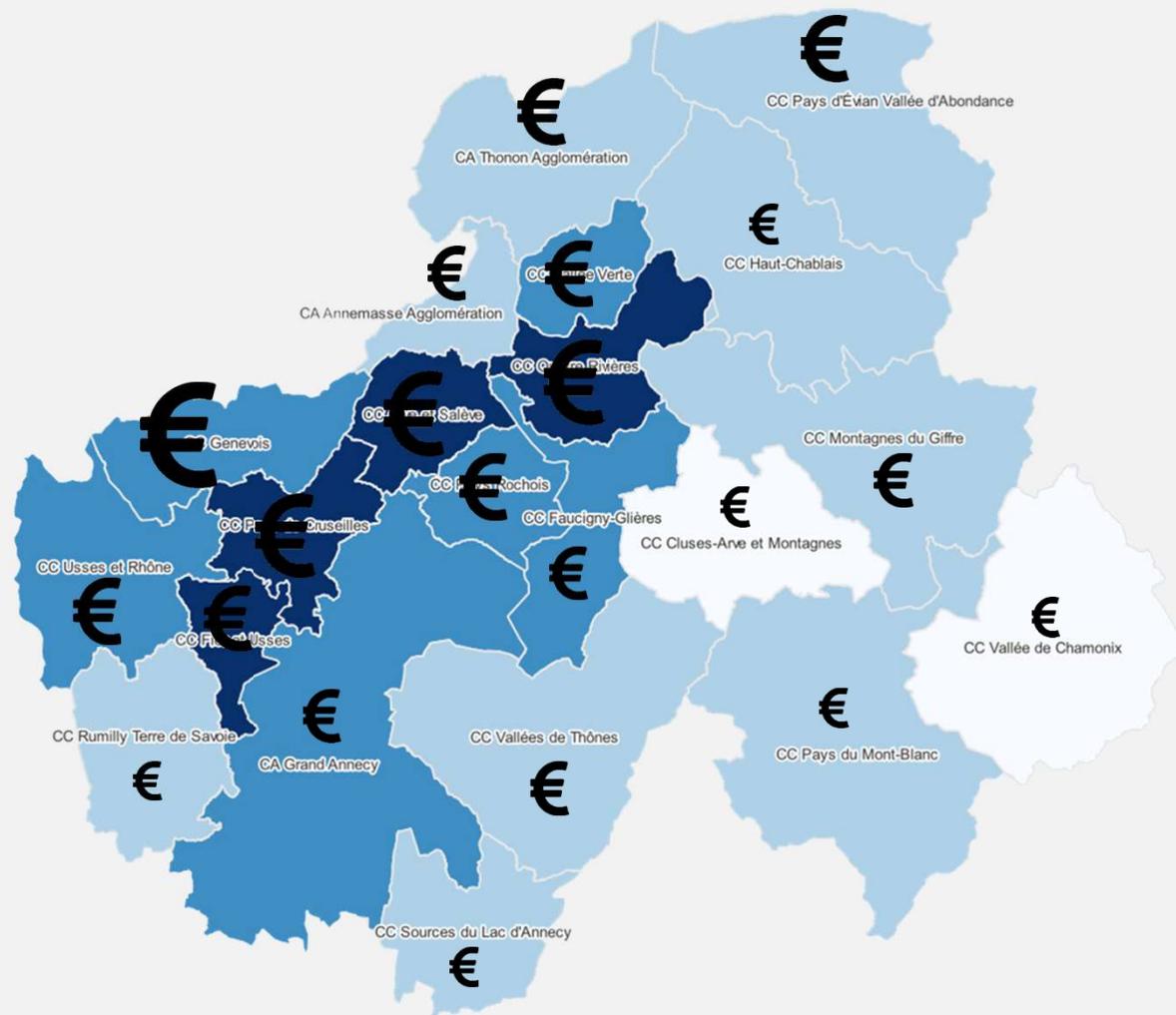


Dépenses par ménage en €



Le portefeuille d'achat moyen d'un ménage haut-savoyard est de **13 741 € par an**

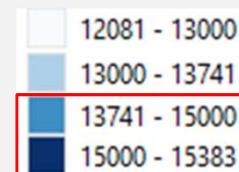
# Dépenses de consommation par ménage



Revenu médian (par unité de consommation)



Dépenses par ménage





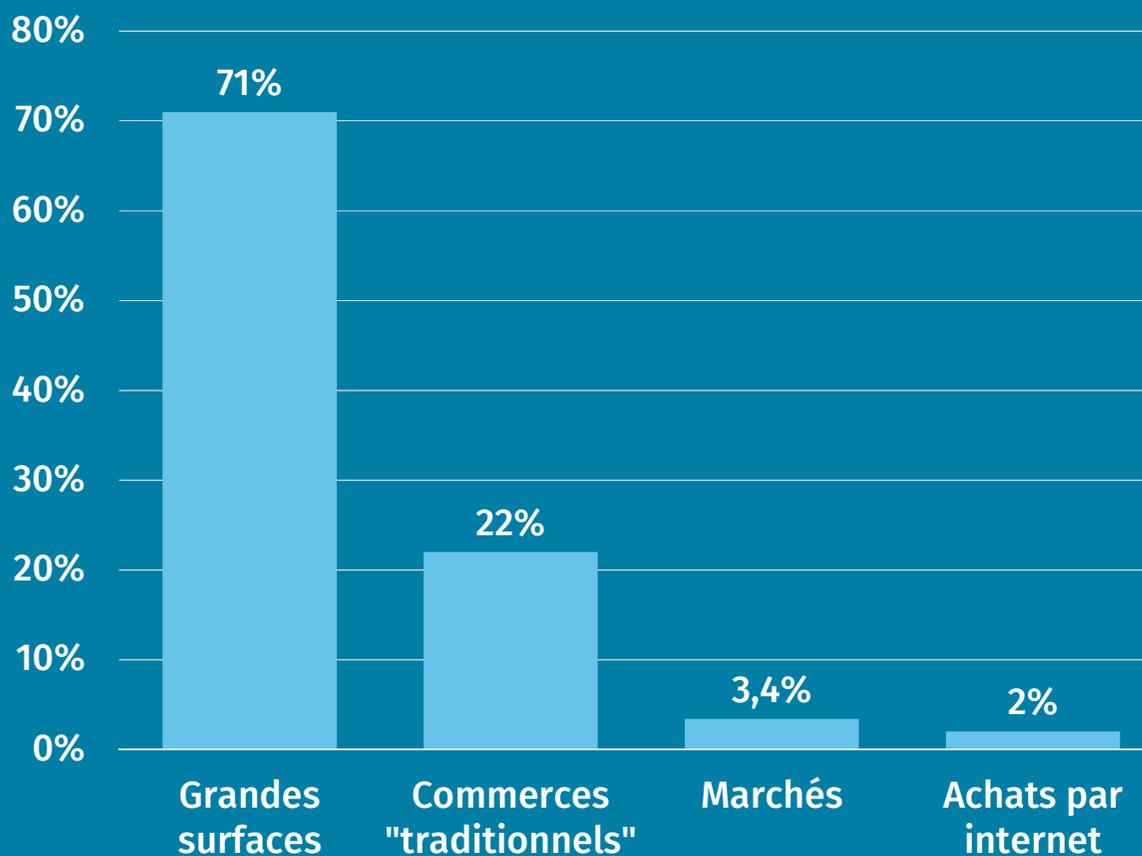
# Les achats alimentaires



# Par distribution



Les grandes surfaces restent le canal de distribution majoritaire



Un potentiel de consommation alimentaire de **2,35 Mds d'€**



# Formes de distribution privilégiées pour les produits frais



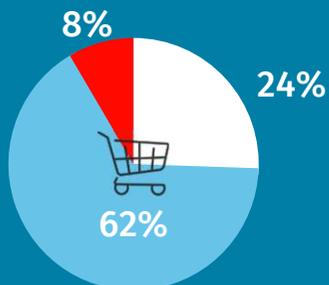
Fruits et légumes



Poissons, crustacés, coquillages

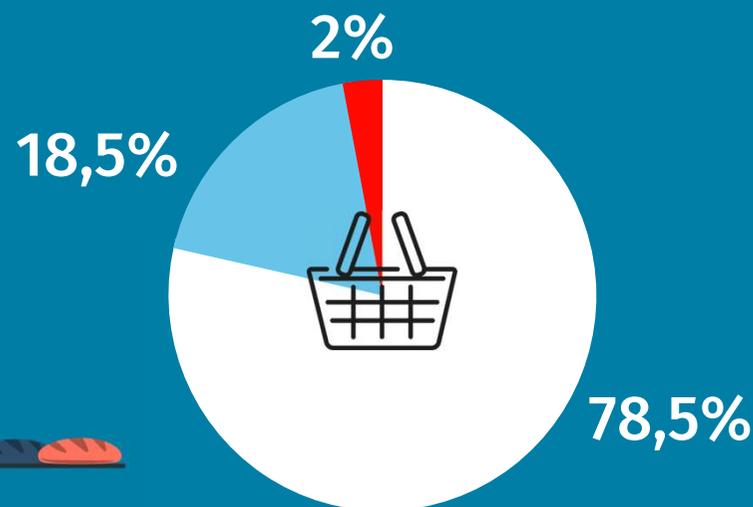


Viande



Fromage

## Pain, pâtisseries et viennoiseries



Grandes surfaces  
Commerces "traditionnels"  
Marchés



# Focus sur les marchés forains



Un chiffre d'affaires en alimentaire de **80 millions d'euros**



## Top 5

des marchés de Haute-Savoie (*en part de marché*)

- 1** **Marché d'Annecy** Boulevard Taine (samedi)
- 2** **Marché d'Annemasse** Place de la Libération (mardi)
- 3** **Marché de Sallanches** Quai de l'Hôtel de Ville (samedi)
- 4** **Marché de Thônes** Place de l'Hôtel de Ville (samedi)
- 5** **Marché de la Roche-sur-Foron** Place Andrevetan (jeudi)



# Les tendances de consommation alimentaire



## Produits bio

**15%**

des dépenses alimentaires  
des hauts-savoyards

Un marché de

**357 millions d'€**

## "Mieux consommer"

Lors de leurs achats alimentaires  
les consommateurs privilégient à :

**91%** les commerces de proximité

**80%** les produits locaux

**50%** les produits bio

**27%** les achats en vrac

# Les tendances de consommation alimentaire



## Le marché du bio



- 1 Produits laitiers\* et oeufs  
*\*hors fromage*
- 2 Fruits et légumes frais
- 3 Epicerie courante



**60%**

grandes et moyennes surfaces

## Le marché des produits locaux



- 1 Fruits et légumes
- 2 Fromages
- 3 Viande, volaille, charcuterie



**58%**

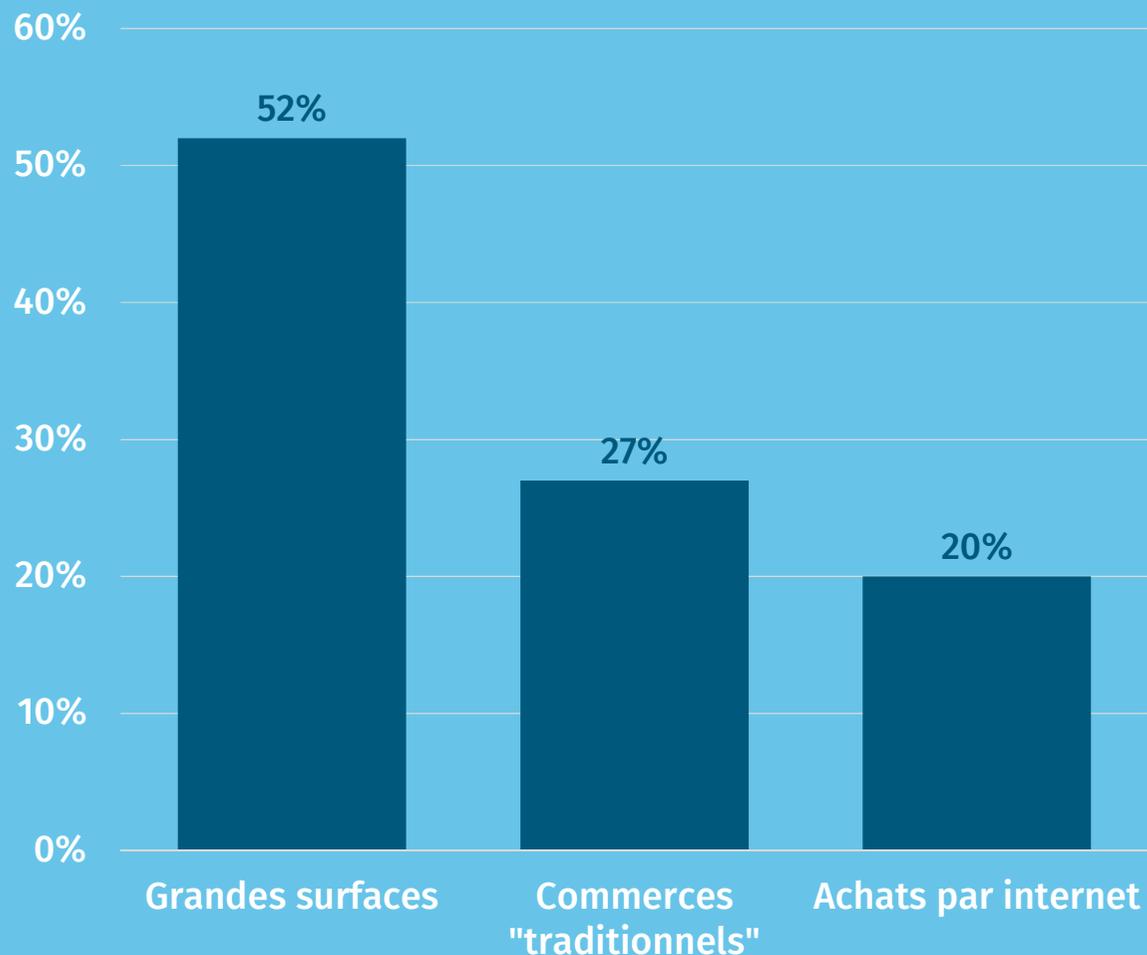
producteurs (dont magasins)



# Les achats non alimentaires



# Par distribution



Un marché de  
**2,90 Mds d'euros**

Les grandes surfaces  
restent le format de  
distribution dominant

Le taux de pénétration de la  
vente en ligne est de

**20%**



# Progression des ventes en ligne



**Dépenses x2** depuis 2018 en AURA



**+12 points** de parts de marché en 5 ans en AURA

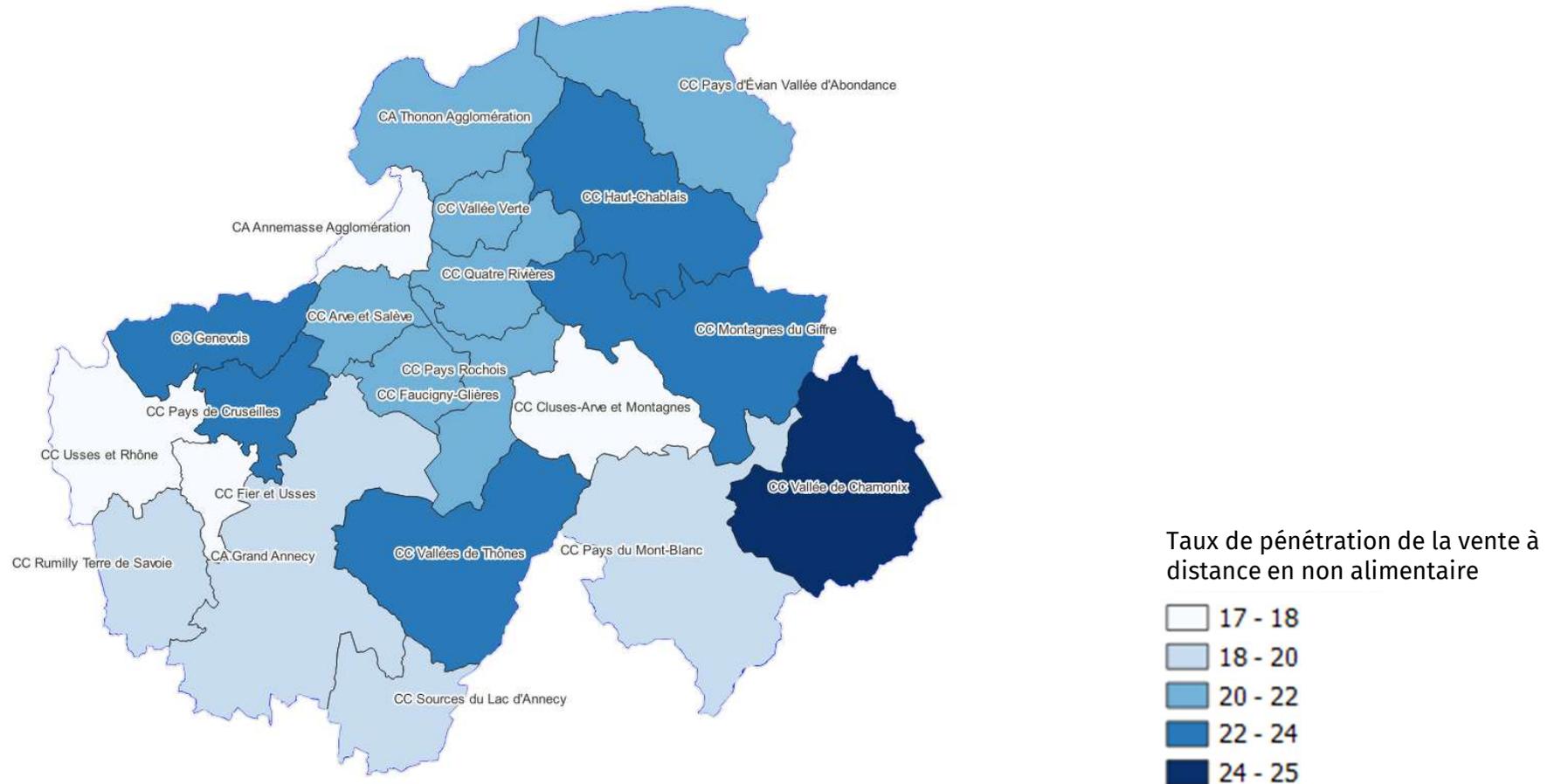


**600 millions d'€** dépensés par les ménages haut-savoyards

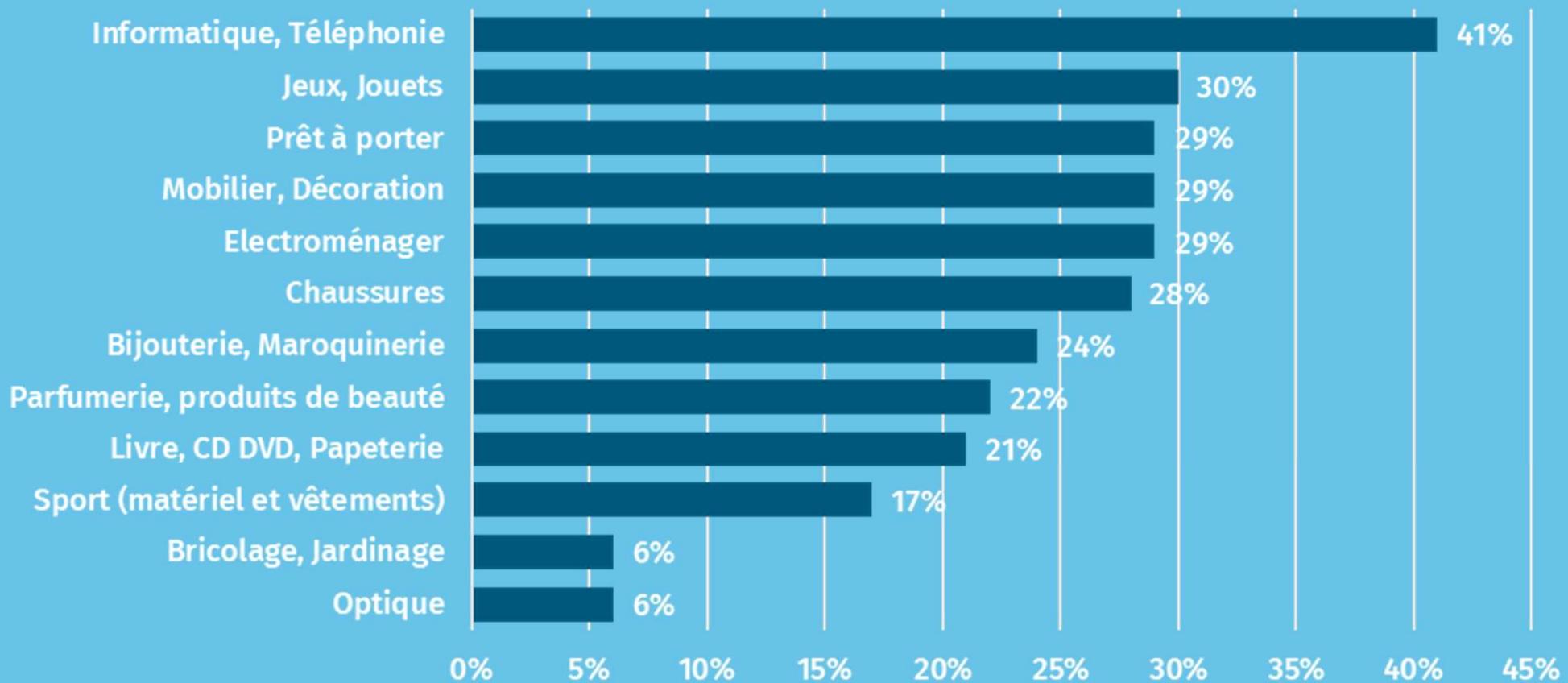




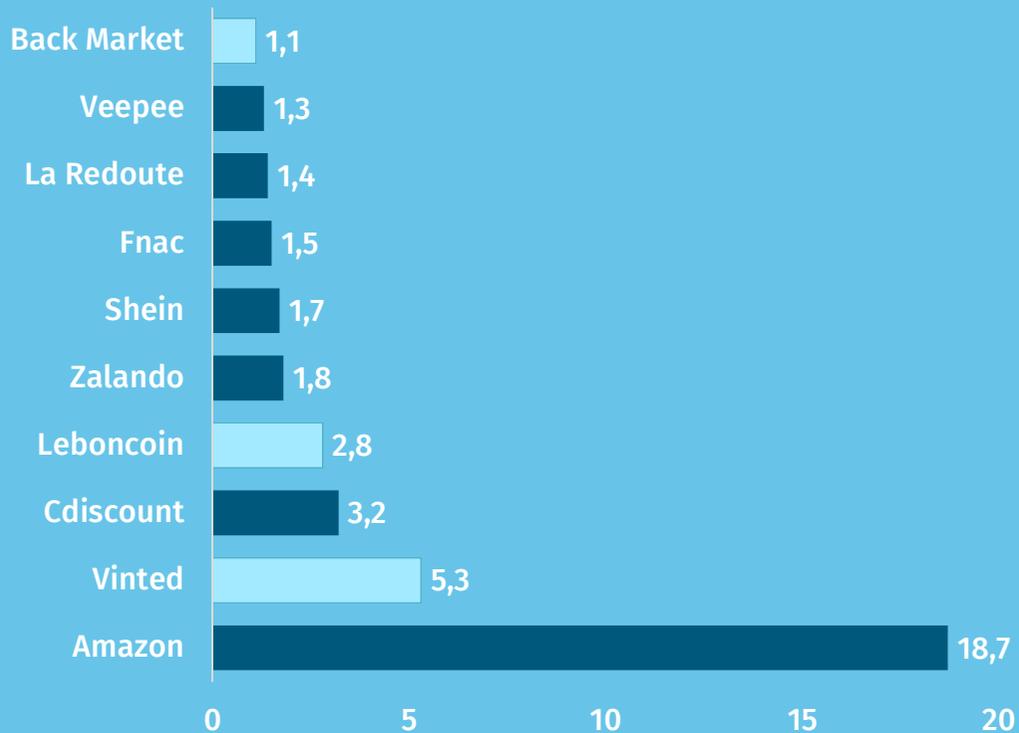
# Taux de pénétration par territoire



# Taux de pénétration par produit



# Top 10 des sites de vente en ligne



## Visiteurs uniques moyens par mois

|              |            |
|--------------|------------|
| Amazon       | 38 291 000 |
| Leboncoin    | 26 252 000 |
| Cdiscount    | 20 163 000 |
| Fnac         | 18 527 000 |
| Vinted       | 17 434 000 |
| E.Leclerc    | 14 845 000 |
| Carrefour    | 14 071 000 |
| Booking.com  | 13 084 000 |
| AliExpress   | 12 556 000 |
| Leroy Merlin | 11 511 000 |

**Amazon = 20%**

**Seconde main = 10%**

# Le marché de la seconde main



**32%** privilégient souvent les achats d'occasion

## Lieux d'achats

**50%** plateformes en ligne spécialisées (vinted, Le Bon Coin...)

**40%** brocantes et vide-greniers

**30%** dépôt-vente, friperie

## Produits

**Vêtements et chaussures**

**Équipement de maison : mobilier, bricolage, électroménager**

**Biens culturels : livres, musique**



# Les autres tendances de consommation



## Les produits que l'on fait le plus réparer en Haute-Savoie



- 1 Electroménager
- 2 Informatique, multimédia
- 3 Chaussures
- 4 Vêtements
- 5 Equipements sportifs

## Une consommation plus saine et plus locale

**77%**

des habitants privilégient souvent les produits fabriqués en France

**55%**

des haut-savoyards privilégient les produits écoresponsables (recyclés, éthiques, réparables)

# Les autres tendances de consommation



## Une consommation plus respectueuse de l'environnement

**1 personne sur 2**  
est favorable à réduire  
sa consommation

**20%**

**des individus**

sont prêts à payer plus cher des produits plus respectueux de l'environnement

**31%**

**des individus**

sont prêts à acheter d'occasion



# Les flux commerciaux

# Rétention - Evasion

Destinations des dépenses de consommation



**Rétention**



**Evasion**

|                 | Haute-Savoie |
|-----------------|--------------|
| Alimentaire     | 97%          |
| Non alimentaire | 75,5%        |

| VAD   | Reste AURA | Ailleurs |
|-------|------------|----------|
| 2%    | 1%         | 0%       |
| 20,5% | 2,5%       | 1,5%     |



Le taux d'évasion global est de

**15%**



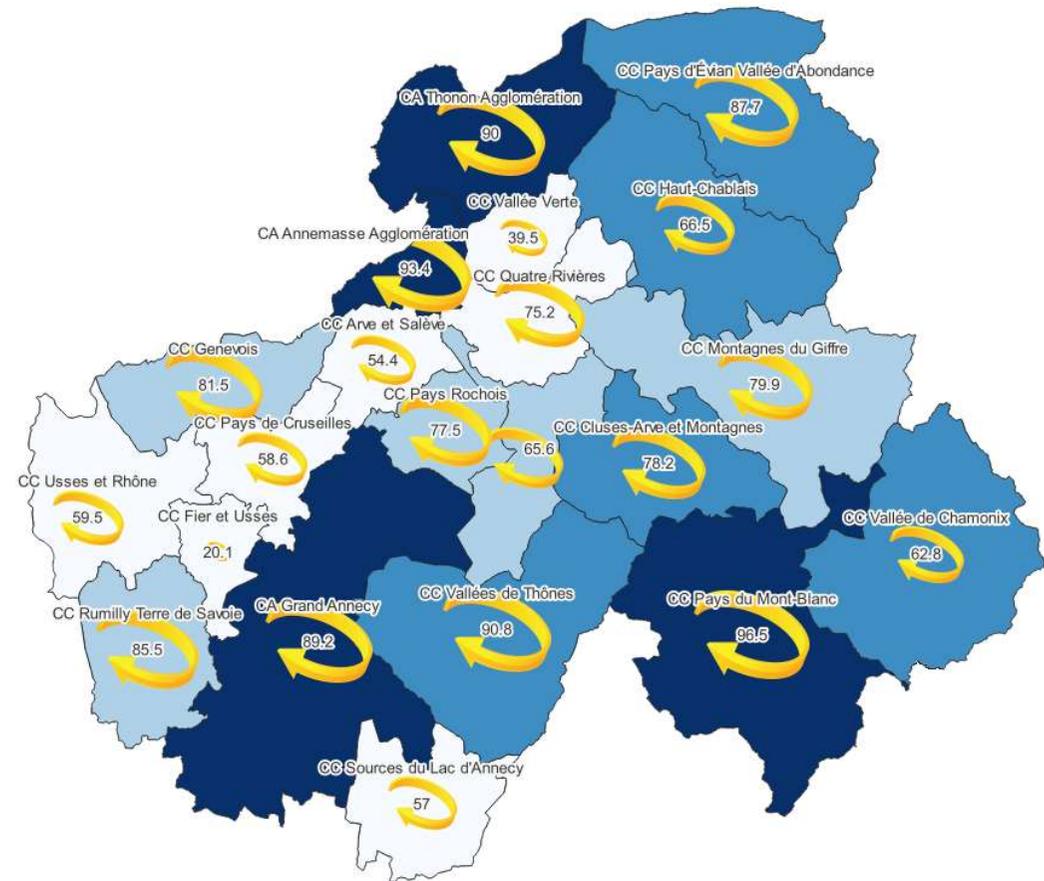
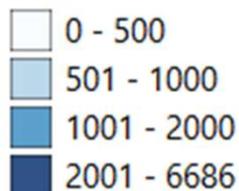
# Rétention alimentaire

Une attractivité des bassins de vie en lien avec l'offre commerciale présente dans les territoires

Taux de rétention par bassin de vie



nombre de commerce



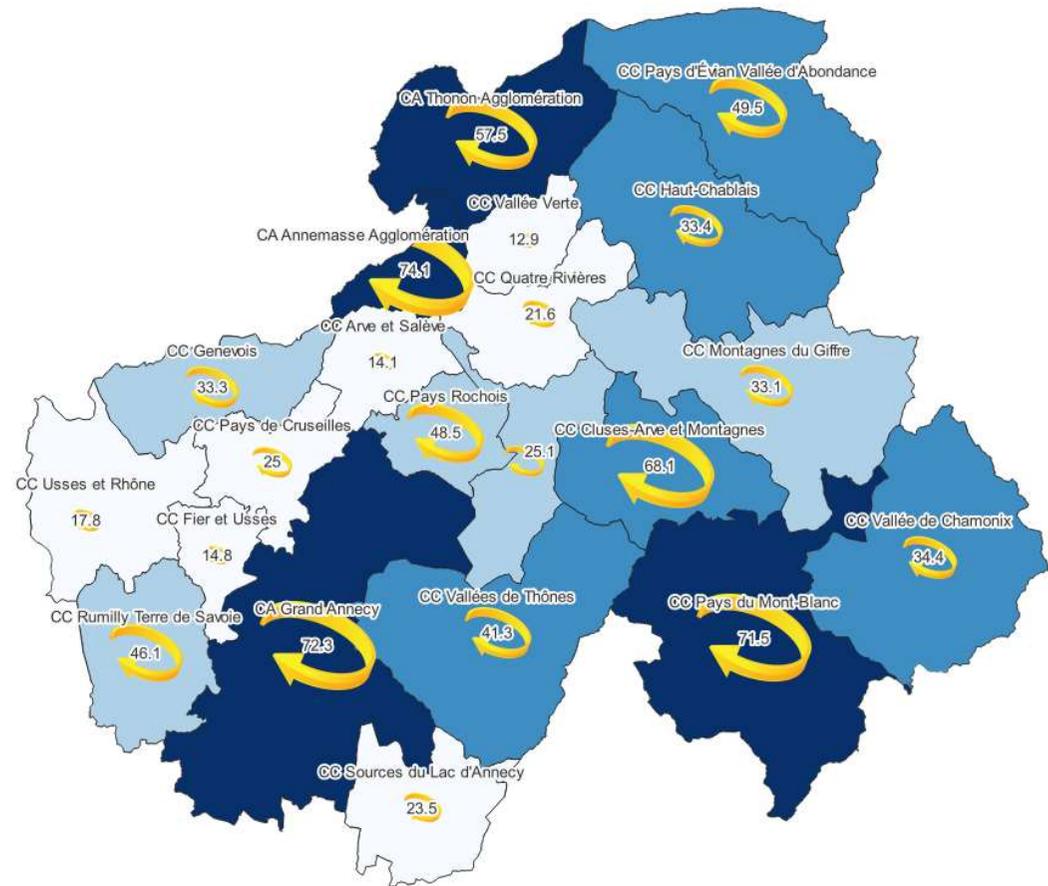
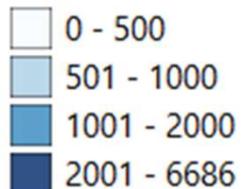
# Rétention non alimentaire

Une attractivité des bassins de vie en lien avec l'offre commerciale présente dans les territoires

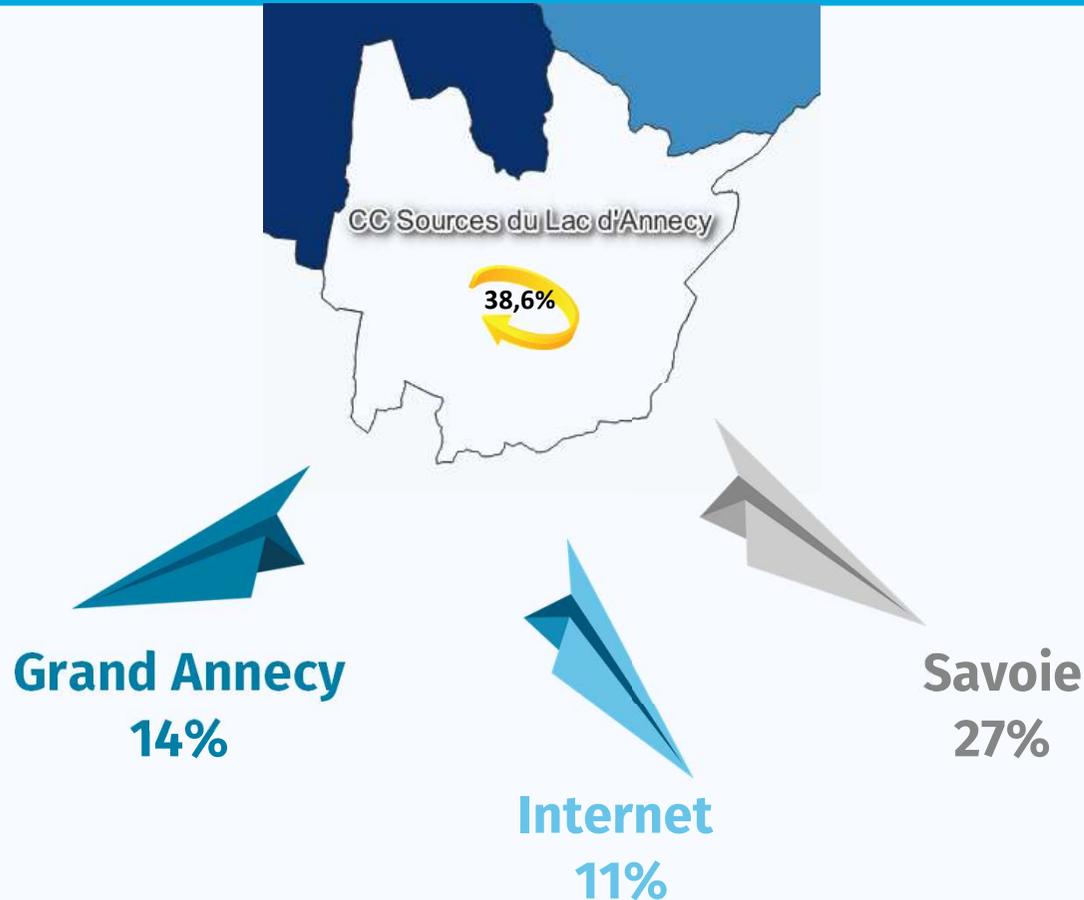
Taux de rétention par bassin de vie



nombre de commerce



# L'exemple de la CCSLA



**CA : 46,5 millions d'€**

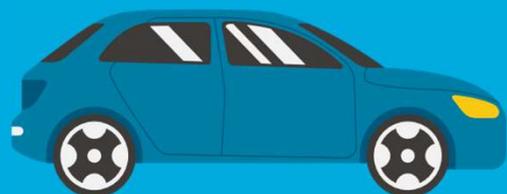
**82%**

du CA réalisé sur la CCSLA

**Taux de rétention 38,6%**

- 57% alimentaire
- 23% non alimentaire

# Les modes de transports



**72%**

**des dépenses**  
sont réalisées en voiture  
contre 67% en AURA



**13%**

Sans déplacement  
(en ligne)  
idem AURA



**10%**

A pied contre 14% en AURA



**1,3%**

A vélo  
idem AURA



**1,2%**

En transports en commun  
contre 3% en Aura

# La livraison : un usage en expansion



**72%**

des consommateurs ont recours à la livraison pour l'achat d'ameublement, d'électroménager et d'informatique

**68%**

pour les achats de vêtements et chaussures

| Modes de livraisons privilégiés                               | Vêtements, chaussures |
|---|-----------------------|
| Livraison à domicile après achat à distance                   | 44%                   |
| Livraison à la Poste / dans un point relais                   | 34%                   |
| Livraison en magasin (drive, e-reservation, click&collect...) | 5%                    |
| Livraison sur le lieu de travail                              | 2%                    |
| Livraison à domicile après achat en magasin                   | 2%                    |
| Livraison en consigne automatique                             | 2%                    |

# A retenir



**Un potentiel de consommation soutenu**



**En alimentaire :**

- ✓ **Résistance des formats de proximité**
- ✓ **Une alimentation plus saine et plus locale**



**En non alimentaire :**

- ✓ **Des achats de plus en plus dématérialisés**
- ✓ **Une consommation de plus en plus écoresponsable**



**Un usage prépondérant de la voiture pour les achats**

# Un outil au service des acteurs du commerce



**Apporter un éclairage aux collectivités**



**Fournir un outil d'aide à la décision et contribuer aux stratégies territoriales**



**Aider les entreprises et porteurs de projet à appréhender le marché**

# Echanges



# Enquête consommateurs

## ÉDITION 2023

---

### Informations



Rachel CARRIER

Responsable Études | CCI Haute-Savoie

T 04 50 33 72 90

P 06 70 42 40 39

@ rcarrier@haute-savoie.cci.fr

[www.haute-savoie.cci.fr](http://www.haute-savoie.cci.fr)