



# Enquête auprès des consommateurs résidents et des actifs de la commune de Couëron

*20 Janvier 2020*

*Présentation aux commerçants*

# Méthodologie de l'enquête auprès des résidents de la commune de Couëron



Une enquête réalisée sur les habitants de la commune de Couëron au mois de juillet-août 2019 afin de mieux comprendre leurs habitudes de consommation, leurs besoins et leurs attentes en matière de commerces de proximité.



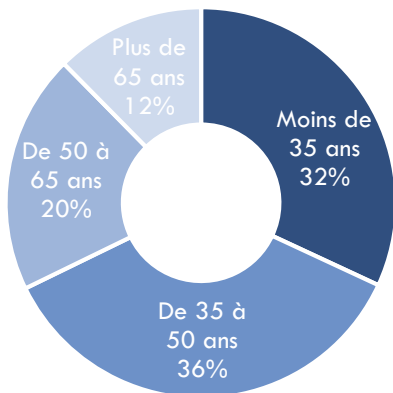
Le but de cette enquête est de définir la stratégie commerciale qui vise à conforter et renforcer l'offre de proximité en cœur de bourg et de quartier.



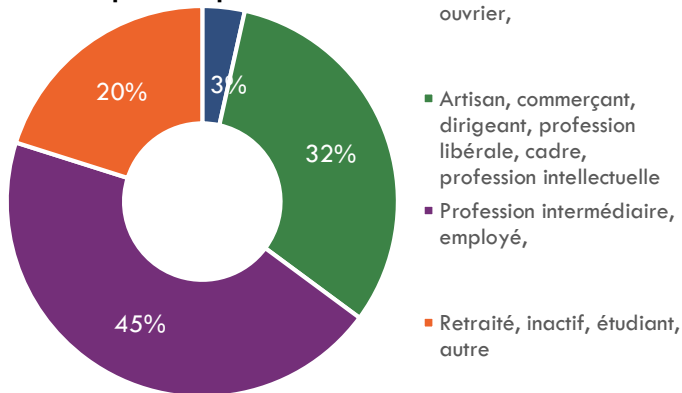
687 personnes ont été interrogées pour cette enquête soit 5% de la population de plus de 20 ans.

Un taux de participation élevé qui montre l'intérêt des habitants pour cette problématique (habituellement 300 réponses pour ce type d'enquête sur des territoires similaires).

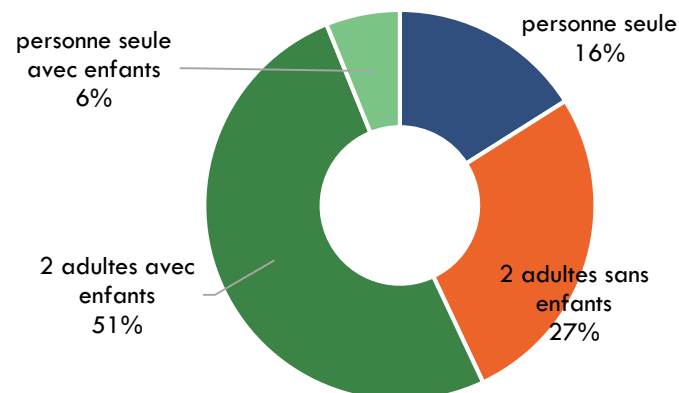
Répartition par âge



Répartition par CSP



Répartition par type de ménage





*Enquête auprès des consommateurs résidents*

**Connaissance et fréquentation de l'offre commerciale sur  
Couëron**

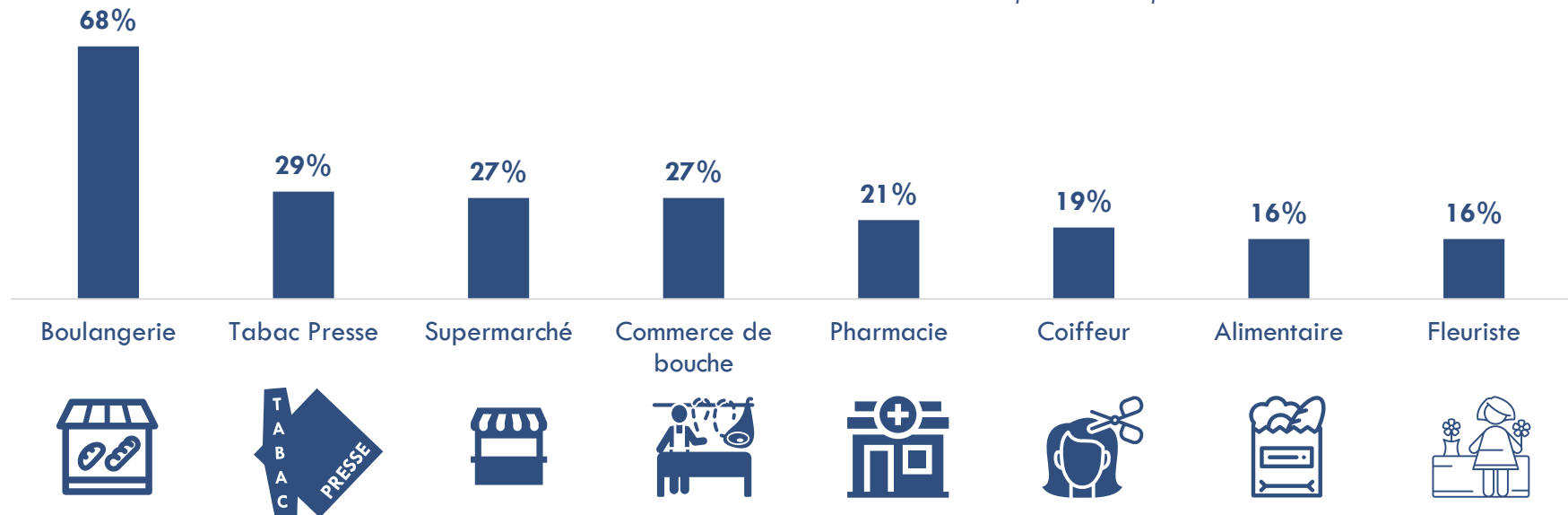


**9 habitants sur 10** connaissent l'offre commerciale sur la commune de Couëron



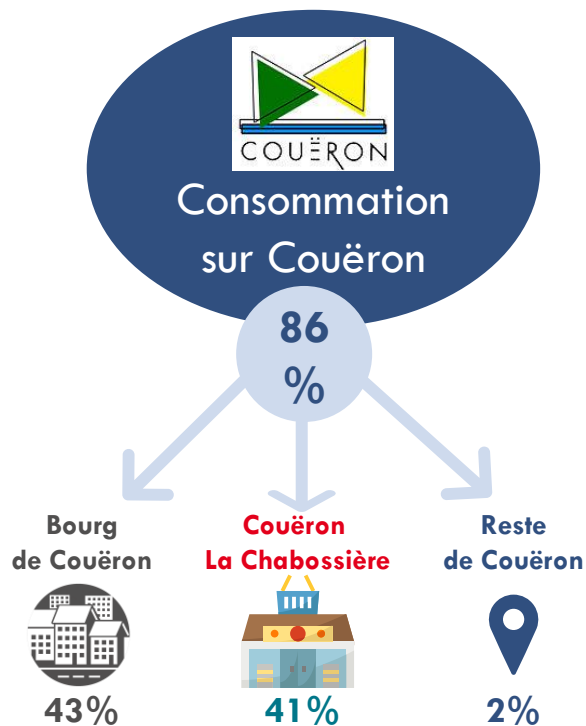
## Le Top\* des commerces fréquentés sur la commune de Couëron

*\* Commerces cités avec plus de 100 réponses*



Base de 584 réponses

# € Potentiel de consommation des produits du quotidien des habitants de Couëron : 23 M€



Les destinations de consommation hors de la commune de Couëron :

14 %



Commune de Saint-Herblain 7%



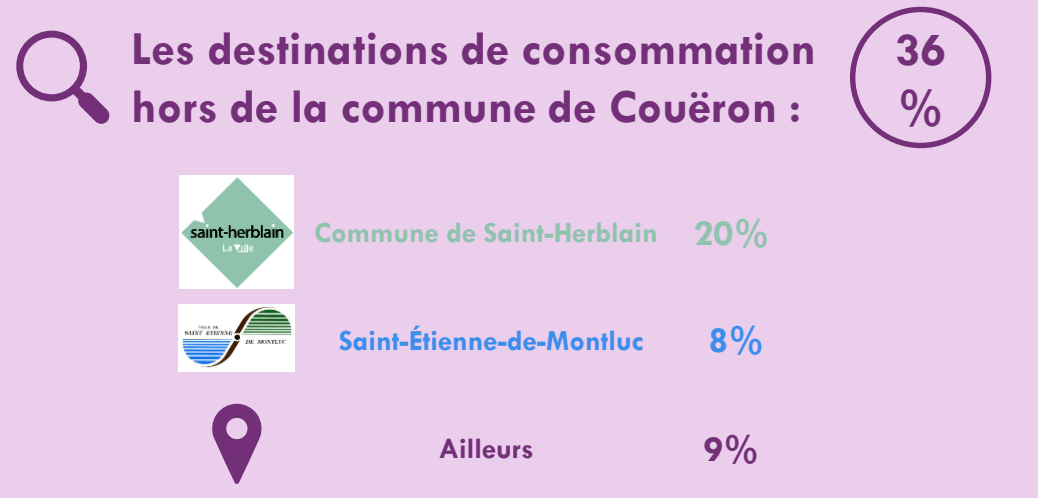
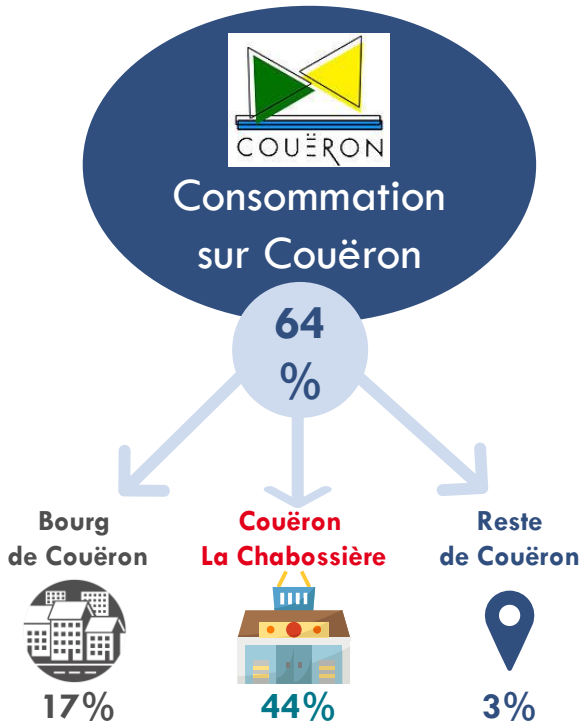
Ailleurs 7%

Profil d'habitants atypique : les classes moyennes consomment beaucoup plus sur la zone de la Chabossière contrairement aux retraités qui consomment plus sur le bourg.



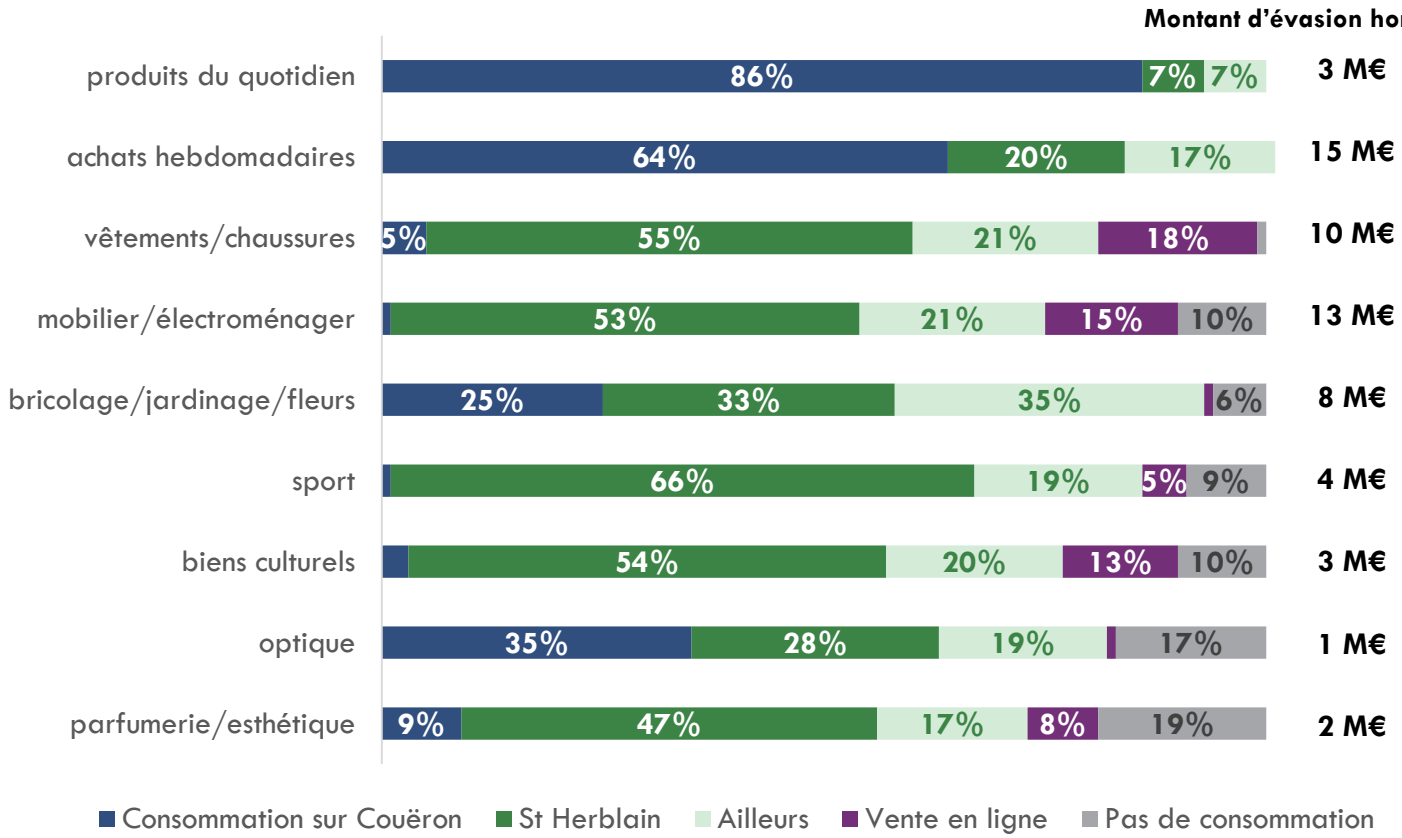
Base de 686 réponses

## € Potentiel de consommation des achats hebdomadaires des habitants de Couëron : 41 M€



*Profil d'habitants atypique : les plus de 65 ans consomment davantage sur le bourg.  
Ce sont surtout les familles jeunes des classes aisées qui font leurs achats hebdomadaires sur Saint-Herblain.*

# Synthèse des lieux de consommation des Couëronnais

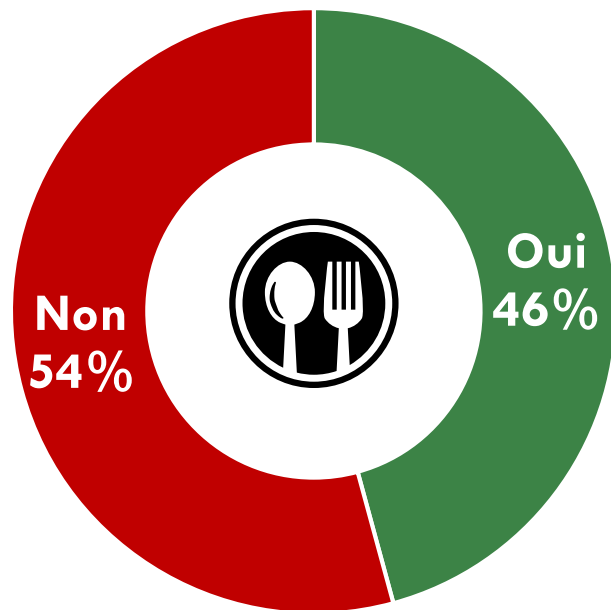


**Des achats en non alimentaires influencés par les liaisons pendulaires vers Nantes sur la commune de St Herblain mais très limités pour les achats alimentaires**

**Une influence d'Internet très marquée pour les produits de vêtements/chaussures, mobilier/électroménager et biens culturels**

**Même tendance qu'au niveau national**

## Fréquentation des restaurants couëronnais par les habitants :



**54%** des répondants déclarent ne pas fréquenter les restaurants de la ville



*Les familles de classes aisées fréquentent plus les restaurants de la ville contrairement aux jeunes des classes populaires*

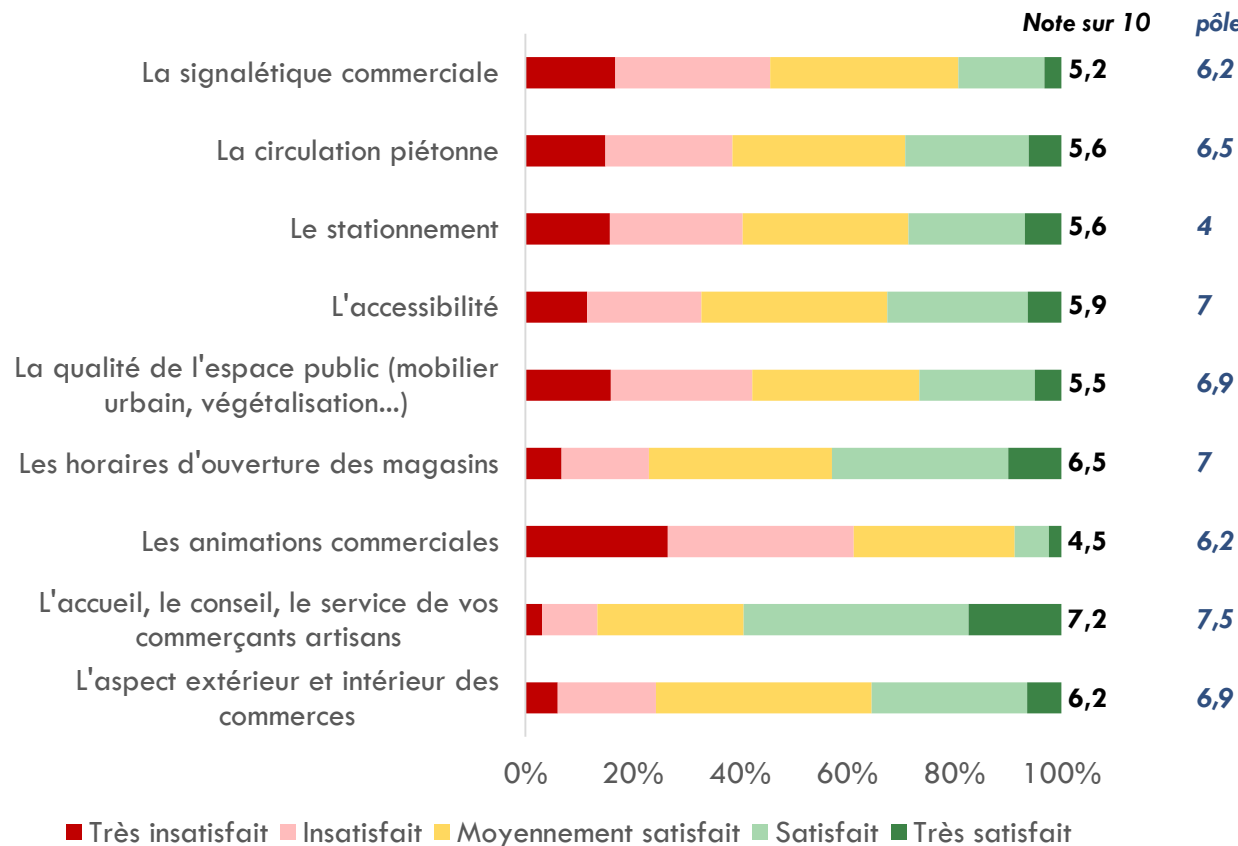




*Enquête auprès des consommateurs résidents*

**Niveaux de satisfaction**

# Niveau de satisfaction du bourg de Couëron



pôles similaires

6,2



Seul l'accueil des commerçants est satisfaisant pour plus de la moitié des clients 👍

6,5



Peu de personnes sont insatisfaites des horaires d'ouverture des magasins 👍

7



Les animations commerciales sont très critiquées par les clients 🙄

6,9



Le stationnement et l'accessibilité sont plutôt bien notés par rapport à des bourgs similaires 🤝

6,2

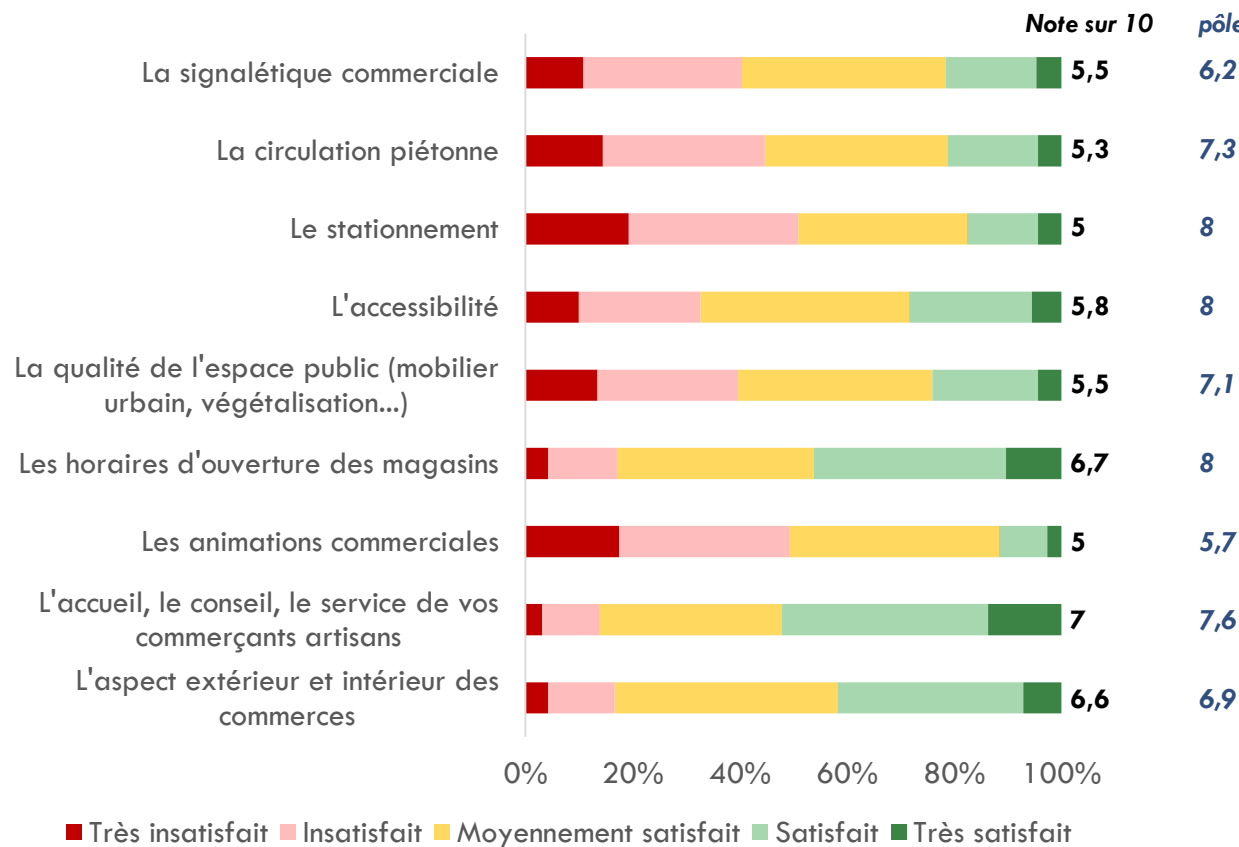


Les jeunes ne sont pas satisfaits des horaires d'ouverture mais sont plus satisfaits de la signalétique commerciale. Au contraire des plus de 50 ans qui ne sont pas satisfaits de la signalétique et surtout de l'accueil des commerçants

6,9

Base de 686 réponses

# Niveau de satisfaction de la zone Chabossière



Peu de changements de notation par rapport au bourg : on retrouve les mêmes points positifs et négatifs 🙌



Le stationnement est très mal noté pour une zone de périphérie par rapport à des moyennes habituelles 📉



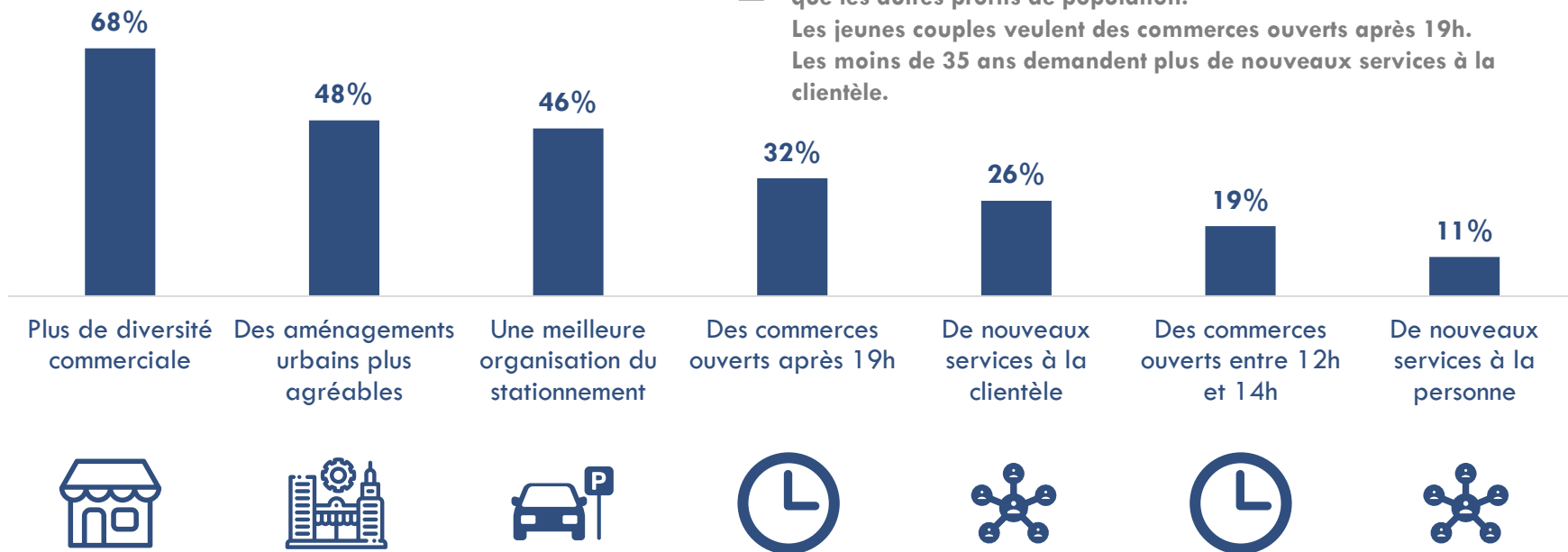
L'aspect extérieur et intérieur des commerces est beaucoup mieux noté que pour le bourg 👍



Les plus de 65 ans et les classes aisées sont encore moins satisfaits du stationnement que les autres. Les jeunes sont plus satisfaits de la circulation piétonne et de la signalétique



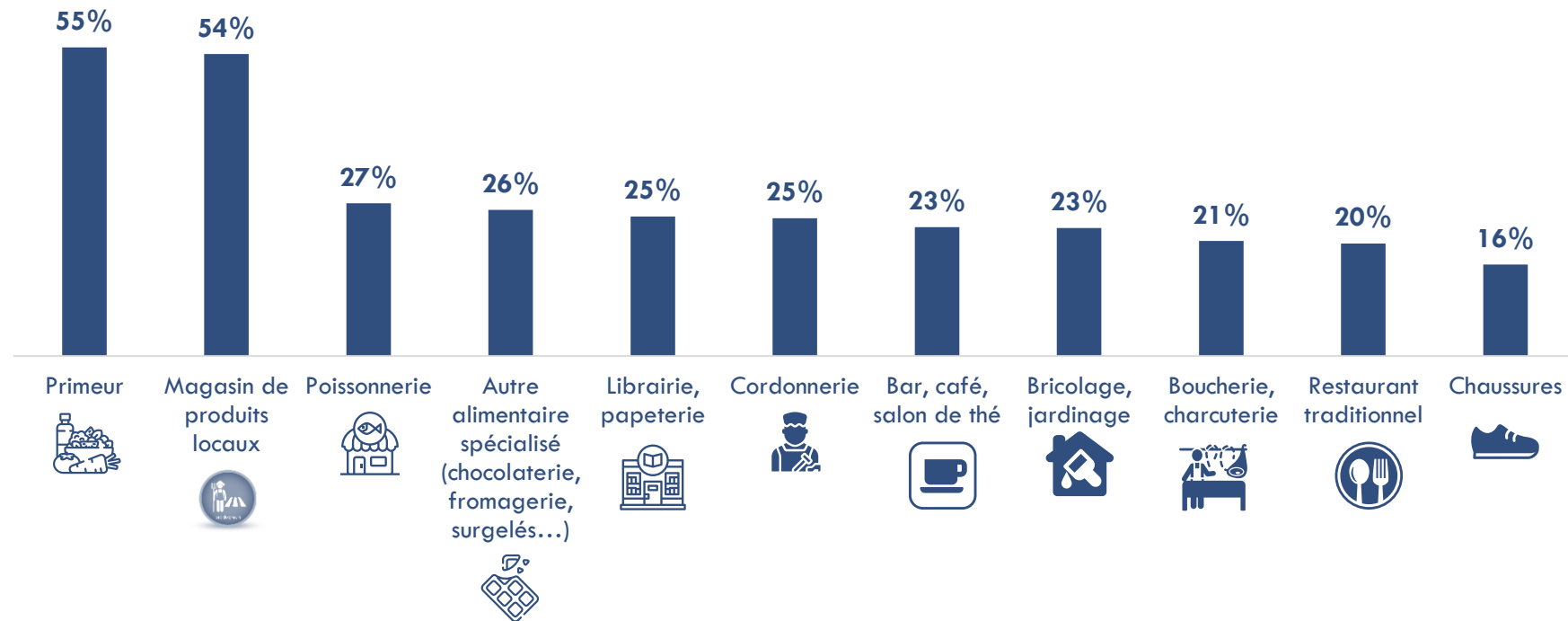
## Le Top des attentes des Couëronnais pour améliorer le fonctionnement commercial de leur commune :





## Le Top\* des commerces ou services manquants sur la commune de Couëron selon les habitants :

\* Produits cités avec plus de 100 réponses





*Enquête auprès des consommateurs résidents*

**Fréquentation des pôles extérieurs**

# Les achats effectués à l'extérieur de la commune de Couëron



## 1<sup>er</sup> pôle de destination d'achat

### Atlantis

Route de Vannes

Centre-ville  
de Nantes

2

1

3

9  
%

77  
%

7  
%



## 2<sup>ème</sup> pôle de destination d'achat

### Route de Vannes

Atlantis

Centre-ville  
de Nantes

2

1

3

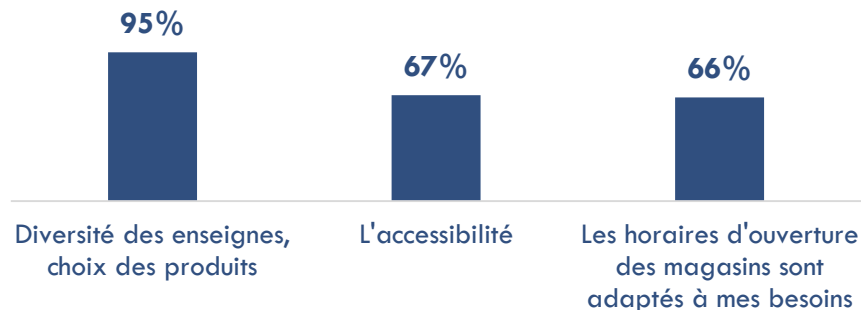
28  
%

42  
%

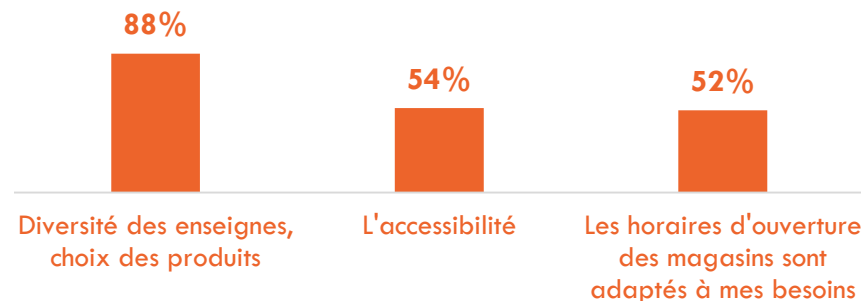
20  
%



## Raisons de fréquentation de ces pôles :



## Raisons de fréquentation de ces pôles :



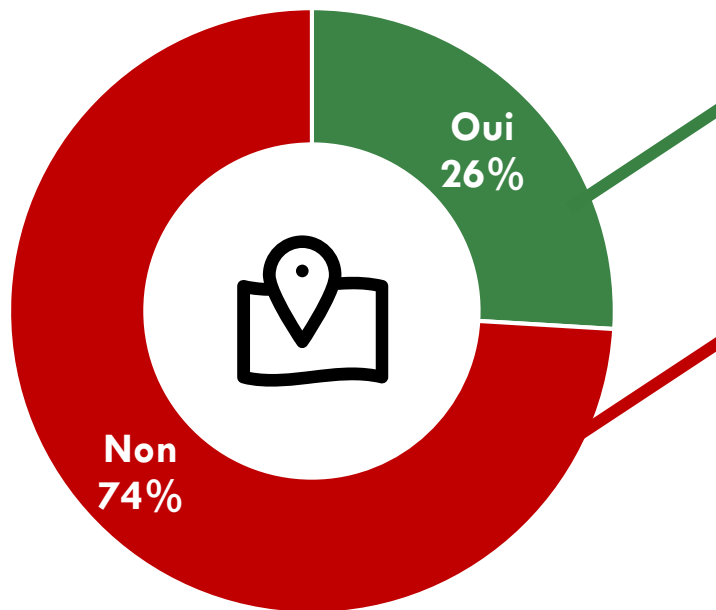


*Enquête auprès des consommateurs résidents*

**Les marchés de Couëron**



## Fréquentation des marchés couëronnais par les habitants :



Base de 686 réponses

Parmi les personnes qui ont répondu qu'elles fréquentaient des marchés couëronnais :

84% fréquentent le marché de Couëron Bourg

16% fréquentent le marché du quartier de la Chabossière

Base de 178 réponses

Les raisons de non fréquentation des marchés de Couëron :

60% en raison des horaires et jours inadaptés

30% en raison d'une offre insuffisante

5% pour cause de fréquentation du marché de Basse-Indre

5% pour cause de non connaissance d'un marché sur la commune

Base de 508 réponses



Les plus de 65 ans fréquentent plus les marchés.

Les couples sans enfants et les personnes seules fréquentent aussi plus le marché.



*Enquête auprès des consommateurs résidents*

**Les modes de déplacements**

Types de transport	Aller au travail	Achats alimentaires	Achats non alimentaires
<b>Voiture</b>	84%	87%	89%
<b>2 roues motorisées</b>	3%	1%	2%
<b>Vélo</b>	6%	8%	5%
<b>A pied</b>	5%	16%	10%

Base de réponses

548 (sans les personnes qui ne travaillent pas)

686

686



*Enquête auprès des actifs qui ne résident pas sur la commune*

**Questionnaire auprès des actifs**

# Méthodologie de l'enquête auprès des actifs qui ne résident pas sur Couëron



Une enquête réalisée sur les actifs hors de la commune de Couëron au mois de juillet-août-septembre 2019 afin de mieux comprendre leurs habitudes de consommation, leurs besoins et leurs attentes en matière de commerces de proximité.

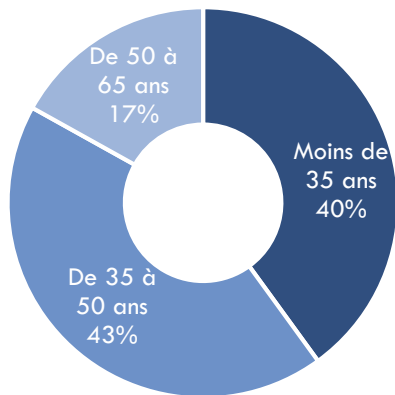


Le but de cette enquête est de définir la stratégie commerciale qui vise à conforter et renforcer l'offre de proximité en cœur de bourg et de quartier.

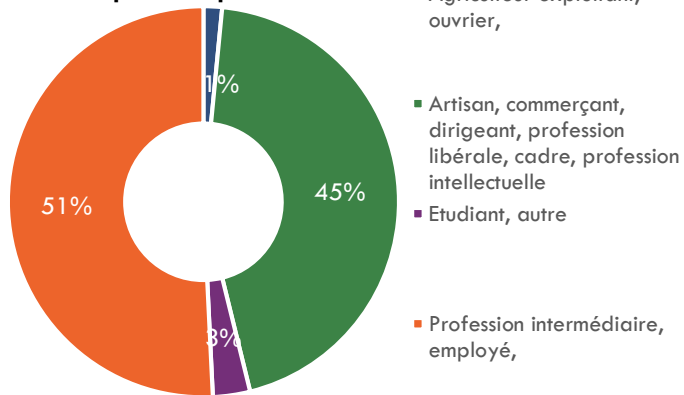


65 actifs ont été interrogés pour cette enquête. Les résultats ont été traités globalement

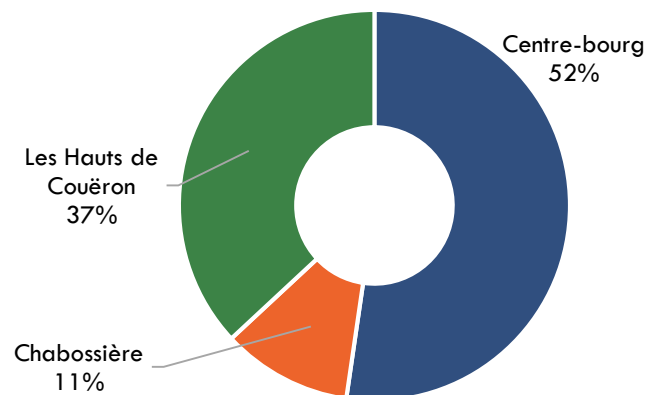
Répartition par âge



Répartition par CSP



Lieux de travail des répondants



# Les actifs de Couëron, résident hors de la commune, consomment-ils sur la commune ?



**97%** des actifs qui travaillent en centre-ville réalisent des achats sur Couëron

💡 en priorité sur :



**centre-bourg**  
**85%**



**La Chabossière**  
**15%**



52% des actifs réalisent leurs achats sur Couëron à pied



**71%** des actifs qui travaillent hors du centre-ville réalisent des achats sur Couëron

en priorité sur :



**centre-bourg**  
**18%**



**La Chabossière**  
**74%**

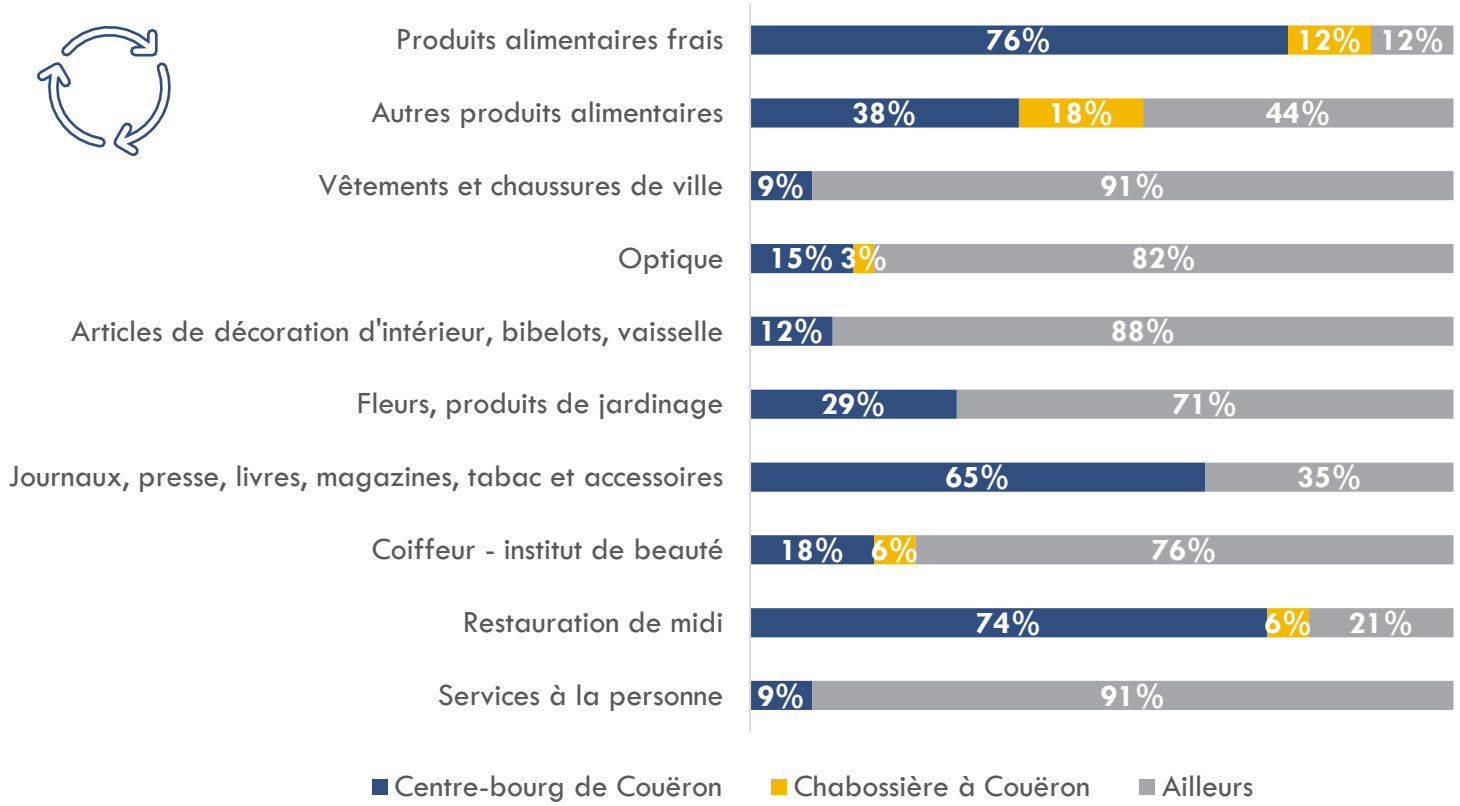


91% des actifs réalisent leurs achats sur Couëron en voiture

Parmi les non consommateurs

90% des actifs déclarent ne pas faire d'achats sur la commune de Couëron car il n'y a pas d'offre à proximité de leur lieu de travail

# Lieux de consommation habituels des actifs du centre-bourg résident hors de la commune

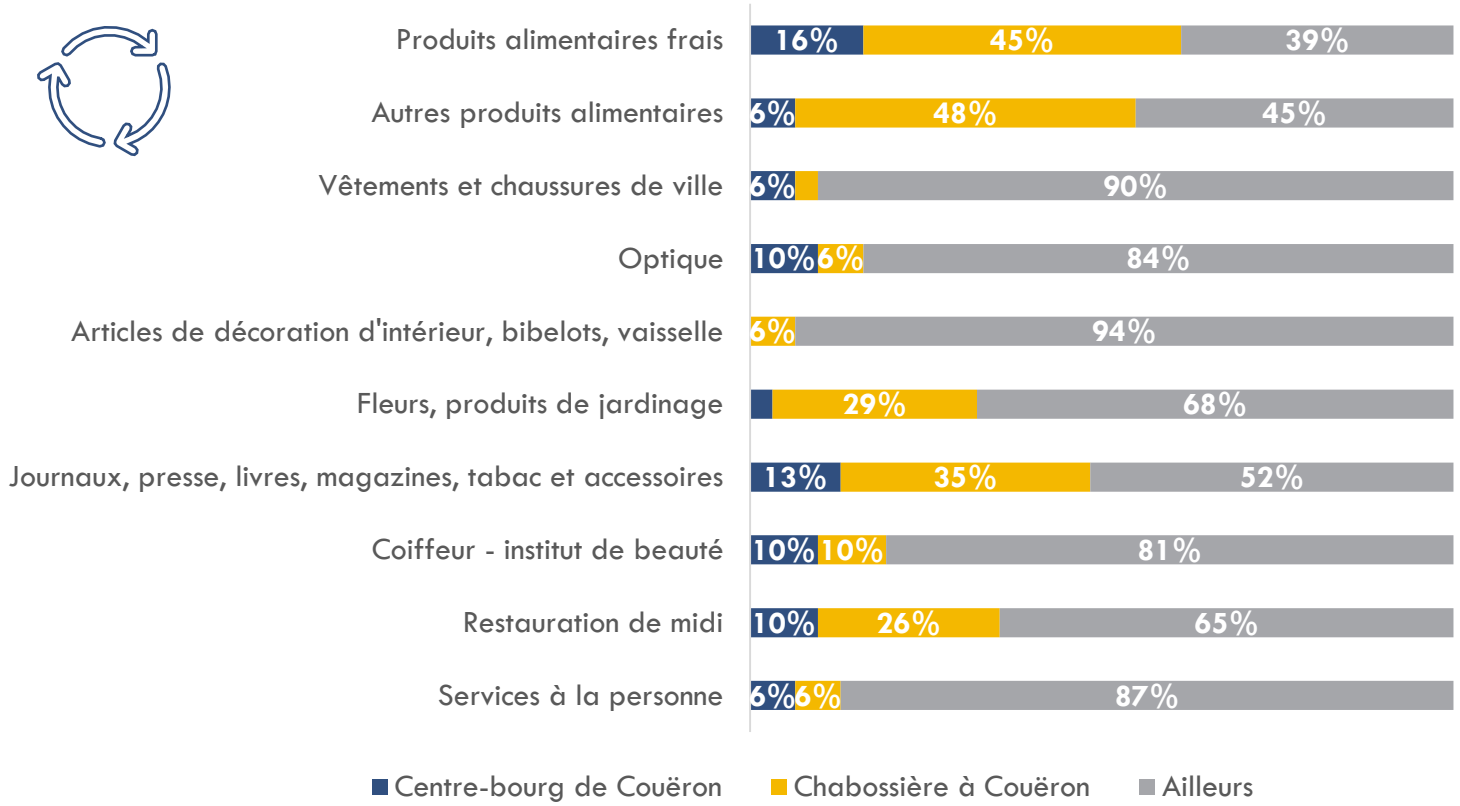


**Des produits frais en centre-bourg plébiscités par les actifs de centre-bourg qui résident hors de la commune de Couëron**

**Des commerces en centre-bourg de proximité en tabac-presse qui sont fréquentés par les actifs du bourg**

**La restauration du midi en centre-bourg fréquentée par 3/4 des actifs du centre-bourg**

# Lieux de consommation habituels des actifs hors du centre-bourg résident hors de la commune

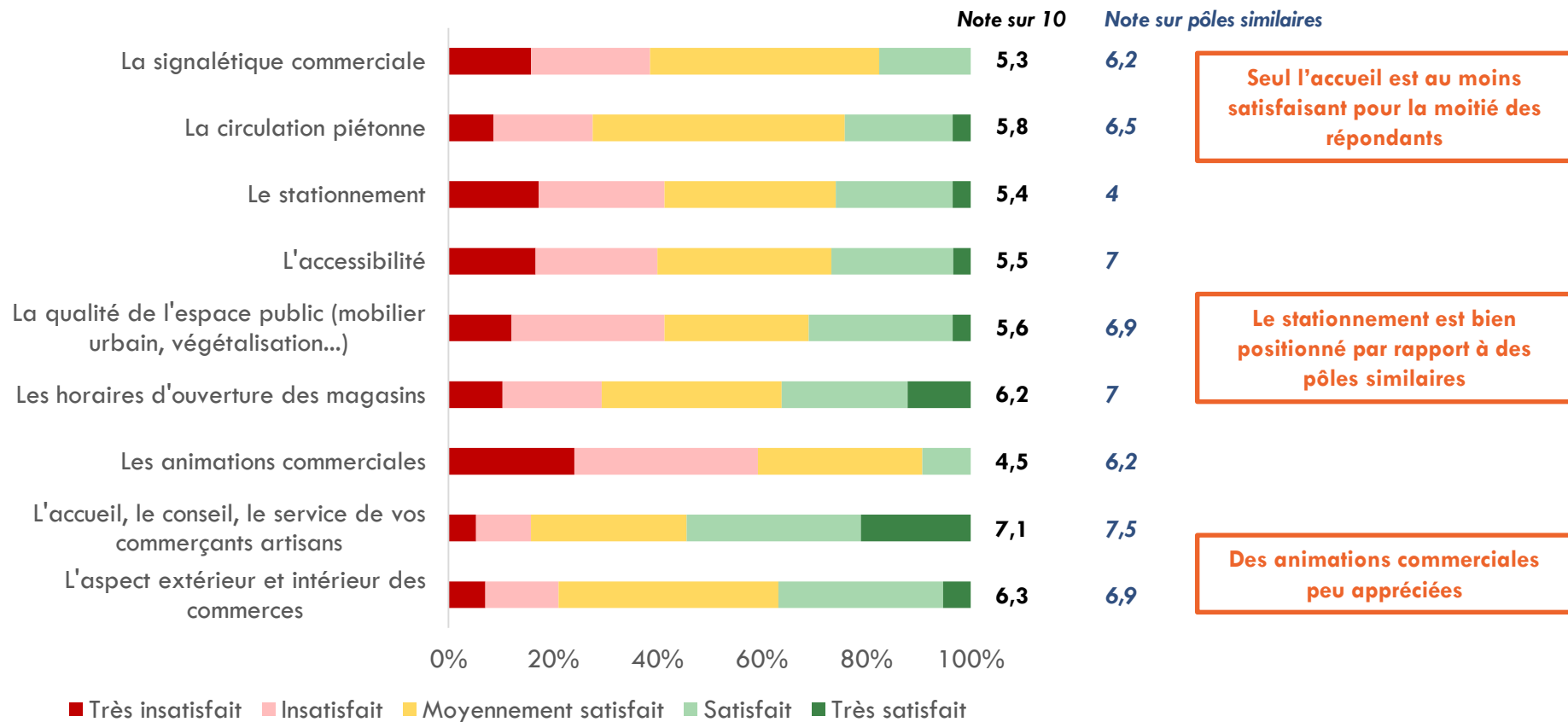


**La zone de la Chabossière comme lieu de fréquentation privilégié des actifs hors du centre-bourg... Mais aussi en centre-bourg**

**Des produits alimentaires consommés sur la zone de la Chabossière pour près de la moitié de ces actifs**



# Niveau de satisfaction du bourg de Couëron

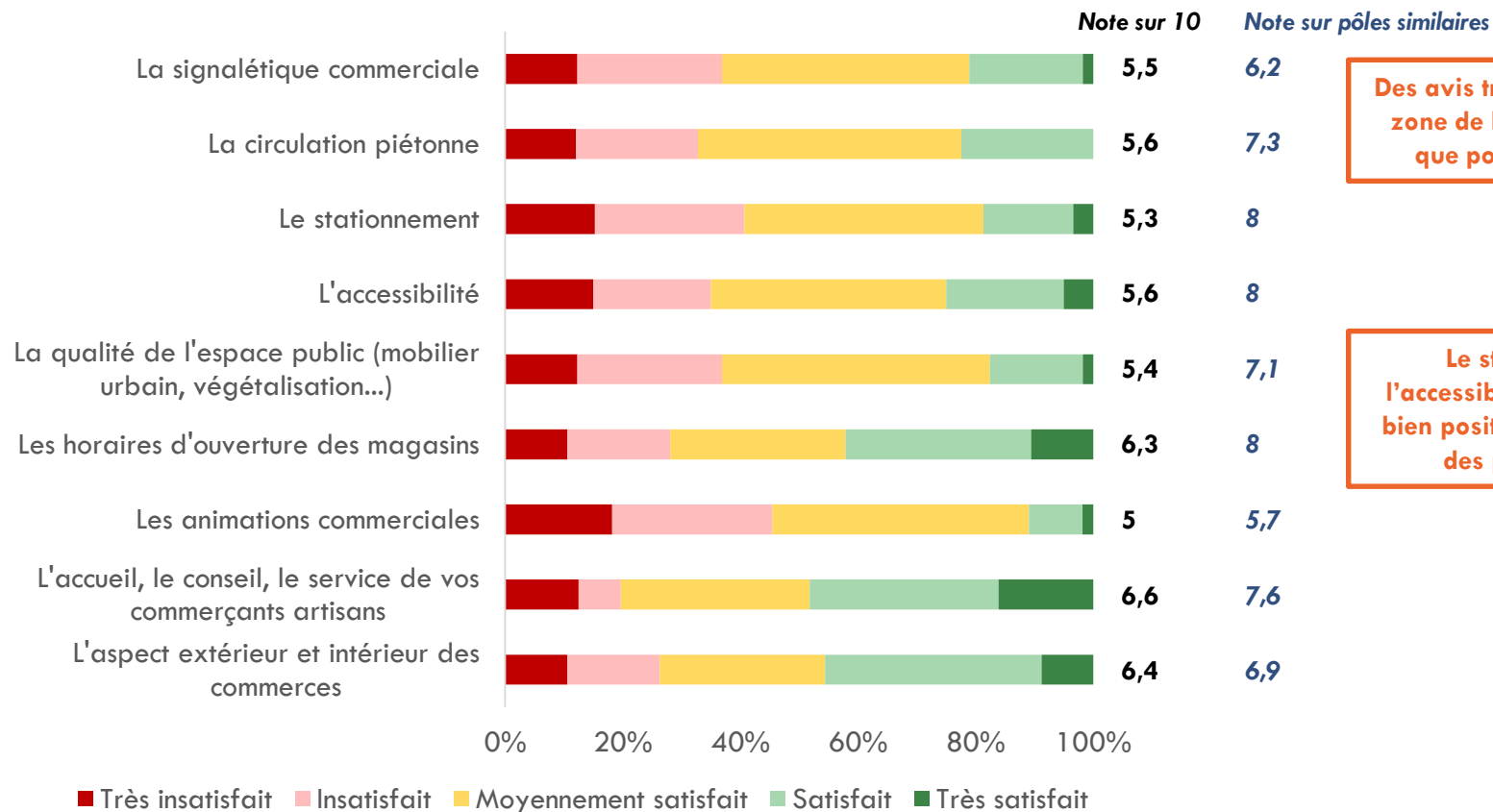


Seul l'accueil est au moins satisfaisant pour la moitié des répondants

Le stationnement est bien positionné par rapport à des pôles similaires

Des animations commerciales peu appréciées

# Niveau de satisfaction de la zone Chabossière



Des avis très critiques envers la zone de la Chabossière, plus que pour le centre-bourg

Le stationnement et l'accessibilité ne sont pas très bien positionnés par rapport à des pôles similaires

A large, light gray Venn diagram consisting of three overlapping circles is centered on the page. The circles overlap in various combinations, creating a complex geometric pattern.

*Synthèse*

# **Les marchés potentiels pour la commune**

# Les marchés potentiels pour la commune

	produits du quotidien	achats hebdomadaires	vêtements/ chaussures	mobilier/électro ménager	bricolage/ jardinage/fleurs	sport	biens culturels	optique	parfumerie/ esthétique
Potentiel	24 M€	41 M€	11 M€	13 M€	12 M€	5 M€	4 M€	2 M€	3 M€
Emprise sur la commune	~ 85%	~ 65%	~ 5%	-	~ 25%	-	-	~ 65%	~ 10%
Chiffre d'affaires estimé sur la commune	20 M€	26 M€	0,5 M€	- M€	2 M€	- M€	- M€	0,6 M€	0,2 M€
Offre existante	~ 20 activités	~ 2 activités	~ 4 activités	Pas d'activité	~ 10 activités	1 activité	~ 4 activités	~ 4 activités	Pas d'activité
Concept	Magasin de producteurs locaux en circuit court ou un magasin de produits frais	----- Conforme aux activités de communes comparables -----			----- --			Attention car déjà 2 enseignes nationales d'optique	Une boutique d'enseigne nationale de parfumerie/ esthétique

## VOTRE CONTACT

---

**Patrice Billa**

*Chef de projet*

06 89 84 31 18

AID Observatoire



# Enquête auprès des consommateurs résidents et des actifs non résidents - Septembre 2019

	produits du quotidien	achats hebdomadaires	vêtements/chaussures	mobilier/électromé nager	bricolage/jardinage/fleurs	sport	biens culturels	optique	parfumerie/esthétique
Potentiel	24 M€	41 M€	11 M€	13 M€	12 M€	5 M€	4 M€	2 M€	3 M€
Emprise sur la commune	~ 85%	~ 65%	~ 5%	-	~ 25%	-	-	~ 65%	~ 10%
Chiffre d'affaires estimé sur la commune	20 M€	26 M€	0,5 M€	- M€	2 M€	- M€	- M€	0,6 M€	0,2 M€
Offre existante	~ 20 activités	~ 2 activités	~ 4 activités	Pas d'activité	~ 10 activités	1 activité	~ 4 activités	~ 4 activités	Pas d'activité
Conclusion sur les activités	Conforme aux activités de communes comparables	Un potentiel d'une surface alimentaire entre 500 et 1.000 m <sup>2</sup> en plus	Conforme aux activités de communes comparables	Conforme aux activités de communes comparables	Conforme aux activités de communes comparables	Conforme aux activités de communes comparables	Conforme aux activités de communes comparables	Un potentiel pour une activité supplémentaire	Un potentiel pour une activité
Concept	Magasin de producteurs locaux en circuit court ou un magasin de produits frais							Attention car déjà 2 enseignes nationales d'optique	Une boutique d'enseigne nationale de parfumerie/esthétique