

Enquête Commerce proximité à Fontenay-aux-Roses



Les souhaits des consommateurs

Pratiques d'achats et évasion commerciale

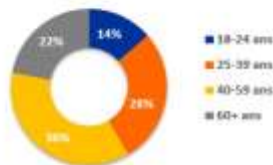
Méthodologie

- 200 entretiens réalisés du 13 janvier au 9 février 2015 en face-à-face, selon des quotas par tranches d'âges et selon certains jours de semaine et du week-end afin d'obtenir un échantillon représentatif des habitants de Fontenay-aux-Roses.

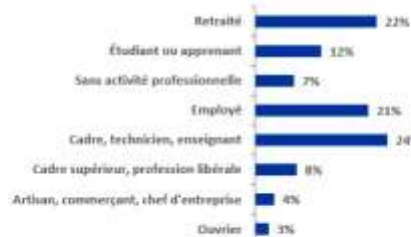
Cette enquête terrain a été complétée par une enquête en ligne, à laquelle 578 consommateurs, composés d'habitants de Fontenay-aux-Roses ont répondu. Cette dernière, n'étant pas soumise aux mêmes conditions d'administration, est utilisée à des fins de compléments d'informations et de validation des tendances dégagées par l'enquête terrain.

Profil des consommateurs interrogés

- Un échantillon conforme et représentatif des habitants de Fontenay-aux-Roses avec une large part de 40-59 ans, bien supérieure à celle des 25-39 ans.
- Une majorité de cadres et d'employés et un nombre important de retraités (22%) à souligner parmi les personnes interrogées.



50 % de 40-59 ans dans l'enquête en ligne 2% de 18-24 ans



Une consommation de proximité accrue sur la commune

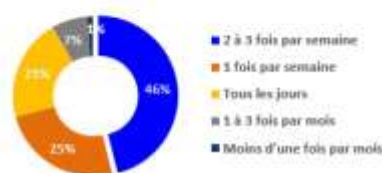
- 91 % des consommateurs interrogés affirment fréquenter les commerces de Fontenay-aux-Roses.
- Ces achats sont réguliers puisqu'ils s'effectuent 2 à 3 fois par semaine pour 46 % des interrogés et quotidiennement pour 23 % de ceux-ci.

L'enquête en ligne révèle un taux moindre de fréquentation des commerces de Fontenay (87%). La même part de consommateurs a déclaré effectuer ses achats 2 à 3 fois par semaine (46%) et seulement 15 % tous les jours.

- Un profil d'achats qui correspond à l'offre de proximité de Fontenay avec des achats alimentaires qui dominent pour quasiment les deux-tiers des consommateurs, puis des achats soins du corps et de restauration (17% et 15%). Des achats d'équipement de la personne et de culture-loisirs quasi inexistantes en lien avec le manque d'offre commerciale de ces secteurs dans le centre-ville.

L'enquête en ligne révèle une hiérarchie d'achats équivalente avec, par ordre décroissant, l'alimentaire (48%), les soins du corps (21%), la restauration (13%), puis la réparation automobile (8%), etc.

Fréquentez-vous les Commerces de Fontenay ?

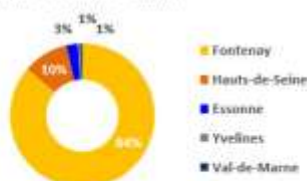


Quels types d'achats réalisez-vous auprès des commerçants de Fontenay-aux-Roses ?



Profil des consommateurs interrogés

- 94 % des consommateurs ayant répondu résident dans les Hauts-de-Seine, dont 84% sur la commune de Fontenay-aux-Roses. Les autres personnes interrogées proviennent pour une part très mineure, de l'Essonne, des Yvelines et du Val-de-Marne.



- Une majorité de consommateurs travaillant à Paris (32%), puis Fontenay (28%), puis dans d'autres communes des Hauts-de-Seine (24%) et enfin 16 % travaillant dans d'autres départements.

Lieu de travail des consommateurs de Fontenay interrogés

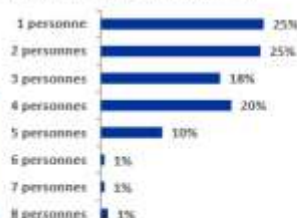


- Une majorité de Fontenaisiens interrogés résident dans le quartier du Parc-centre-ville, mais l'on retrouve une bonne représentation de la clientèle en provenance des quartiers Scarron (NE) et Ormeaux (SO).

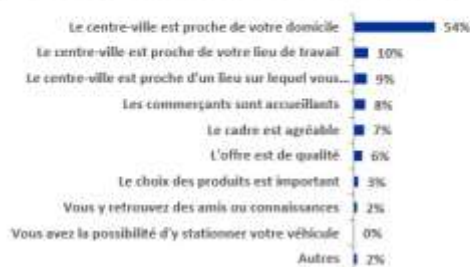


93 % des répondants en ligne résident à Fontenay avec une représentation plus importante du quartier Ormeaux (30%) et bien moindre du Centre-ville (25%).

- Une représentation importante de foyers de 3, 4 et 5 personnes parmi les personnes ayant répondu.



Une consommation de proximité ancrée sur la commune

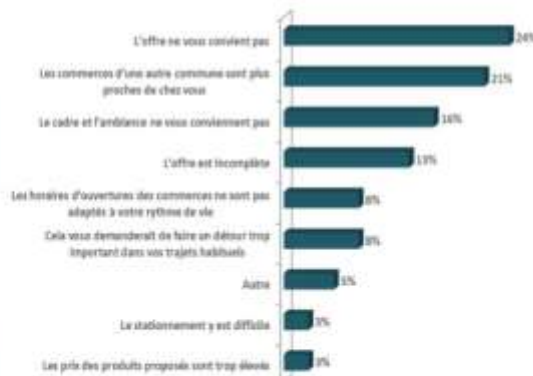


La proximité du domicile est bien la première raison évoquée par les habitants (54%) dans l'enquête en ligne, avec celle d'un lieu de fréquentation régulière (13%) et du lieu de travail (10%). L'accueil des commerçants (12%) est aussi évoqué.

- Parmi la vingtaine de répondants affirmant ne pas faire d'achats dans le centre-ville de Fontenay, les principales raisons concernent un manque d'appréciation de l'offre, couplé à la proximité d'autres commerces du lieu de résidence faisant concurrence au centre-ville.

Concernant les raisons de non fréquentation de l'offre, les répondants en ligne donnent les mêmes motifs, couplés à des difficultés de stationnement, davantage évoquées (19%).

- La proximité en général est le principal motif de fréquentation évoqué (73 % des réponses cumulées), et notamment la proximité du domicile (54% des réponses), puis celle du lieu de travail (10%).
- L'accueil réservé par les commerçants vient juste après la proximité, et avant la qualité du cadre ou de l'offre commerciale.



Carrefour et les commerces de détails, principales locomotives du centre-ville

- Le Carrefour Market constitue la principale locomotive sur le pôle de Centre-ville avec 37 % des répondants qui déclarent y effectuer régulièrement des achats. Les commerces de détail contribuent également pour une bonne part (21% des réponses) à l'attractivité du centre-ville.
- Sur la partie basse du pôle de centre-ville, le magasin Picard et le Franprix attirent également la clientèle.

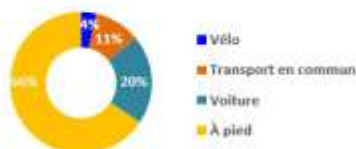
Quels points de vente fréquentez-vous le plus ?



On retrouve la même hiérarchie de fréquentation des commerces dans l'enquête en ligne.

Des difficultés de stationnement évoquées par la clientèle

Par quel moyen vous rendez-vous en centre-ville ?

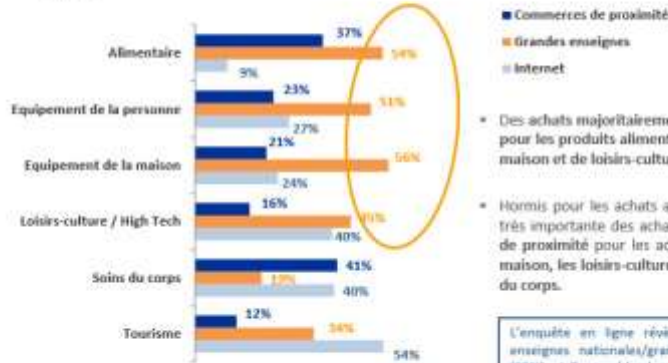


- 66 % des consommateurs interrogés ont déclaré se rendre à pieds en centre-ville, en concordance avec les habitudes de proximité des consommateurs évoquées plus haut.
- 20 % des consommateurs ayant répondu ont également affirmé se déplacer en voiture dans le centre-ville. La quasi-totalité de ces derniers ont déclaré rencontrer des difficultés liées au manque de places de stationnement disponibles.

28 % des répondants en ligne ont déclaré se déplacer en voiture et 70 % d'entre eux ont évoqué des difficultés de stationnement et un manque de places disponibles.

Des achats en grandes surfaces et sur internet qui rivalisent avec les commerces de proximité

Pour les produits suivants, où réalisez-vous l'essentiel de vos achats ?

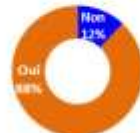


- Des achats majoritairement réalisés auprès des grandes enseignes, pour les produits alimentaires, d'équipement de la personne, de la maison et de loisirs-culture.
- Hormis pour les achats alimentaires, on constate une concurrence très importante des achats sur internet, dépassant les commerces de proximité pour les achats d'équipement de la personne, de la maison, les loisirs-culture et le tourisme et rivalisant pour les soins du corps.

L'enquête en ligne révèle une part majorée d'achats auprès des enseignes nationales/grandes surfaces pour les achats alimentaires (80%) et l'ensemble des autres types d'achats (notamment soins du corps avec 46%).

Une évasion commerciale importante

Faites-vous des courses en-dehors de Fontenay-aux-Roses ?

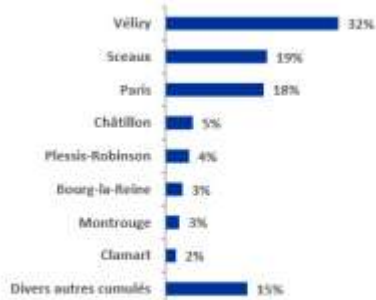


- 88 % des consommateurs interrogés affirment réaliser des achats à l'extérieur de Fontenay.

L'enquête en ligne révèle une place beaucoup plus importante d'évasion commerciale avec 96 % des répondants déclarant faire des achats à l'extérieur.

Vélizy 2, Sceaux et Paris, premières destinations d'évasion commerciale

Où faites-vous des courses en dehors de Fontenay-aux-Roses ?

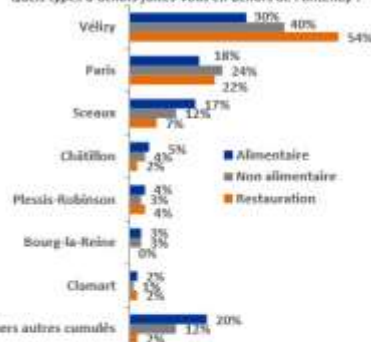


- Le centre commercial Vélizy 2 arrive en tête des pôles d'évasion commerciale évoqués par les consommateurs interrogés, à la fois du fait de l'ampleur de son offre et de sa facilité d'accès, renforcée par la mise en service du tramway T6.
- Sceaux et Paris se situent à parts égales des pôles d'évasion cités (18% et 19%), constituant des offres et des motivations d'achats différentes.
- Viennent ensuite les communes de Châtillon, le Plessis-Robinson, Bourg-la-Reine et Montrouge, dont les centre-ville sont attractifs pour bon nombre de Fontenaisiens.

Une évasion commerciale importante pour les achats non-alimentaires...

- Vélizy et Paris sont les premières destinations d'évasion commerciale des Fontenaisiens pour les achats non alimentaires et de restauration.
- Sceaux est fréquenté pour les achats alimentaires avant tout, du fait de son offre importante en commerces de bouche de proximité.
- De même, les centres-villes de Châtillon, le Plessis-Robinson et de Bourg-la-Reine attirent les consommateurs pour les achats alimentaires auprès des commerces de proximité.

Quels types d'achats faites-vous en dehors de Fontenay ?



... motivée par la diversité de l'offre

Pour quelles raisons ?



- Les motifs d'évasion commerciale cités par les consommateurs interrogés évoquent la recherche d'une offre plus diversifiée (34 % des répondants).
- Le cadre, les prix et la proximité constituent des motifs d'évasion moins importants et à parts équivalentes.
- La qualité des produits et les facilités de stationnement sont aussi des éléments évoqués, mais dans une moindre mesure.

L'enquête en ligne révèle les mêmes motifs d'évasion dans les mêmes proportions, avec une part accrue pour les facilités de stationnement (13%).

Des consommateurs en demande d'une offre d'habillement

Pensez-vous que certains commerces manquent à Fontenay ?



- Les commerces d'habillement sont largement plébiscités (31%) par les consommateurs interrogés sur leurs souhaits d'amélioration de l'offre commerciale du centre-ville de Fontenay.
- L'implantation d'une poissonnerie (16%) et d'une librairie (15%) est également souhaitée par les consommateurs.

Des souhaits d'amélioration de la diversité commerciale et du stationnement

- Les thèmes les plus récurrents d'amélioration évoqués par les consommateurs interrogés concernent avant tout davantage de diversité commerciale et une amélioration des conditions de circulation/stationnement en centre-ville.
- Viennent ensuite la propreté et la sécurité, avant le cadre et la qualité de l'offre commerciale.

L'enquête en ligne souligne les mêmes points d'améliorations avec avant tout la diversité commerciale et la qualité de l'offre, puis le stationnement.

Selon vous, quels éléments doivent être améliorés en priorité ?



Verbatim des consommateurs pour améliorer le centre-ville

Enquêtes en ligne et face-à-face

1 / Améliorer le stationnement :

- Améliorer le stationnement dans le centre-ville en général
- Créer une signalisation pour inciter la redirection des automobilistes souhaitant stationner en partie haute vers le parking du marché, devenant un parking du centre-ville.
- Proposer des places réservées aux garagistes de la Rue Boucicaut
- Des places de parking abonnés (au moins 5) sont bloqués pour A2 pas. Il n'y a jamais personne.

2 / Piétonniser

- Créer une rue piétonne, un espace semi-piéton au moins dans la partie haute du centre ville. Rendre le cœur de ville piéton. Surtout la place du Général de Gaulle (et rue Boucicaut) qui ressemble à un parking désordonné dont la circulation est incompréhensible pour les cyclistes, piétons et les autos. L'omniprésence des voitures dans le centre de Fontenay est très désagréable, être piéton avec des enfants en bas âge est très difficile, voire stressant.

3/ Améliorer l'offre commerciale

- Plus de diversité dans l'offre des commerces
- Visuel du quartier du Carrefour et de La Poste
- Le marché de Fontenay aux Roses est très cher par rapport aux marchés des communes alentours y compris celui de Sceaux. Un effort des commerçants peut être?
- Rendre plus attractif l'énorme "bloc" de bâtiments emboîtés les uns dans les autres autour de Carrefour Market, les enseignes n'y sont pas visibles !
- Certaines boutiques de la rue Boucicaut mériteraient un rafraîchissement

Verbatim des consommateurs pour améliorer le centre-ville

Enquêtes en ligne et face-à-face

4 / Aménager :

- Le mail est trop triste et vétuste
- Qualité des trottoirs
- Inutile de faire circuler les bus rue Boucicaut ; mettre en place une déviation par J.M Dolvet et Blanchard
- Signalisation du parking du marché insuffisante
- Éclairage du centre ville rue Boucicaut et Place du Général de Gaulle trop faible
- Un marché plus attrayant (prix, choix...) et plus grand (cf comparaison avec celui de Plessis-Robinson). Plus problème de parking en sous sol, difficilement accessible et trop souvent complet
- Tenter de dévier (même si les négociations sont rudes et longues) à ce titre le passage des bus 194 et 394 vers le cinéma Scarron, puis en direction de Châtillon
- Entamer un projet de fermeture de la place de Gaulle, dont le potentiel n'est pas négligeable. A ce titre faire en sorte que les deux kiosques prévus à l'endroit du précédent, s'inscrivent dans ce beau projet architectural
- Manque de construction
- Pas de logements milieu de gamme

5 / Animer :

- Plus de contenus culturels et artisanaux à côté des commerces. Plus de lieux de rencontres...de belles terrasses au soleil avec par exemple un café culturels ou associatif...
- Proposer un café-rencontre intergénérationnel
- Plus d'art dans la ville! Il faudrait un petit lieu d'exposition artistique avec visibilité sur la rue Boucicaut ou la place du général de Gaulle et/ou des expos photo en extérieur, de la sculpture, de la mosaïque, du street art, des petits concerts dans la rue ou sous un belvédère...
- Décorations de Noël à améliorer, animations en centre-ville

Verbatim des consommateurs pour améliorer l'offre commerciale

Enquêtes en ligne et face-à-face

- *Vêtements et surtout chaussures enfants, très désagréable à acheter en centre commercial.*
- *Presse / librairie depuis la fermeture de Livris.*
- *Fleuriste, poissonnerie, vêtements, chaussures, librairie, presse.*
- *Librairie, journaux, vêtements, chaussures....*
- *Vêtement femme et enfant (ETAM, PROMOD, OKAID), Tape à l'Oeil et autres boutiques comme XOXO), chaussures homme, femme et enfant (BATA, ANDRE...), une boutique jouets pour enfant, une brasserie, un lieu convivial pour boire un verre entre amis le soir, des terrasses pour profiter de la place du général de Gaulle, un fromager, un vrai magasin bio qui propose du choix, une épicerie fine, un salon de thé torréfacteur. FAR manque cruellement de lieux conviviaux pour se retrouver et partager. Il existe beaucoup d'équipements publics pour les enfants mais pas une seule boutique pour eux... J'aimerais ne pas être obligée de me déplacer à V2 pour acheter un cadeau d'anniversaire ou un petit pull, etc.*
- *Librairie, presse, artisanat, Biocap, mercerie, loisirs créatifs, salon de thé.*
- *Chasseur, Café dynamique & restauration rapide, Grande Librairie, Lieu de vente multimédia, Lieu connecté liant espace de culture, et milieu étudiant (les nombreux étudiants logeant en chambre étudiante dans notre ville, ainsi que ceux étudiant juste derrière dans la faculté Jean Monnet pourraient représenter une clientèle non-négligeable en cas d'apparition de commerces dynamiques. Ceux-ci privilégient actuellement un retour sur Sceaux, ou des transports sur Paris, mais visitent, d'après mon constat, relativement peu notre centre-ville).*
- *Enseignes de vêtements de qualité, ou du moins de marque (Esprit, 123, Koooka, Naf, Naf...) Enseignes de vêtements et/ou jouets pour enfants (Sergent Major, Du Pareil ou même, Aubert...) Enseignes de chaussures (Eram, Bata...) Une librairie (dommage que celle du haut de la rue Boucicot ait récemment fermé...) Un cabinet de radiologie (dommage qu'il ait également fermé).*

Des consommateurs globalement satisfaits des horaires d'ouverture



- Près de 90 % des consommateurs interrogés sont satisfaits des horaires d'ouverture des commerçants du centre-ville.
- La part restante de consommateurs, plus critique à l'égard des horaires, évoque surtout les heures de fermeture du soir et les horaires du dimanche.

Les consommateurs qui ont répondu en ligne sont 82 % à être satisfaits des horaires d'ouverture pratiqués par les commerçants.

Les critiques formulées en ligne révèlent une part plus importante de consommateurs mécontents des horaires d'ouverture sur l'heure du déjeuner (32%).