



LES RENCONTRES  
du commerce / *komertzioaren*  
TOPAKETAK

19  
SEPT.  
2022

# CONFERENCE



CCI BAYONNE  
PAYS BASQUE  
*Euskal Herri*

1<sup>er</sup> ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES



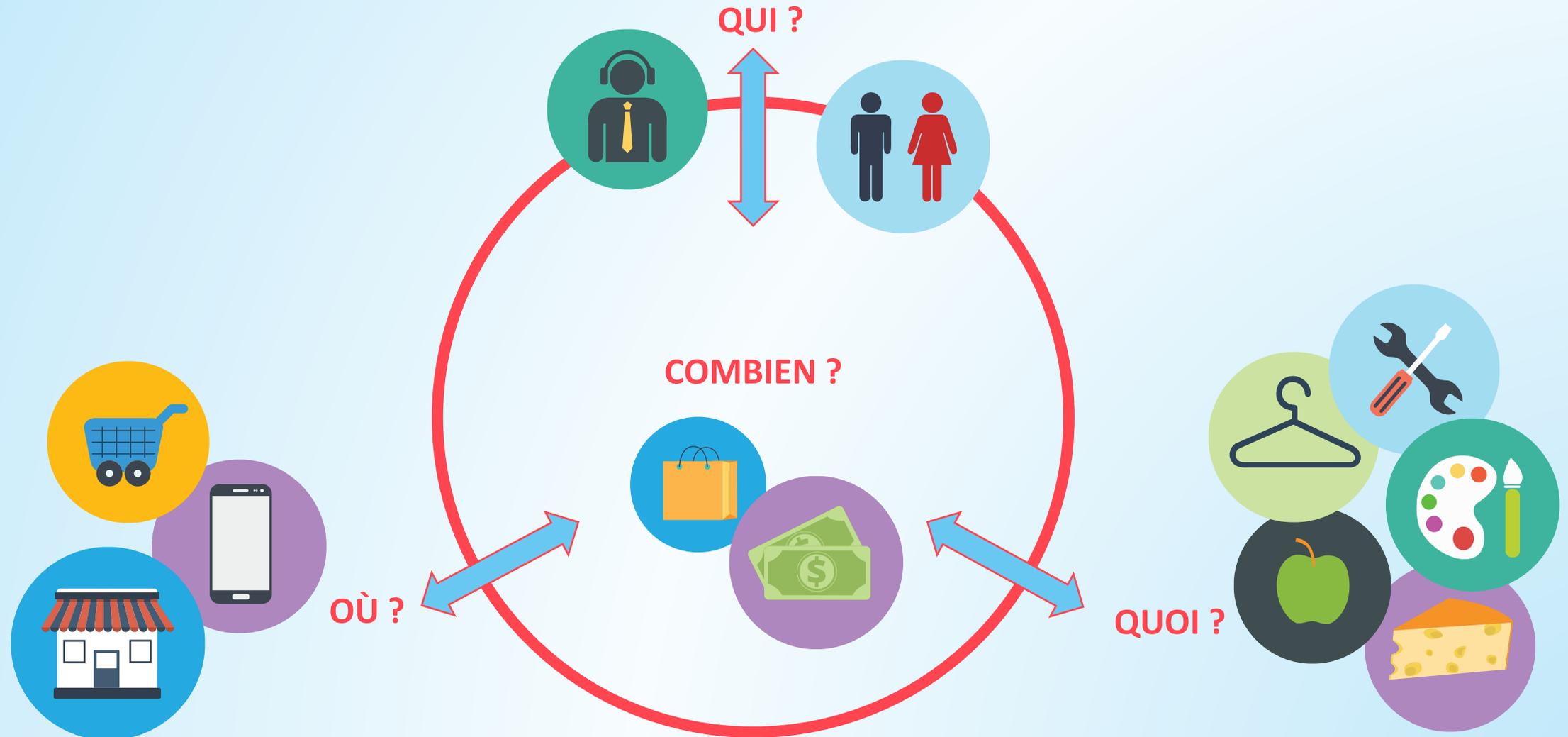
aid

OBSERVATOIRE | STRATÉGIE | PROGRAMMATION

2022 : Nouvel état  
des dynamiques commerciales  
et comportements d'achats  
au Pays Basque



# Comprendre et quantifier les comportements d'achats des ménages



# Méthodologie



**26 363 ménages de Nouvelle-Aquitaine** et des secteurs limitrophes interrogés par téléphone, de mai à octobre 2021

Echantillon représentatif (taille du ménage, CSP du référent)  
dont **1 132 ménages du Pays Basque**



Panel de **36 produits\*** de consommation courante

Mode de questionnement : La dernière fois que vous avez acheté des meubles...  
où était-ce ?

Base de plus de **600 000 actes d'achats des ménages de la Nouvelle-Aquitaine**  
dont plus de **26 000 actes d'achats pour ceux du Pays Basque**

*\* Les ménages ont également été interrogés sur la consommation des produits Tabac, cigarette électronique et Jeux de hasard, exclus de la présente analyse.*



Etude sur **603 bassins de vie sur la Nouvelle-Aquitaine**  
dont **32 au Pays Basque**



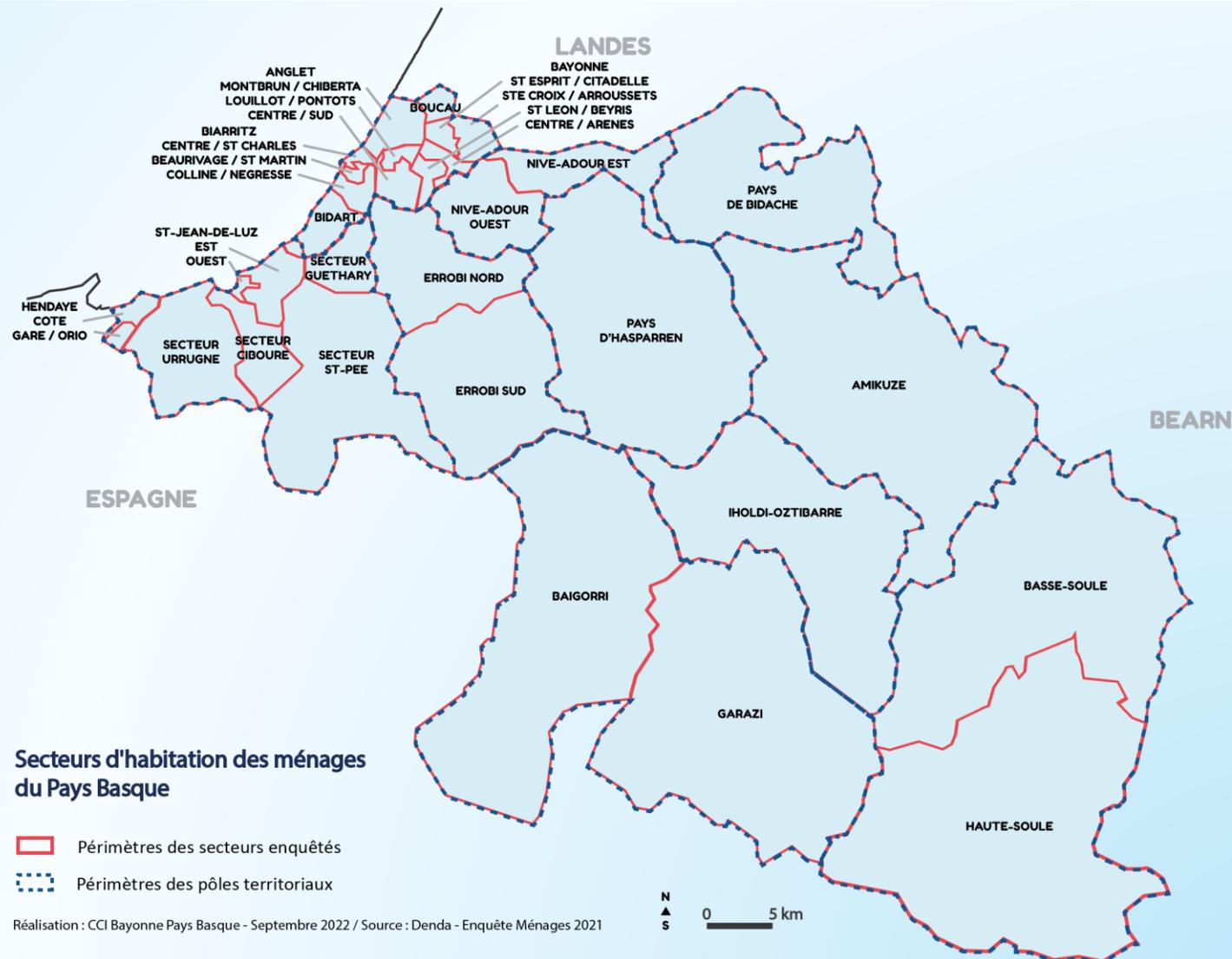
Renouvellement de l'enquête déjà menée en 2010 et 2013

# Périmètre d'étude Pays Basque

- 32 bassins de vie

155 127 ménages en 2021

(extrapolation à partir du recensement Insee 2017)

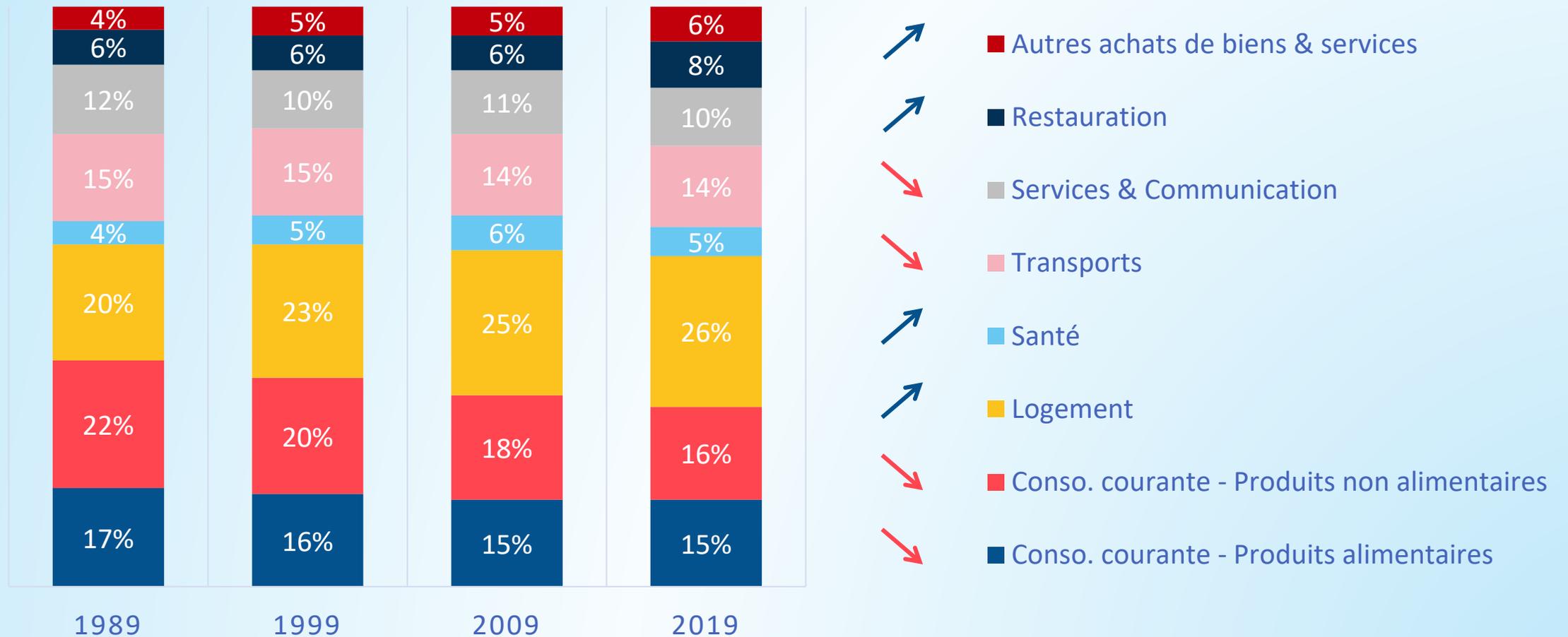


# DEPENSES DE CONSOMMATION



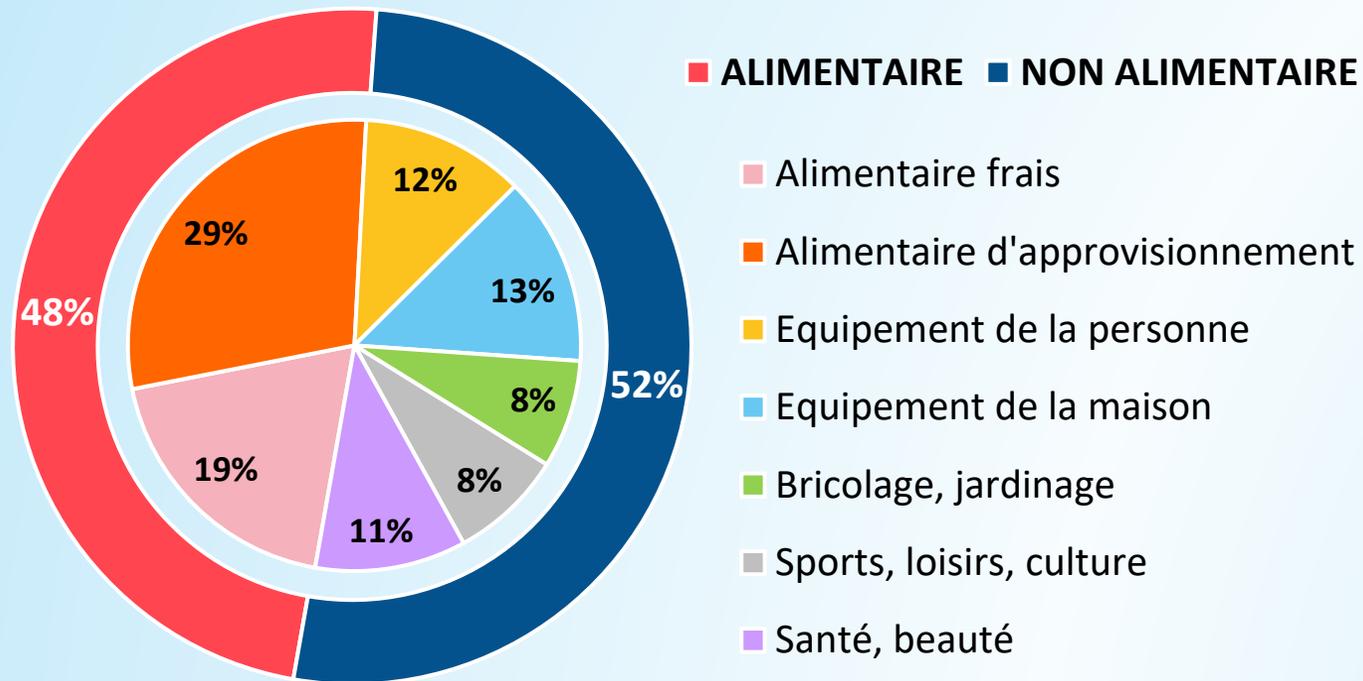
# Evolution des budgets des ménages français

## RÉPARTITION DU BUDGET DES MÉNAGES FRANÇAIS ENTRE 1989 ET 2019



# Dépenses annuelles de consommation

## RÉPARTITION DES DÉPENSES COMMERCIALISABLES PAR FAMILLE DE PRODUITS

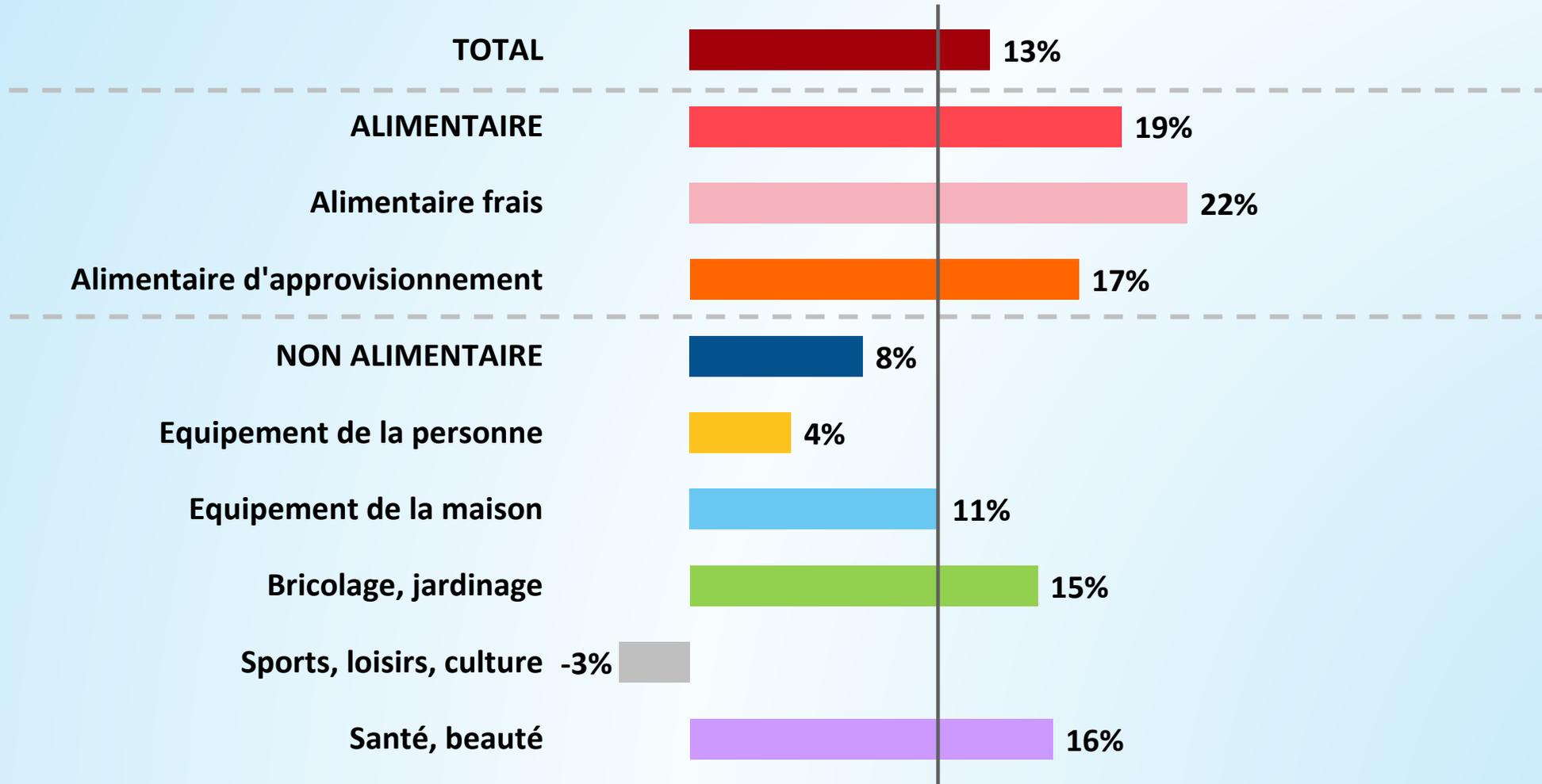


- **2 040 M€** de dépenses de consommation annuelles pour les ménages du Pays Basque
- **13 148 €** de dépenses annuelles de consommation par ménage au Pays Basque

# Dépenses annuelles de consommation

Evolution depuis 2013

Évolution du nombre de ménages : + 11 %

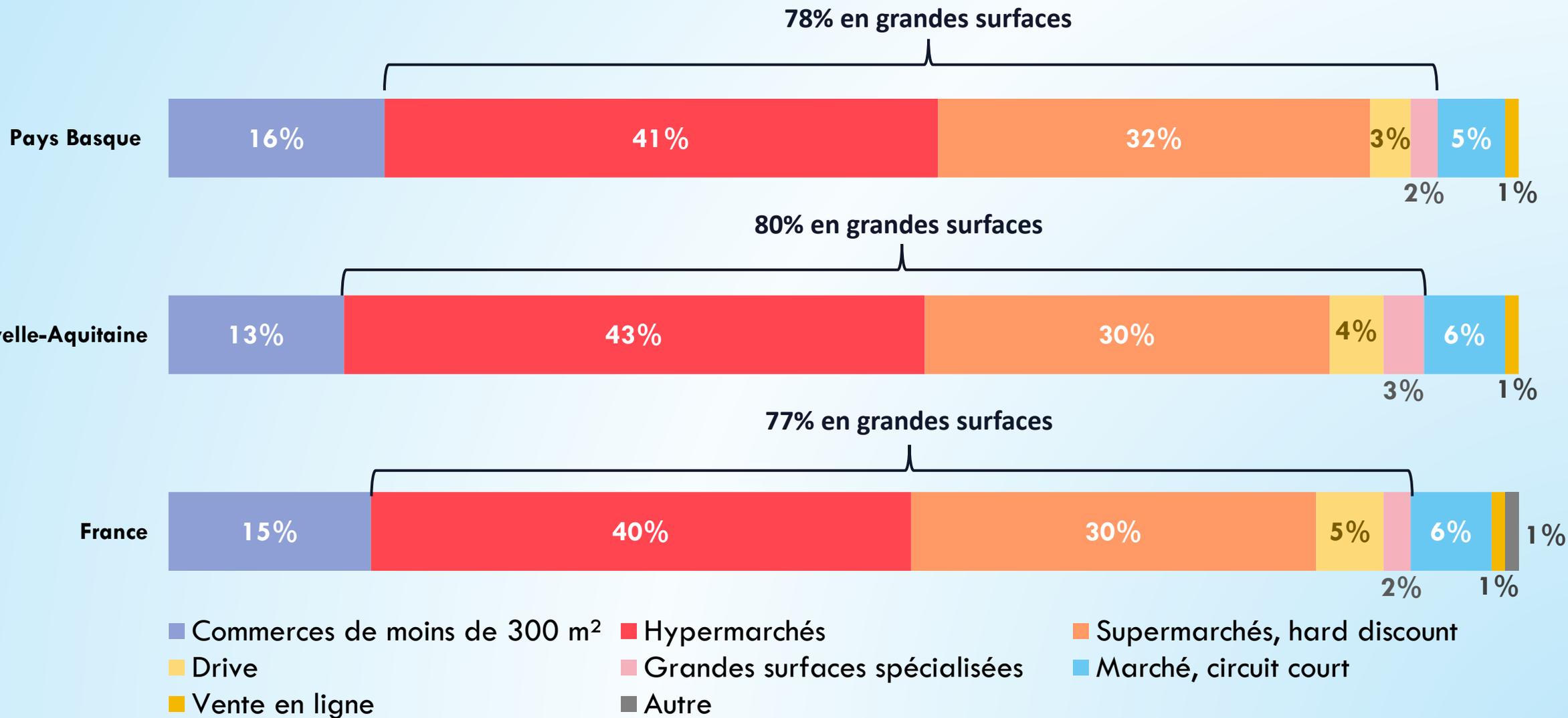


# COMPORTEMENTS D'ACHAT DES MENAGES



# Circuits de distribution fréquentés

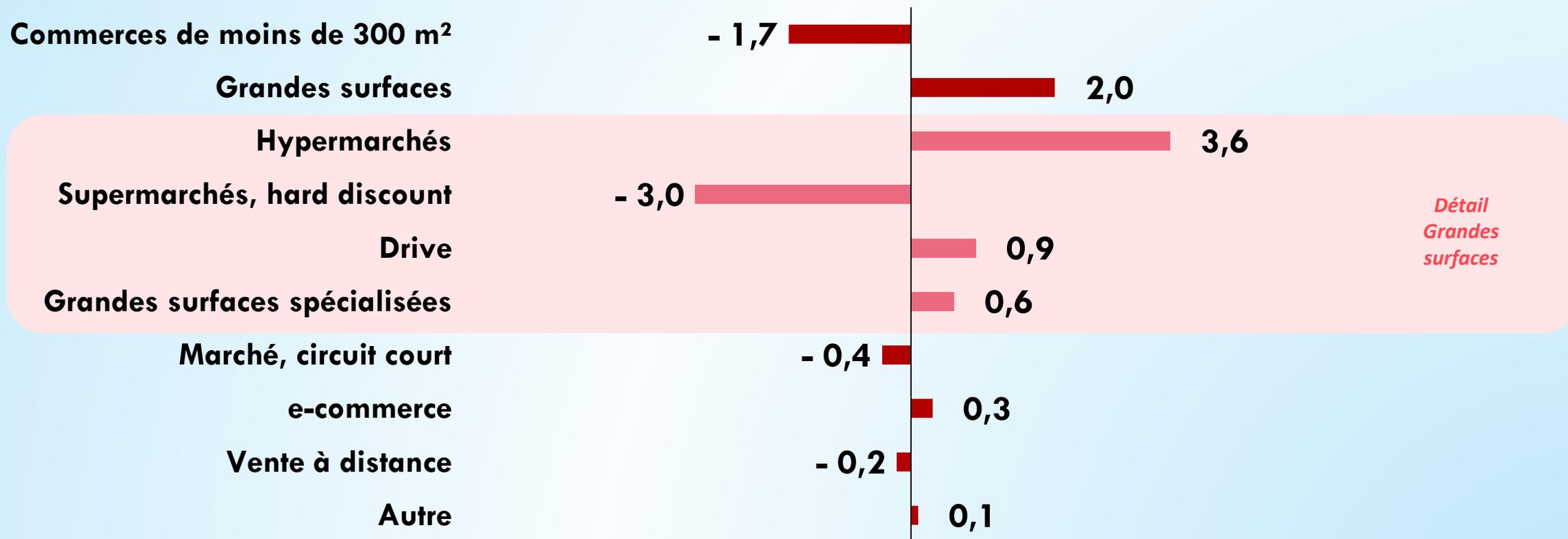
## Produits alimentaires



# Circuits de distribution fréquentés

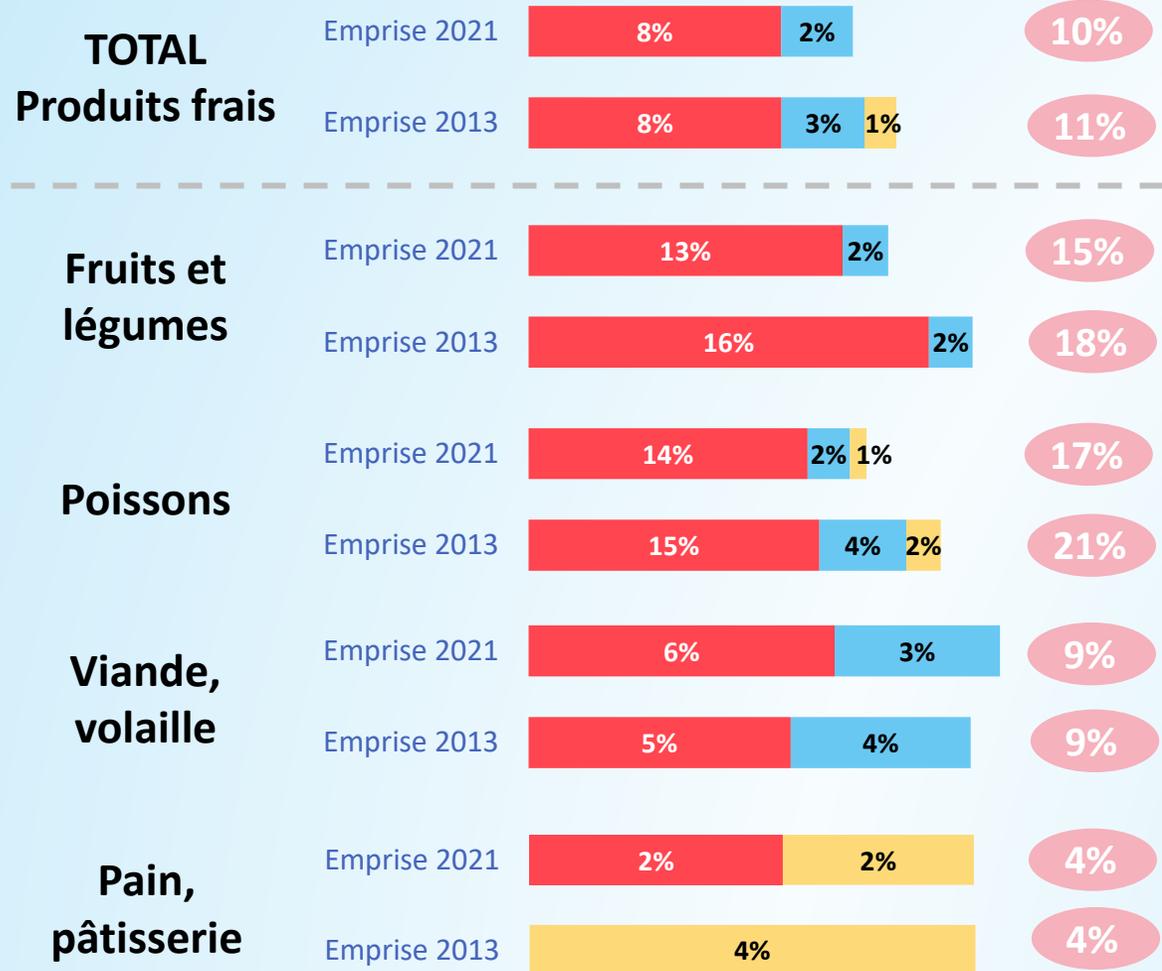
## Produits alimentaires

### EVOLUTION DES PARTS DE MARCHE DEPUIS 2013



# Zoom : emprise des circuits courts

## Produits alimentaires frais



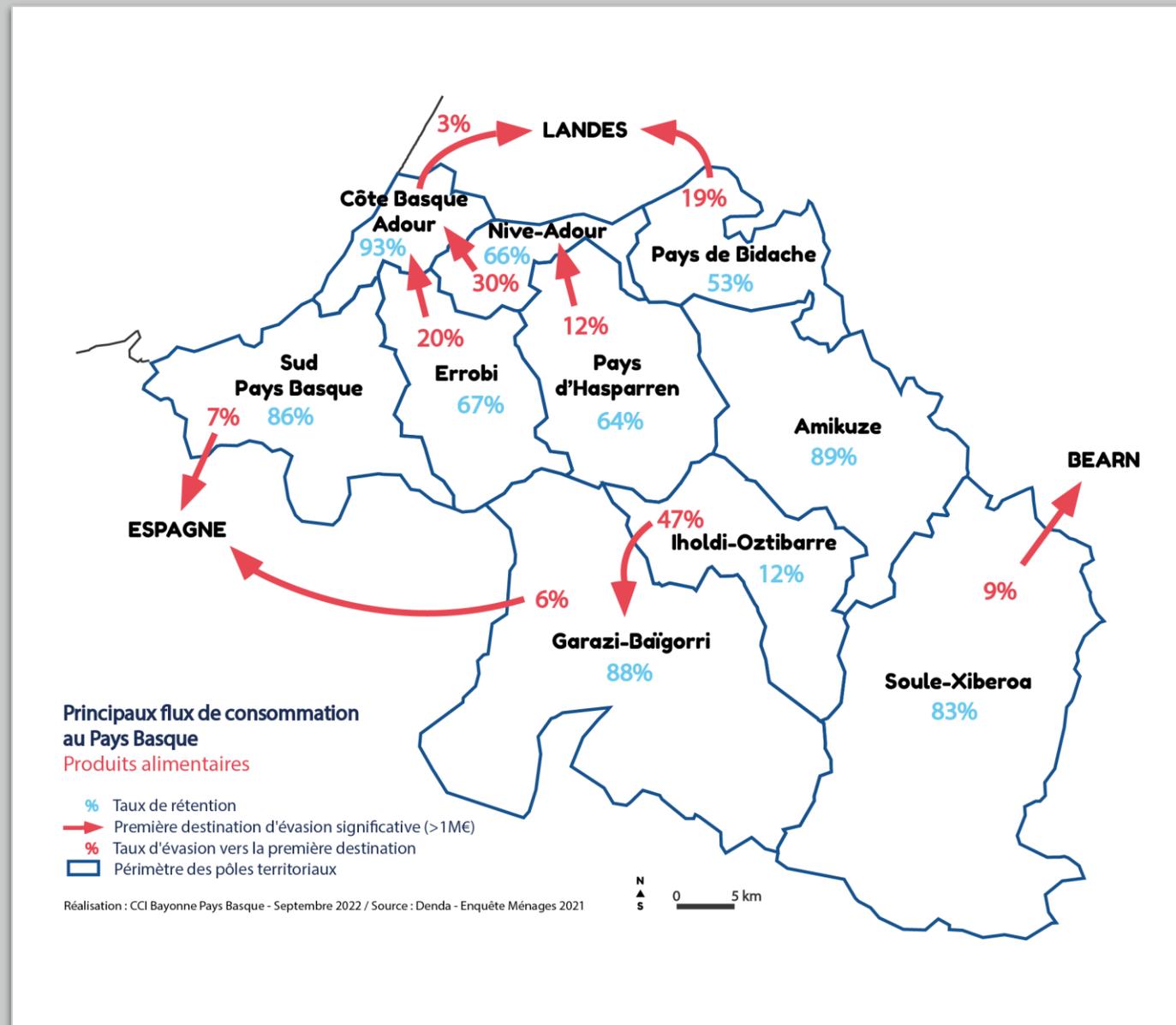
■ Marchés ■ Vente directe ■ Tournées

- Une emprise moyenne des circuit courts de **10% en 2021** contre **11% en 2013**
- ... mais une augmentation des dépenses de **11%**, soit **+4M€**

# Destinations des achats alimentaires

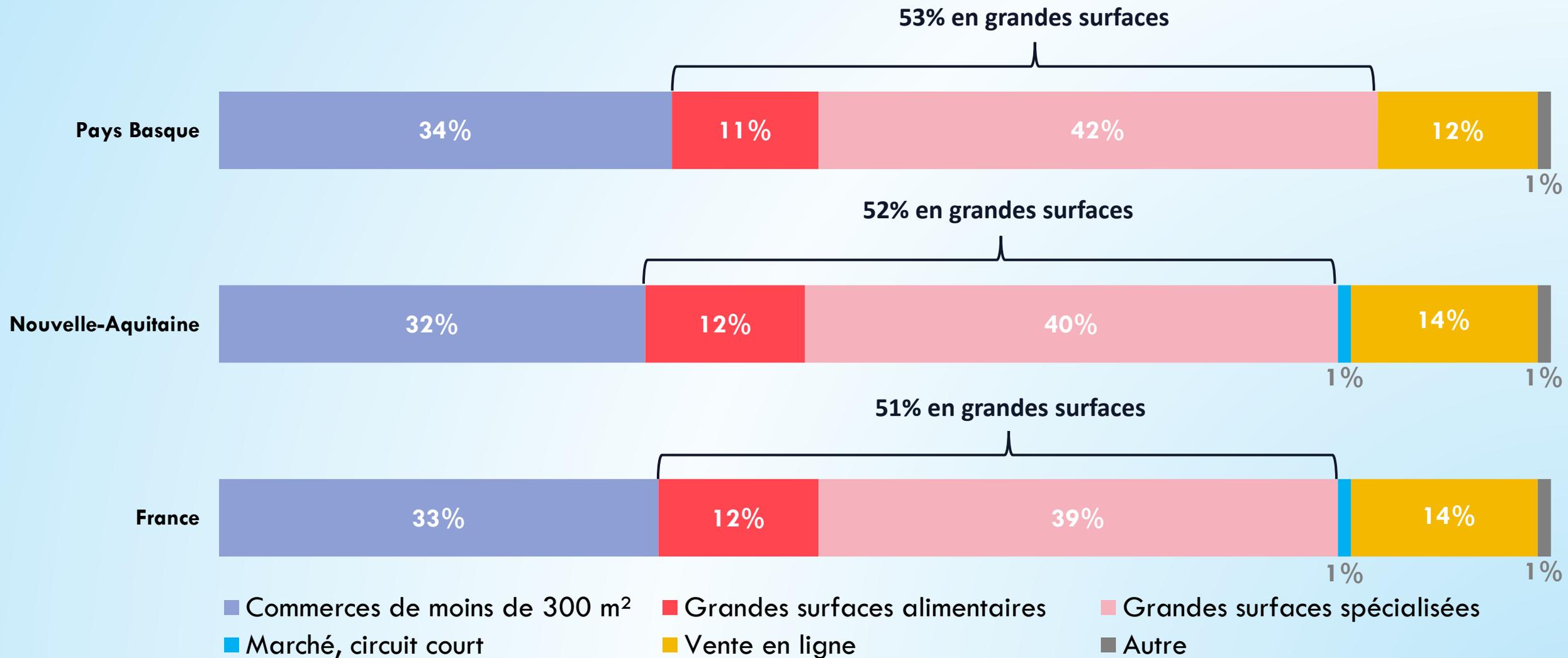


- Les principales destinations d'évasion en produits alimentaires :
  - l'Espagne, dont les commerces captent 4% des dépenses des ménages du Pays Basque
  - les Landes qui en captent 2%



# Circuits de distribution fréquentés

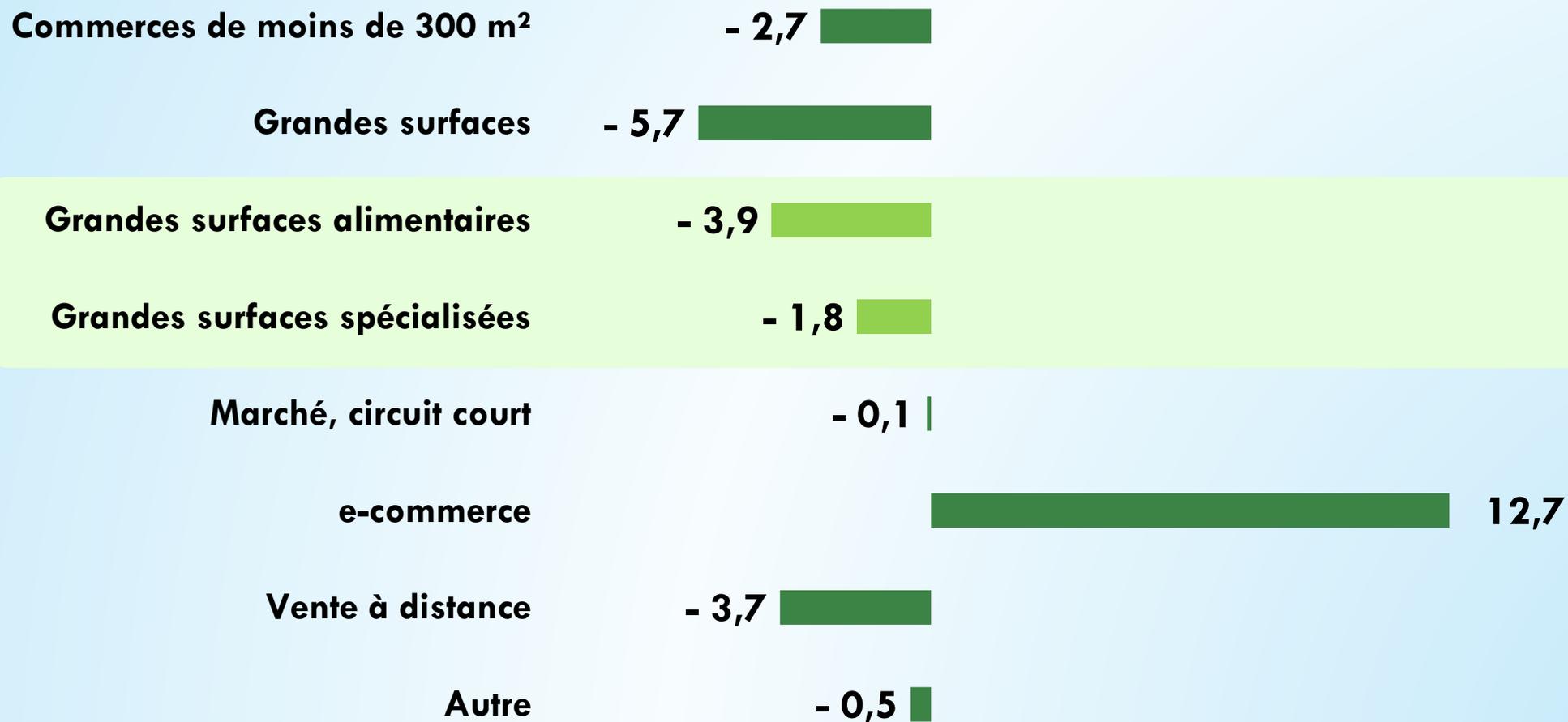
## Produits non alimentaires



# Circuits de distribution fréquentés

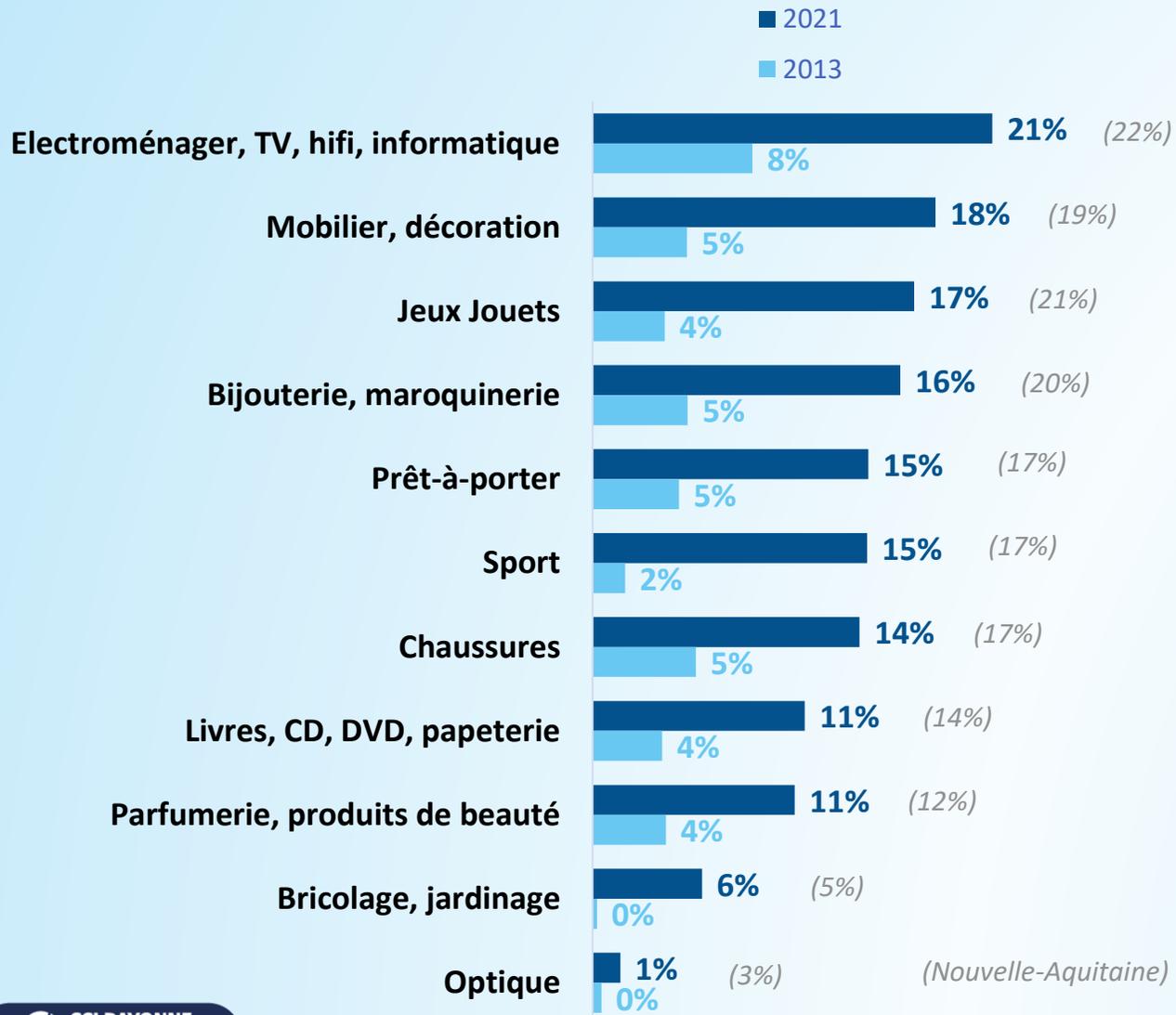
## Produits non alimentaires

### EVOLUTION DES PARTS DE MARCHE DEPUIS 2013



# Zoom : taux de pénétration e-commerce

## Produits non alimentaires

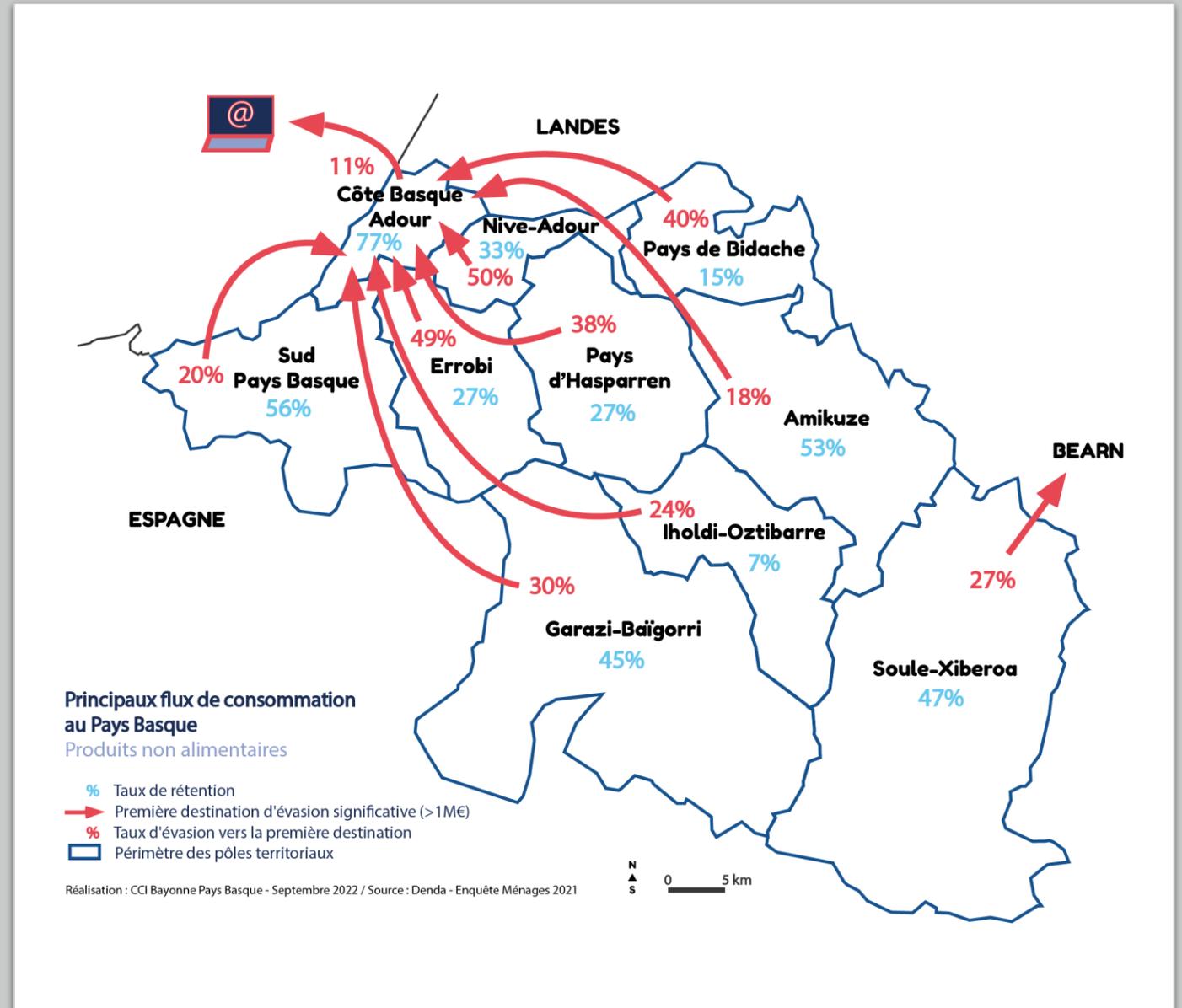


- **12%** de part de marché sur l'ensemble des produits non alimentaires
- Sur le non alimentaire, les dépenses des ménages du Pays Basque sur le e-commerce ont augmenté de **92 M€** depuis 2013 quand les dépenses totales de consommation ont gagné **65 M€**

# Destinations des achats non alimentaires

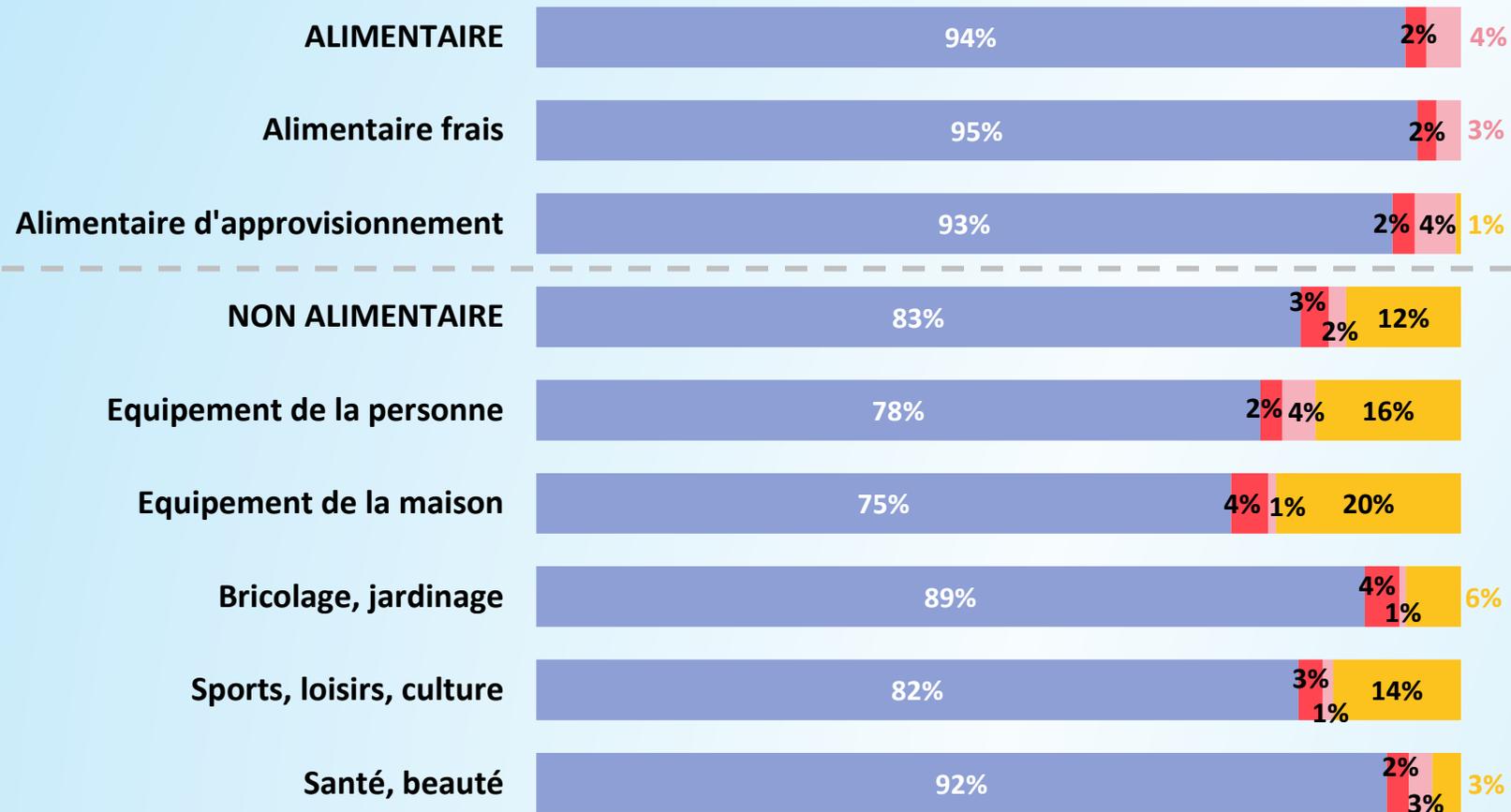


- Les principales destinations d'évasion en produits non alimentaires :
  - le e-commerce, qui capte 12% des dépenses des ménages du Pays Basque
  - l'Espagne dont les commerces en captent 2%
  - les Landes qui en captent 2%



# Part des dépenses réalisées par les ménages au Pays Basque et en dehors du territoire

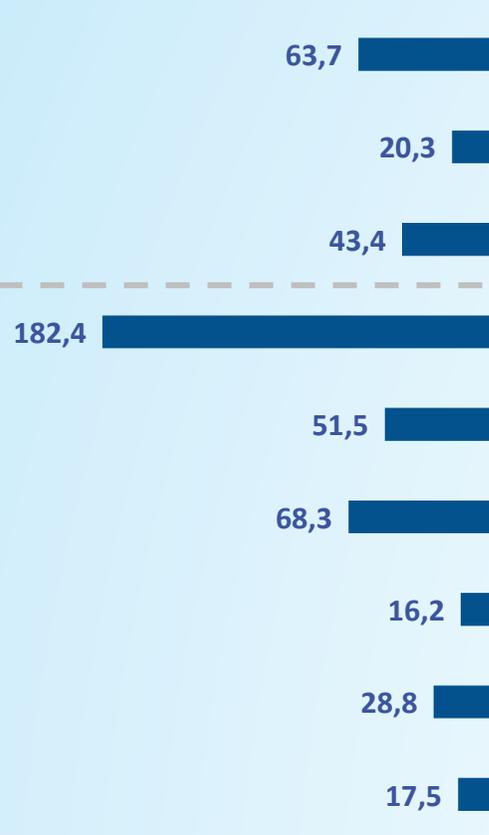
■ Rétention ■ Evasion en Nouvelle-Aquitaine ■ Evasion hors région ■ Vente à distance



- Un taux moyen de rétention de **88%** soit **1794 millions d'€** (taux identique à 2013)
- L'équipement de la maison enregistre le taux d'évasion le plus élevé vers la vente à distance

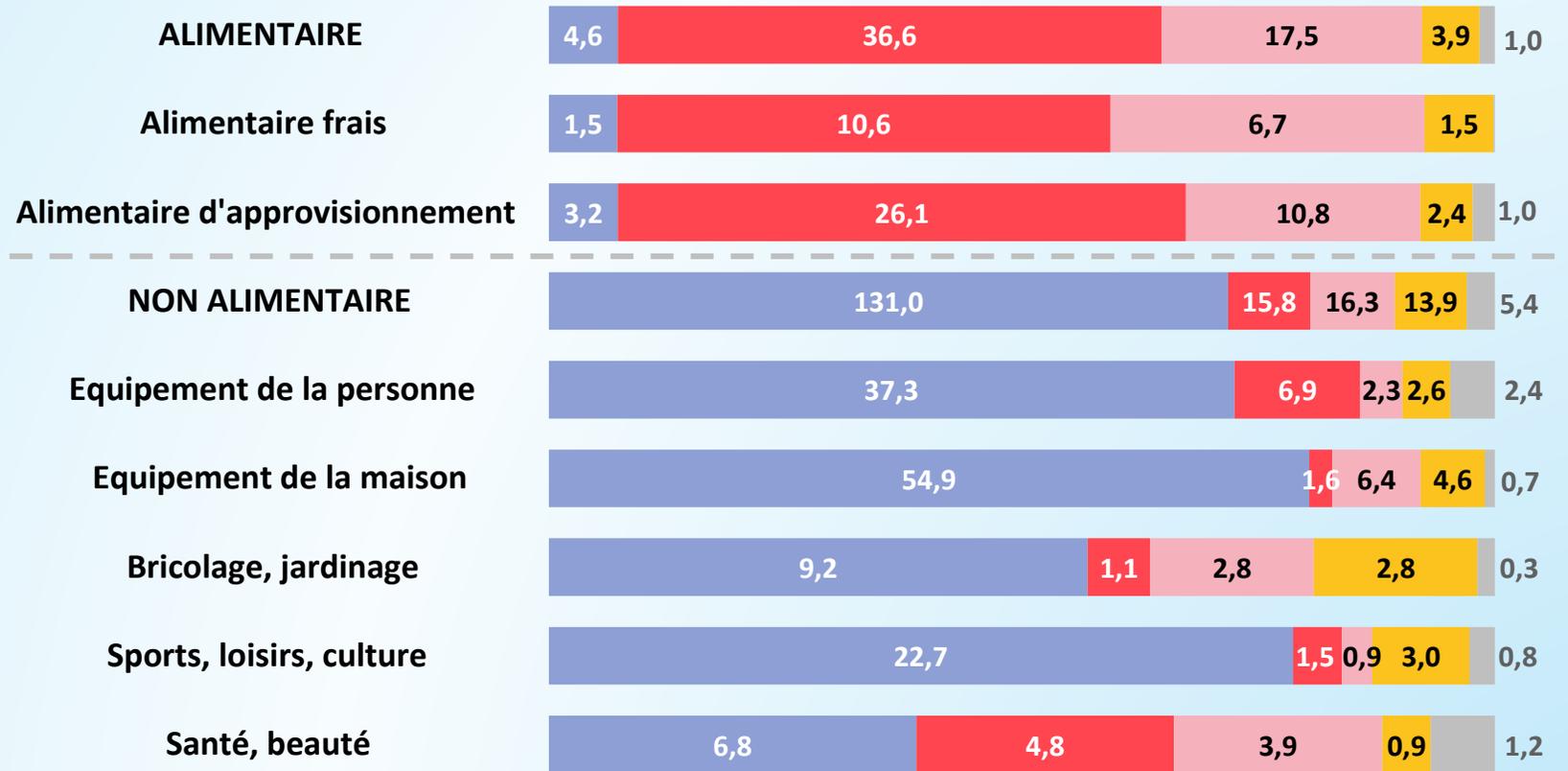
# Principales destinations d'évasion

## EVASION EN M€



## DESTINATIONS D'ÉVASION

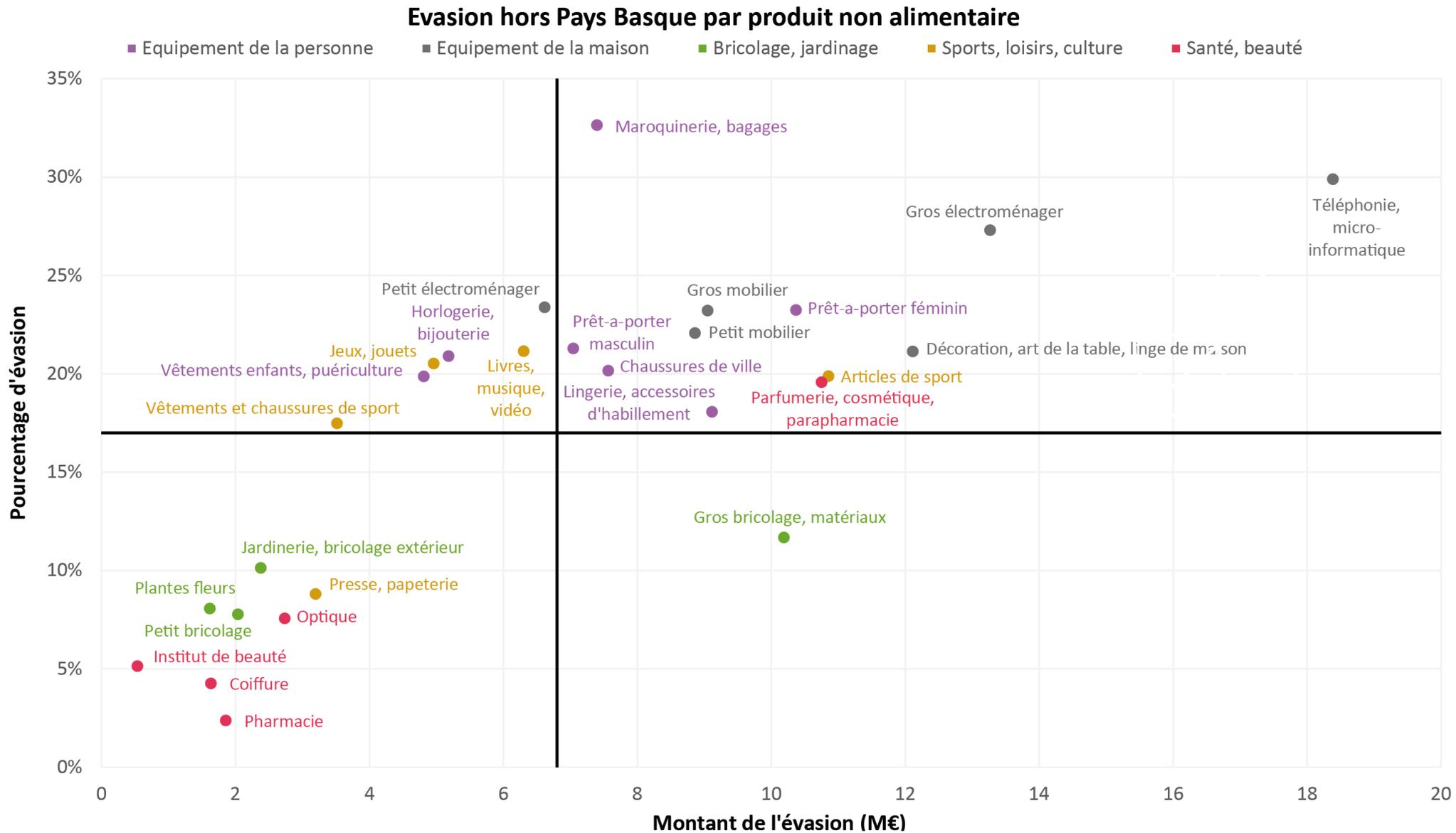
■ Vente en ligne ■ Espagne ■ Landes ■ Béarn ■ Ailleurs



0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

# Evasion par produit non alimentaire

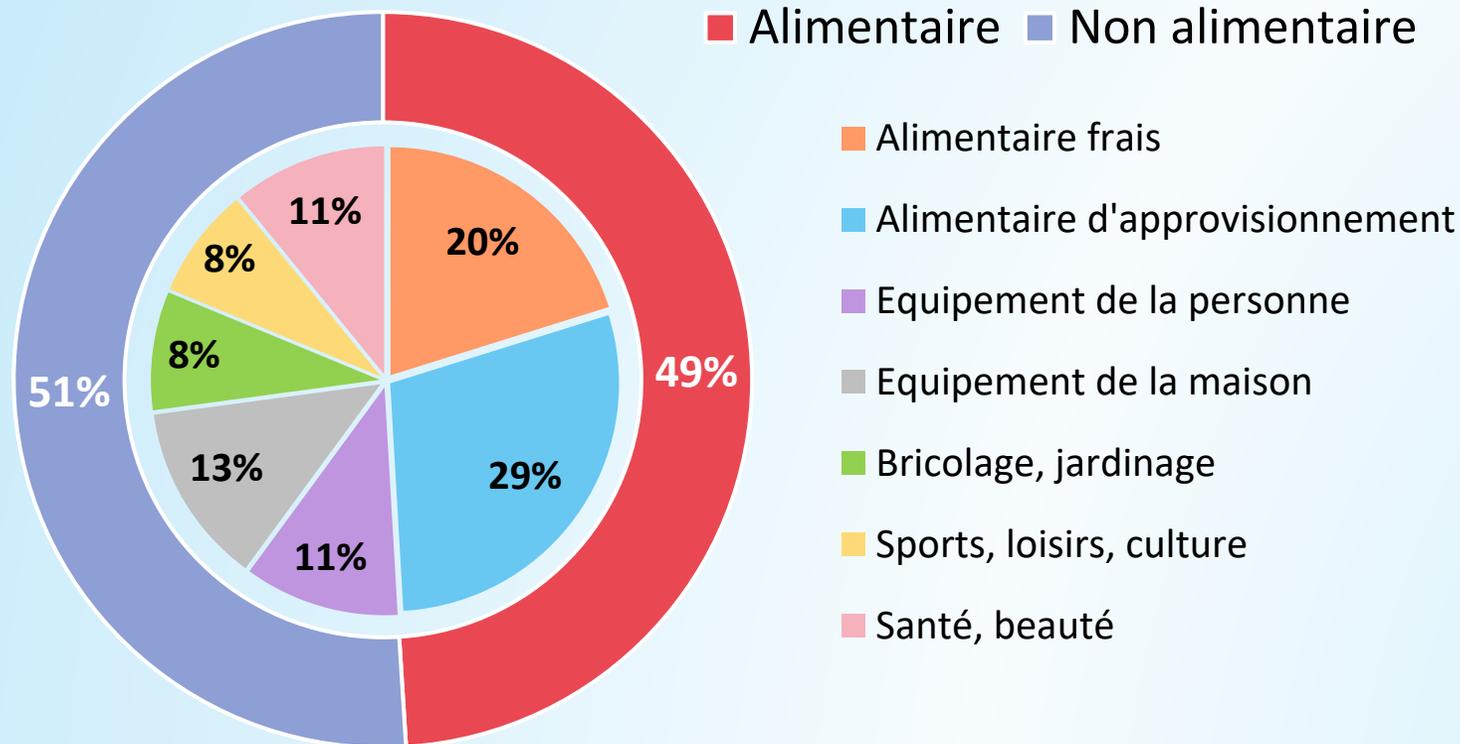
- Le produit **Téléphonie, micro-informatique** connaît la plus grande évasion tant en valeur (18,4 M€) qu'en pourcentage du potentiel de consommation des ménages (29,9%).



# ATTRACTIVITE COMMERCIALE

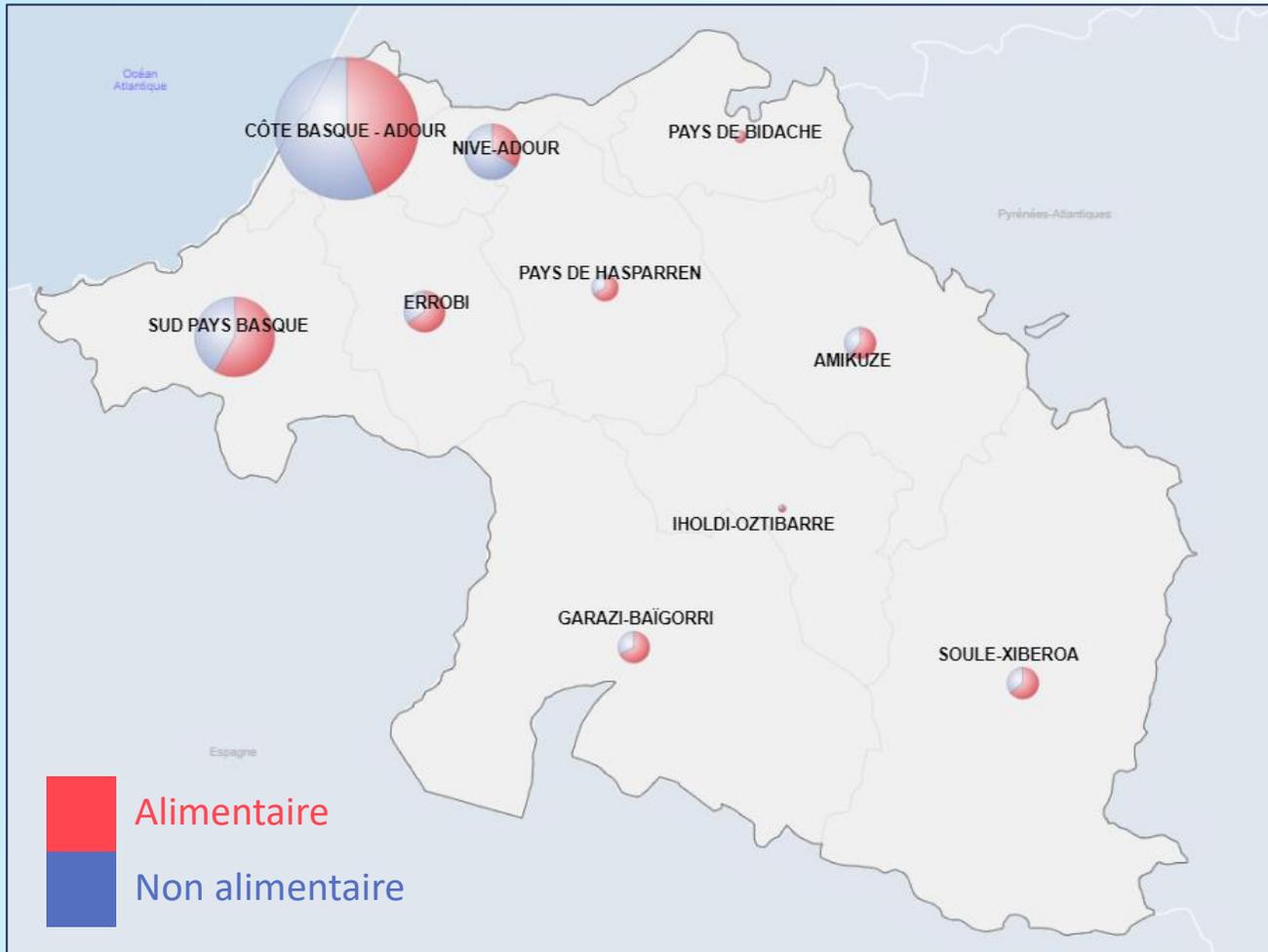


## RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR CATÉGORIE ET FAMILLE DE PRODUITS

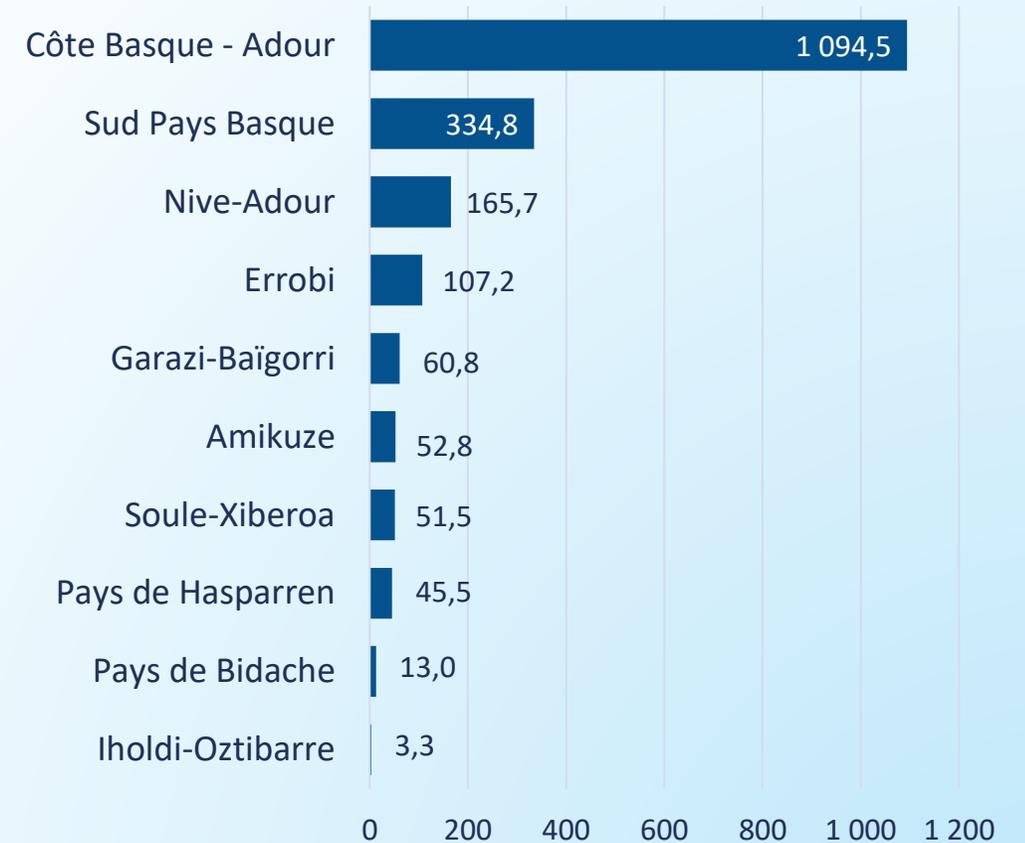


- **1 929 M€** de chiffre d'affaires au Pays Basque
  - 6% du chiffre d'affaires Nouvelle-Aquitaine
  - +13% depuis 2013
- A ajouter à cela **l'apport des clientèles touristiques et transfrontalières**, estimé à **610 M€**, ce qui porterait le chiffre d'affaires des commerces du territoire à **2 539 M€**.

# Chiffre d'affaires des territoires

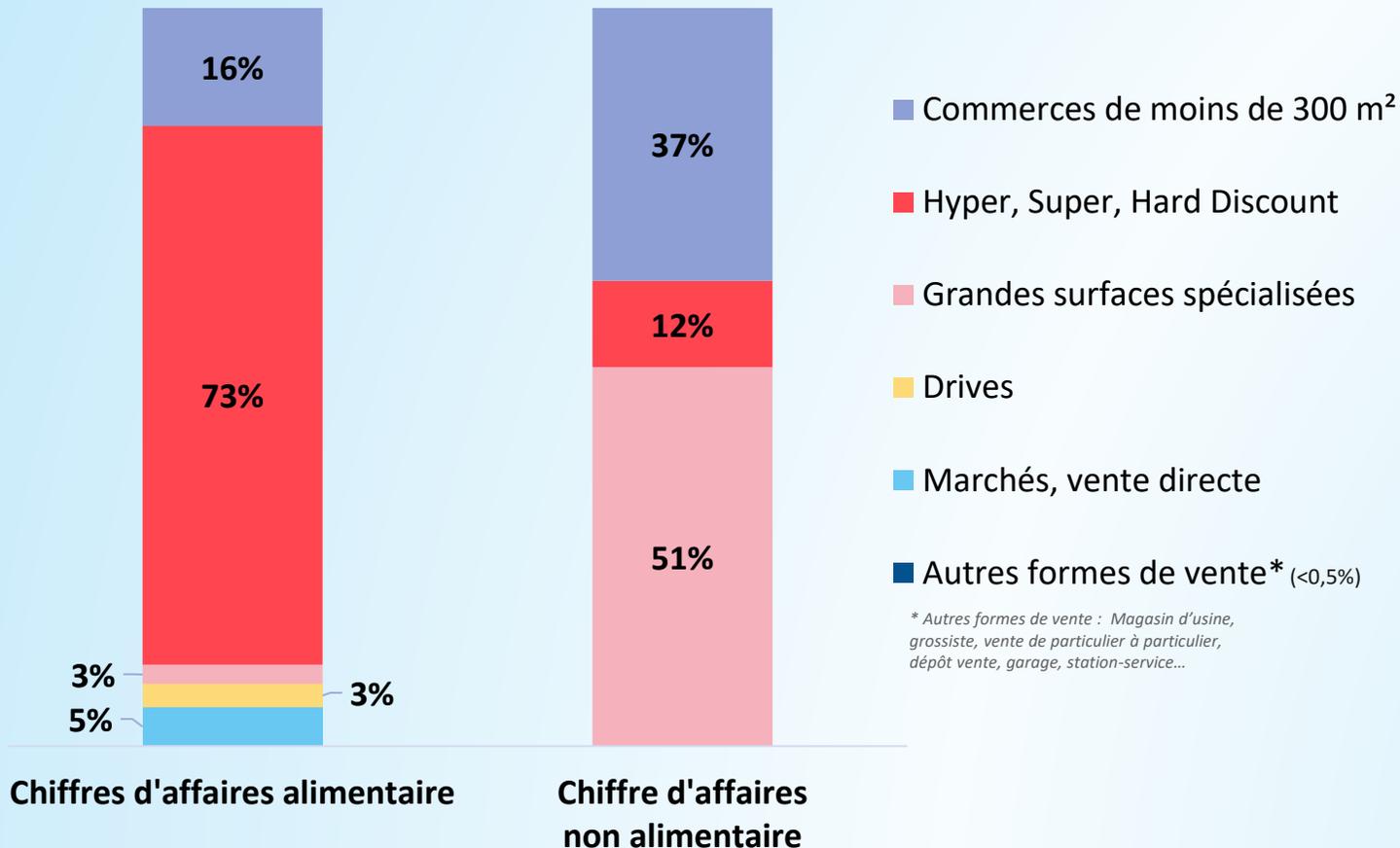


## CA M€ par pôle territorial



# Chiffre d'affaires par forme de vente

## RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR FORME DE VENTE

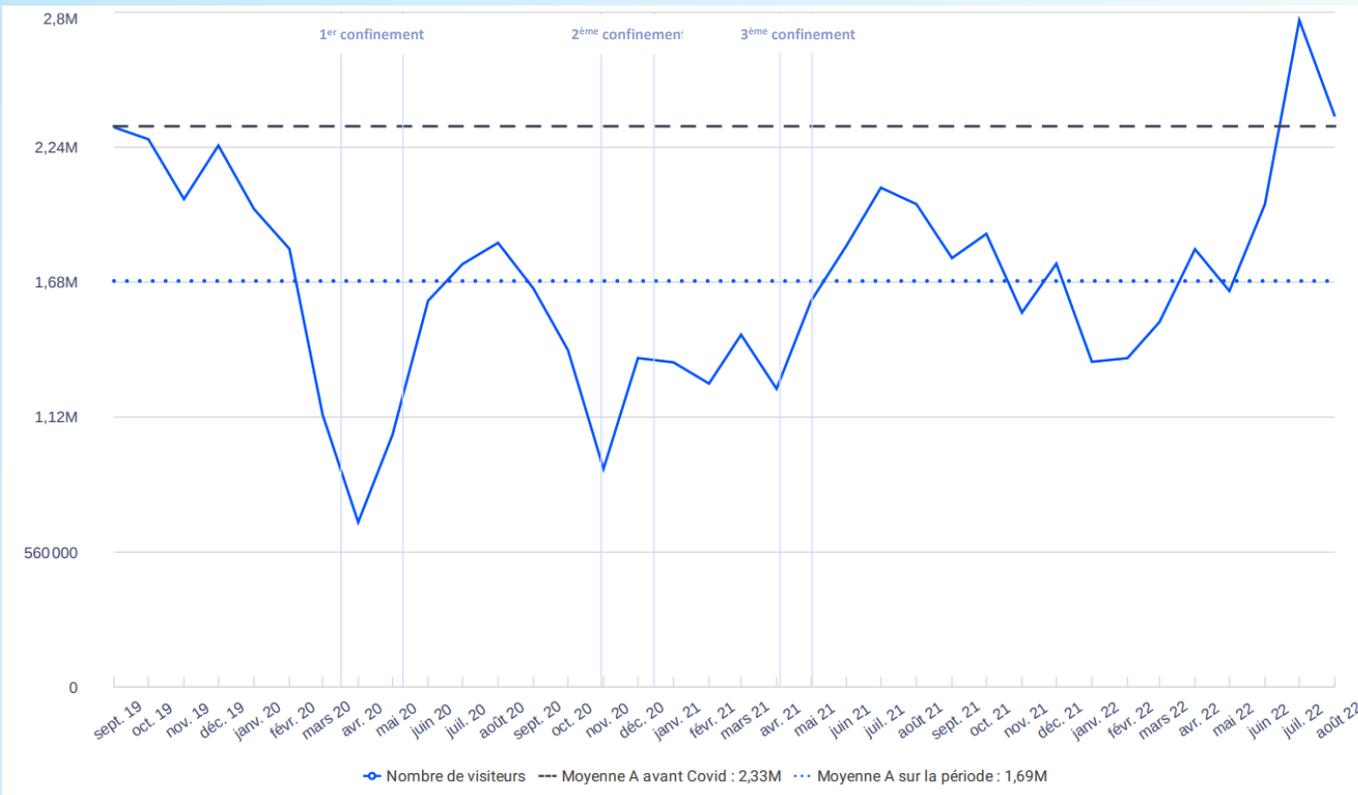


- Entre 2013 et 2021, les **Grandes Surfaces Spécialisées ont gagné de la part de marché** en alimentaire (+1,5pts) et en non alimentaire (+4,5pts) alors que **le format Hard Discount décline (-2,7pts)**.

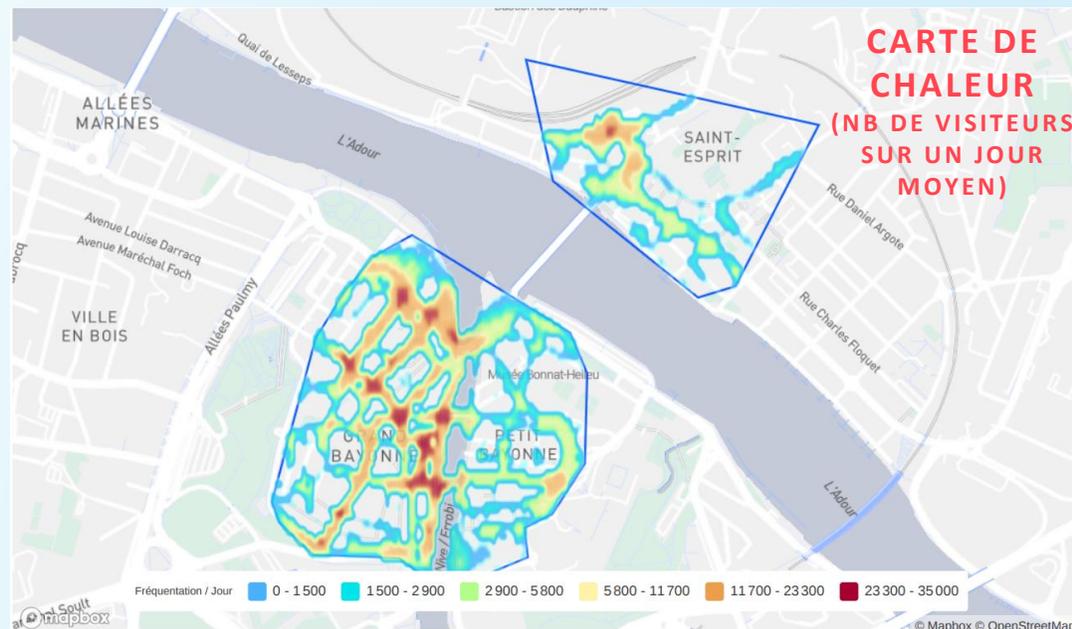
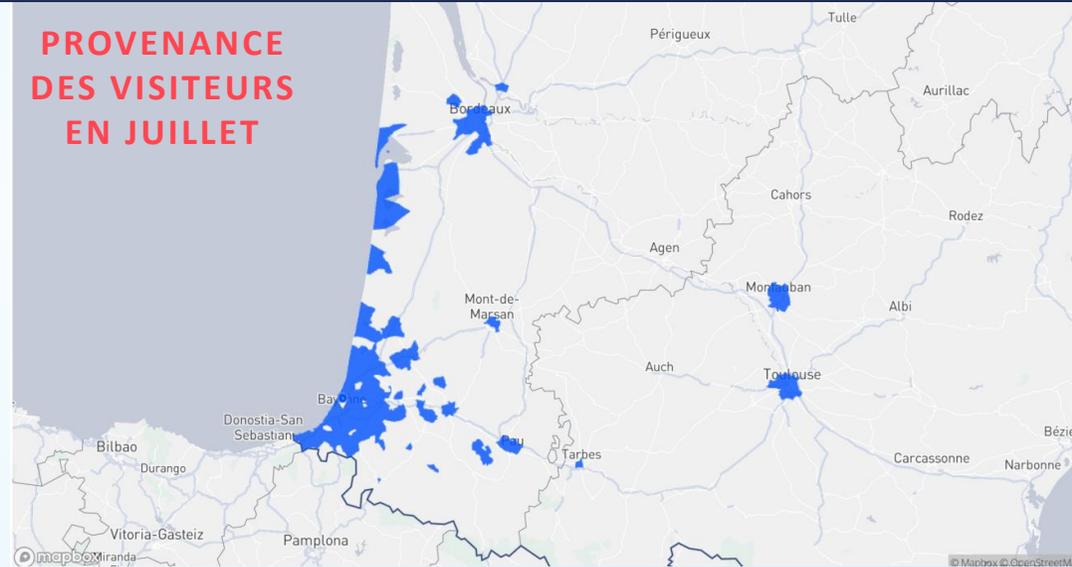
# Fréquentation et comptage piétons



## FREQUENTATION DYNAMIQUE (EVOLUTION SUR 3 ANS)

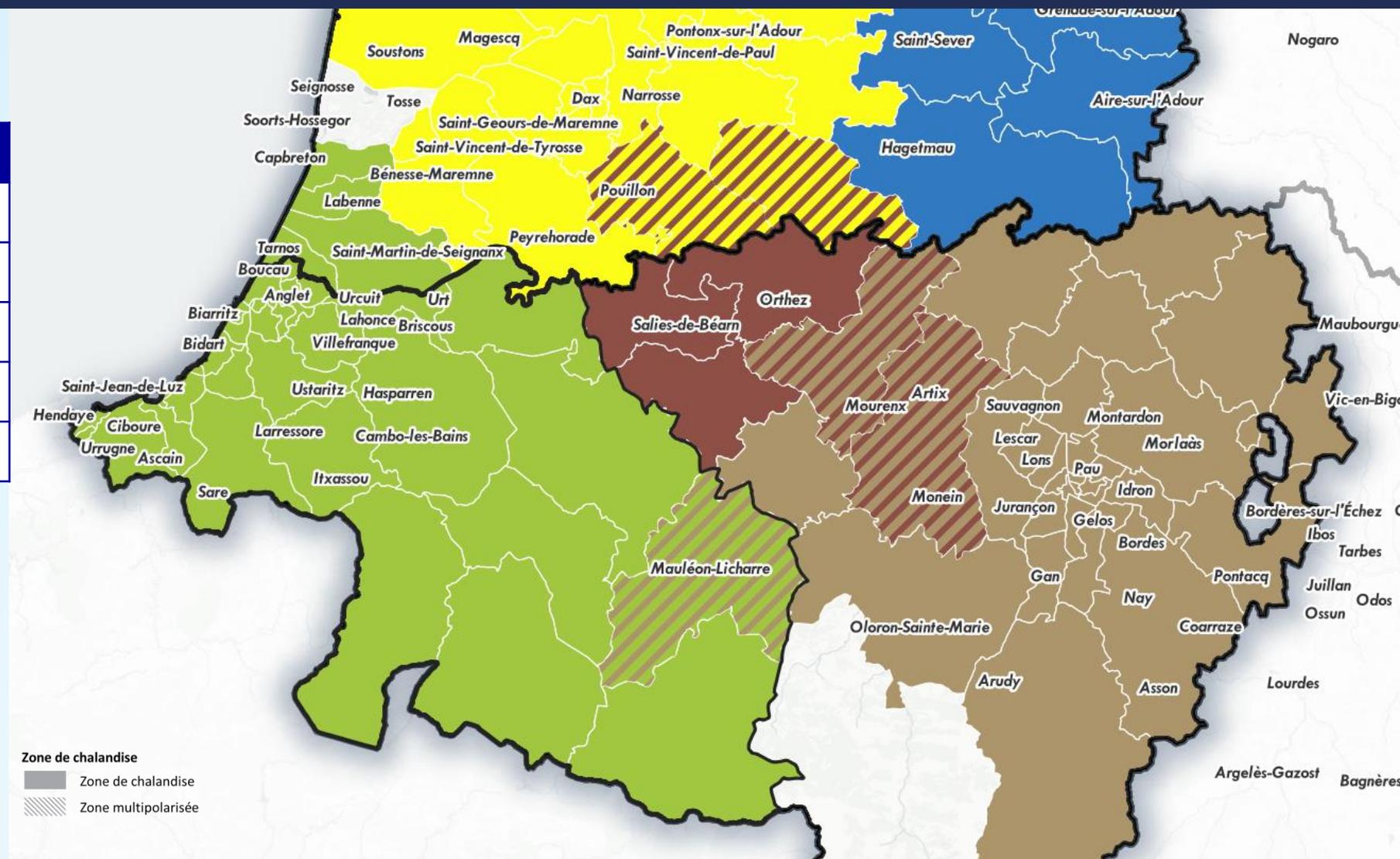


Données issues de l'outil de flux piétons Mytraffic



# Zone de chalandise non alimentaire des principales polarités\*

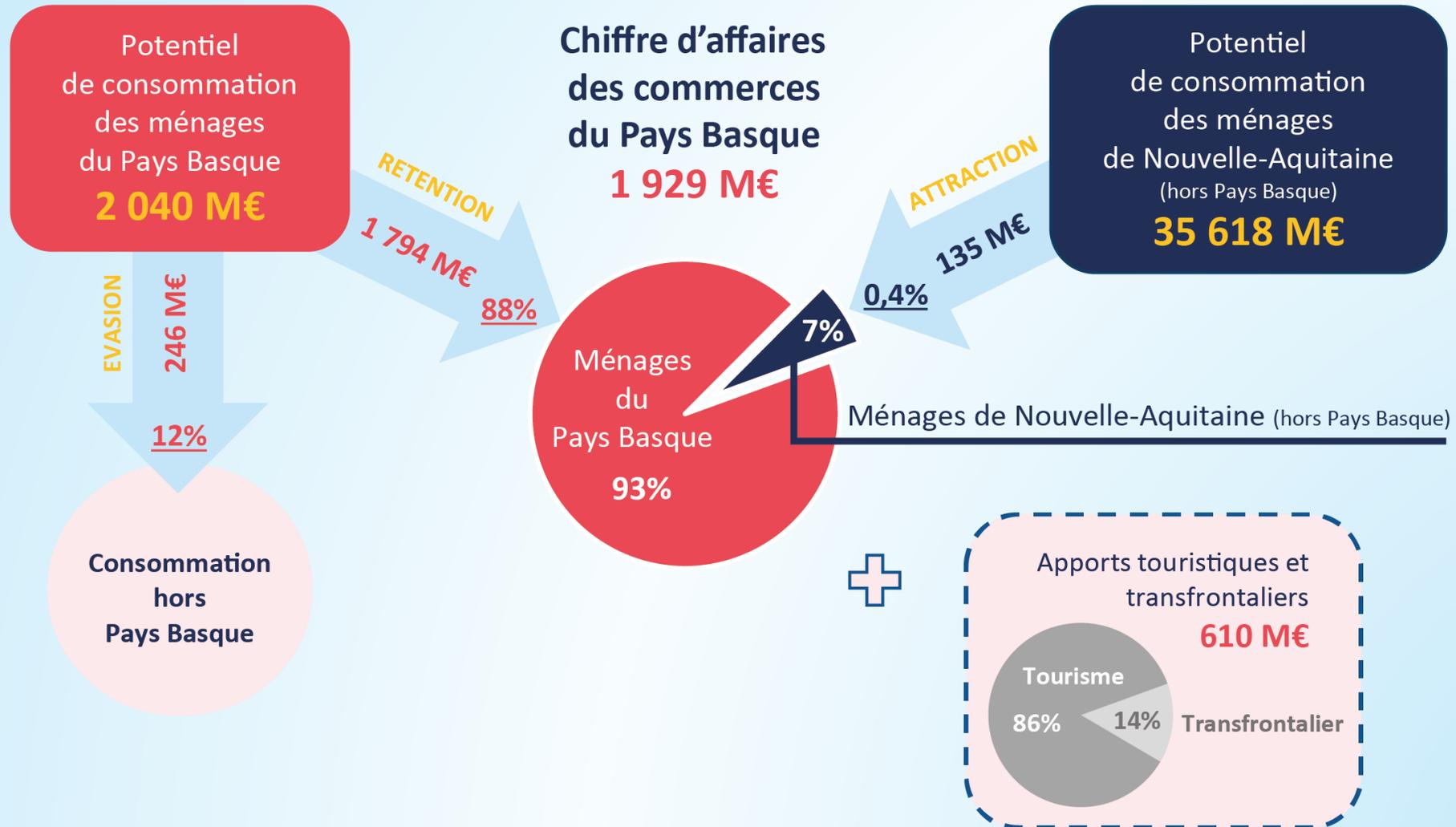
Polarités	Couleur	CA	% de CA	Emprise moyenne	Population
CA Pays Basque		933 M€	95%	77%	370 000
Orthez		99 M€	93%	39%	85 000
Dax		290 M€	94%	52%	180 000
Mont de Marsan		244 M€	97%	56%	140 000
Pau		698 M€	97%	61%	345 000



# EN RESUME



# Flux de consommation locale



# Perspectives et enjeux pour le commerce

## Une perpétuelle adaptation pour rester dynamique :

- **Face à un consommateur versatile**, qui est plus que jamais : informé, influencé-influenceur, zappeur, exigeant, en quête de personnalisation, un pied dans le local un pied dans le global (hyper connecté)...
- **Face à un contexte national & local hyper-mouvant** : situation sanitaire, coût de l'énergie, ruptures d'approvisionnement, inflation, activité saisonnière...
- **Face à des moyens parfois difficiles à mobiliser** : compétences et recrutements, visibilité digitale et boutique en ligne, chiffre d'affaires et trésorerie...

# Pour aller plus loin : la CCI à vos côtés

## DENDA

La CCI vous propose une analyse plus approfondie grâce aux « **fiches-territoires** » disponibles sur les **10 pôles territoriaux du Pays Basque** et à travers les « **fiches-produits** » donnant un éclairage sur chacun des **36 articles de consommation courante**.

Que vous soyez **un créateur, un entrepreneur ou une collectivité locale**, nos conseillers vous apportent un accompagnement sur mesure et calibré selon votre problématique :

- Réunir les éléments clés pour une création d'entreprise réussie
- Identifier les sites d'implantation stratégique
- Se situer dans son environnement concurrentiel
- Comprendre les tendances de consommation des clientèles locales
- Développer son activité en mesurant l'impact des clientèles touristiques et frontalières
- Connaître l'offre marchande de son territoire
- Déployer une stratégie de développement de son centre-ville ou bourg
- Réduire la vacance commerciale par le soutien à l'installation d'un commerçant
- Elaborer son document d'urbanisme ou de planification (PLU, DAC, SCoT)
- Engager une opération urbaine ou rurale