Insee
Mesurer pour comprendre
La Réunion-Mayotte

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Saint-Denis, le 26 novembre 2020

LIEUX D'ACHATS À LA RÉUNION EN 2017

LA GRANDE DISTRIBUTION ALIMENTAIRE DOMINE TOUJOURS LE MARCHÉ, MAIS UN PEU MOINS QU'AVANT

En 2017, les Réunionnais effectuent 77 % de leurs achats alimentaires en grandes surfaces. C'est davantage qu'aux Antilles ou qu'en métropole, bien que ces établissements soient bien moins implantés à La Réunion. Cependant, la part de marché des grandes surfaces recule par rapport à 2006 (81 %). La clientèle des grandes surfaces est plus large encore qu'en métropole, les ménages aisés les fréquentant davantage. Les plus jeunes et les familles avec enfant(s) y effectuent aussi plus fréquemment leurs achats, comparativement aux plus âgés, aux personnes seules ou couples sans enfant. Les grandes surfaces détiennent des quasi-monopoles sur certains produits, comme les produits laitiers et œufs ou le riz, pâtes et céréales. Mais c'est la viande qui pèse le plus dans les achats alimentaires en grandes surfaces. Les magasins alimentaires spécialisés peinent encore à trouver leur clientèle à La Réunion, ne détenant que 10 % des parts de marché de l'alimentaire en 2017. Concernant les biens non alimentaires, les Réunionnais effectuent les trois quarts de leurs achats en produits utilisés au quotidien pour l'hygiène et l'entretien en grandes surfaces alimentaires.

Les ménages réunionnais privilégient les grandes surfaces alimentaires pour faire leurs courses alimentaires, qui pèsent pour 17 % dans leur budget de consommation en 2017 (330 euros par mois). Ils y achètent 77 % de leurs produits alimentaires, soit davantage qu'en métropole ou qu'aux Antilles (69 %). Les établissements de la grande distribution alimentaire sont pourtant nettement moins implantés à La Réunion qu'en métropole.

Des grandes surfaces à la clientèle plus large qu'en métropole

Quel que soit leur niveau de vie, les Réunionnais privilégient largement les grandes surfaces. Ainsi, les ménages les plus modestes y effectuent 79 % de leurs achats alimentaires ; c'est à peine moins pour les ménages aux revenus supérieurs (76 %). En métropole, les ménages les plus modestes achètent bien plus souvent leurs denrées alimentaires dans les grandes surfaces que les ménages les plus aisés (74 % contre 64 %).

Certains produits sont vendus quasi exclusivement en grandes surfaces

La prédominance des grandes surfaces alimentaires à La Réunion s'explique en partie par le fait qu'elles détiennent un quasi-monopole sur certains produits. En particulier, leur part de marché dépasse 90 % pour le lait, produits à base de lait (yaourts, fromage, etc.) et œufs, les céréales et produits à base de céréales (riz, pâtes, farine, etc.), ainsi que pour les bières et spiritueux.

La part de marché des grandes surfaces à La Réunion est supérieure à celle de la métropole sur quasiment tous les groupes de produits alimentaires.

Les parts de marché de certains magasins spécialisés progressent

Les achats alimentaires en magasins spécialisés restent peu fréquents à La Réunion : seules 10 % des courses y sont effectuées, comme aux Antilles, une part très en deçà de celle de la métropole (16 %).

Certains magasins spécialisés tirent néanmoins leur épingle du jeu sur l'île, comme les cavistes, les boucheries-charcuteries ou les boutiques de café ou de thé.

Les fruits et légumes sont quant à eux davantage achetés chez les primeurs et sur les marchés qu'en métropole.

Enfin, si les dépenses en magasins bio ou diététiques progressent depuis 2011, elles restent toutefois marginales (0,5 % des dépenses alimentaires).

Service presse de l'Insee La Réunion-Mayotte
0692 448 358 – inseeoi-communication@insee.fr
@InseeOI

Lieux d'achats à La Réunion en 2017

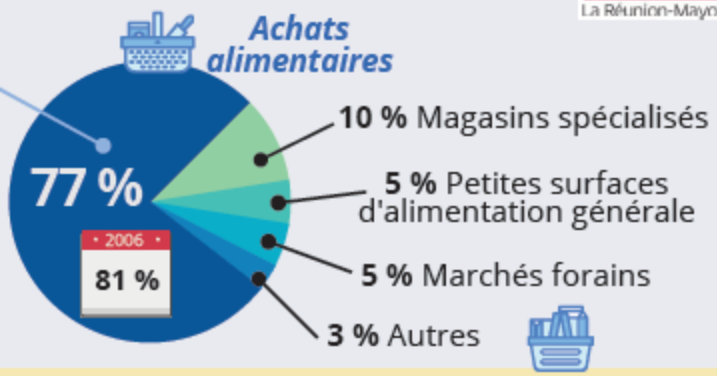
Insee
Mesurer pour comprendre
La Réunion-Mayotte

La grande distribution alimentaire domine

Grandes surfaces

69 % Métropole

69 % Antilles

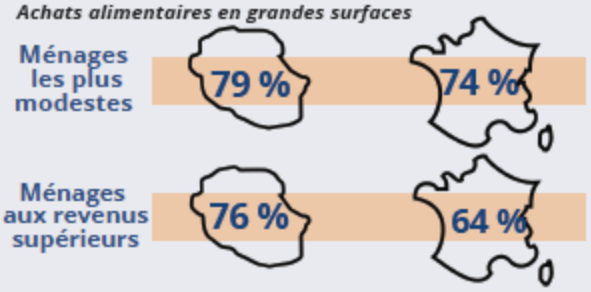


2,0 Hypermarchés pour **100 000** habitants — **3,3**

9 Supermarchés pour **100 000** habitants — **16**

Une clientèle plus large qu'en métropole

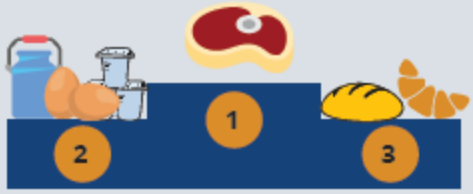
Achats alimentaires en grandes surfaces



Quasi monopole sur certains produits

+ de 90 % achetés en grandes surfaces

Top 3 des produits contribuant au chiffre d'affaires



Fruits et légumes

Marchés **30 %** des achats

Primeurs **16 %**

Des magasins alimentaires **spécialisés** en développement

Le non-alimentaire acheté en grandes surfaces

3/4 des produits d'hygiène et d'entretien

30 % Informatique

23 % Audiovisuel

15% Electroménager