

ANNEXES

Économie de proximité

Pour illustrer les éléments de méthode, des outils concrets sont signalés ici. Ils constituent des ressources en mesure d'outiller les acteurs sur le terrain de la revitalisation économique des centres-bourgs, afin de réaliser un diagnostic détaillé.

Des outils pour objectiver

↳ Les sociostyles :

Les sociostyles sont des découpages catégoriels correspondant à une technique de segmentation basée sur les styles de vie. Les différents sociostyles regroupent des individus ayant des comportements, conditions de vie et opinions similaires. Cette typologie est un passage intéressant pour **stimuler une réflexion collective** au moment du diagnostic afin d'identifier les « cibles » de la stratégie de revitalisation commerciale : qui sont les clients du territoire ? Ceux qui consomment aujourd'hui ? Et ceux que l'on souhaite attirer demain ...

Décomplexés	Jeunes actifs Consomment pour se démarquer Apprécient les marques exclusives et friands de nouvelles technologies
Agiles	Professionn intermédiaires Revenus supérieurs à la moyenne Précurseurs et réceptifs aux influences de la société de consommation
Désimpliqués	Retraités de plus de 65 ans Consommation plus orientée vers les services que vers les biens Dépenses de biens recentrées vers les dépenses de base
Gestionnaires	Employés Budgets qui ne sont pas à la hauteur de leurs envies Recherchent le meilleur rapport qualité / prix
Aisés	Cadres supérieurs Revenus élevés Consommation plaisir et attachés à l'originalité des produits et des marques
Contraints	Ouvriers, agriculteurs et jeunes retraités Revenus consacrés aux dépenses obligatoires Peu de marges de manœuvre

👉 Enquête clientèle, mode d'emploi !

Si les acteurs décident d'approfondir leur réflexion sur les caractéristiques de la clientèle du centre-bourg, une enquête peut être menée. Sous la forme d'un questionnaire, elle doit être réalisée auprès d'un échantillon représentatif à définir avec les partenaires du territoire. Ci-dessous un exemple d'une enquête menée à Libourne (Gironde, 25 000 hab) par Aid. Certaines questions peuvent être reprises pour une analyse partielle de la clientèle.

COMPORTEMENT D'ACHAT ET DE CONSOMMATION

1. A quelle fréquence venez-vous en centre-ville de Libourne ?
 - Plusieurs fois par semaine (Q2)
 - Une fois par semaine (Q2)
 - Plus rarement (Q3)
 - Jamais (Q3)

2. Si « plusieurs fois par semaine ou Une fois par semaine », quelles sont les 3 principales raisons de votre venue ?
 - Rendez-vous chez un professionnel (coiffeur, santé, avocat, notaire...)
 - Faire du shopping (mode, déco, livres, maison, beauté...)
 - Démarches administratives (CAF, mairie, poste, sécu, banque, téléphonie...)
 - Sortie (restaurant, café, bars...)
 - Courses alimentaires (boulangerie, boucherie, marchés / halles, supérettes, magasins bio...)
 - Loisirs / Culture (Cinéma, musée...)
 - Événements (Foire, festivals, brocantes, braderies...)
 - Travailler en centre-ville
 - Prendre les transports en commun (Train, autocars, bus, ...)
 - Autre (à précisez)

3. Si « Plus rarement ou Jamais », quels sont les 3 principaux freins à votre venue ?
 - Parce que ce n'est pas pratique (accessibilité, stationnement)
 - Par manque de choix
 - Parce que ce n'est pas agréable
 - Parce que les prix sont trop élevés
 - Parce que les horaires sont inadaptés à mes besoins
 - Parce que la qualité des produits ne me convient pas
 - Autre (à précisez)

4. Qu'est ce qui ferait que vous viendrez plus en centre-ville de Libourne ?
 - De nouveaux services (garde d'enfants, consignes, nocturne commerciale, etc.)
 - Des commerces ouverts entre 12h et 14h
 - Des commerces ouverts après 19h

- Une plus grande variété de commerces
- Des aménagements urbains plus agréables
- Une meilleure organisation du stationnement
- Autre (à précisez)

5. Si vous venez en voiture, en moyenne quel temps mettez vous à pied entre votre véhicule et votre lieu de destination dans le centre-ville ?

- moins de 2 minutes
- moins de 5 minutes
- moins de 10 minutes
- 10 minutes et plus
- Ne vient pas en voiture (précisez le mode)

6. Où réalisez-vous vos achats de manière privilégiée sur les produits suivants ?

	Centre ville	Marché plein air	Marché couvert	Zone commerciale	Super marché de proximité-	Internet	Lieu de travail	Ailleurs
Alimentaire frais (fruits, légumes, pain, etc.)								
Alimentaire d'approvisionnement (épicerie, surgelés, etc.)								
Equipement de la personne								
Equipement de la maison								
Culture, loisirs								

7. A votre avis, quelles sont les activités manquantes ?

- Alimentaire de proximité (boulangerie, boucherie, ...)
- Alimentaire d'approvisionnement (supermarché, hypermarché)
- Alimentaire spécialisé (bio, fruits/légumes, surgelé, ...)
- Equipement de la personne (prêt-à-porter, chaussure, maroquinerie, bijoux ...)
- Equipement de la maison (tissu décoration, ...)
- Culture, loisirs (presse, fleuriste, téléphonie, ...)
- Services commerciaux (salon de coiffure, institut de beauté, pharmacie, ...)
- Services non commerciaux (banque, cabinet médical, ...)
- Restauration (café, restaurant, salon de thé, restauration rapide, ...)
- Loisirs (cinéma, ...)
- Autre
- Aucun
- Sans avis
- Ne se prononce pas

OPINIONS ET ATTENTES SUR L'ENVIRONNEMENT
ET LES COMMERCE SUR LE CENTRE-VILLE DE LIBOURNE

8. Je vais vous citer un certain nombre de critères relatifs aux commerces, à l'artisanat, aux services ainsi qu'à l'environnement. Pour chacun pouvez-vous me dire si vous êtes :

	Absent	Très insatisfaisant	Insatisfaisant	Assez satisfaisant	Très satisfaisant	Sans avis
La diversité commerciale						
Le choix des produits						
Les prix						
L'accueil des commerçants artisans						
Les services à la clientèle						
Les animations commerciales						
Les horaires d'ouverture des magasins						
L'accessibilité automobile						
L'accessibilité piétonne						
Le stationnement						
La circulation piétonne						
La circulation automobile						
La qualité de l'espace public (mobilier urbain, végétalisation...)						
La signalétique commerciale						

9. La présence d'une rue piétonne (rue Gambetta) est-elle un atout pour :
- Le commerce
 - Le centre-ville
 - La ville de Libourne

10. Etes-vous satisfaits des travaux d'aménagement réalisés sur l'espace public ?
- Oui
 - Non

11. Dans quelle commune résidez-vous ?

12. Quelle est votre tranche d'âge ?

- Moins de 25ans
- Entre 25 et 40 ans
- Entre 41 et 65 ans

- Plus de 65 ans

13. Dans quelle tranche de revenu mensuel se situe votre foyer ?

- Moins de 1200€
- de 1200 à 2000€
- de 2000€ à 4000€
- Plus de 4000€

14. Quelle est votre profession ?

- 1. Agriculteur
- 2. Commerçant, artisan, chef d'entreprise
- 3. Cadre, profession intermédiaire sup.
- 4. Profession intermédiaire
- 5. Employé
- 6. Ouvrier
- 7. Retraité
- 8. Autre, inactif
- 9. NRP

15. Où travaillez-vous ?

- Libourne centre-ville
- Reste Libourne
- CALI
- Autre

Recenser les potentialités économiques, comment mieux faire ?

Pour compléter un diagnostic, un relevé de terrain peut être réalisé, tout comme une enquête auprès des commerçants et artisans de vitrine. Deux modèles de fiches proposés et expérimentés par Aid.

2. Numéro de digitalisation : _____ 3. Adresse : _____

ACTIVITES

4. Occupation En activité Vacant En travaux Saisonnier

5. Enseigne : _____

6. Type d'enseigne Indépendant Enseigne nationale

7. Activité principale (liste des 13 familles et 99 sous-familles)

<input type="checkbox"/> Commerce multiple	<input type="checkbox"/> Alimentaire	<input type="checkbox"/> Equipement de la personne	<input type="checkbox"/> Equipement de la maison
<input type="checkbox"/> Auto, moto	<input type="checkbox"/> Divers	<input type="checkbox"/> Hôtels, bars, restaurants	<input type="checkbox"/> Service réparation nettoyage
<input type="checkbox"/> Soins à la personne	<input type="checkbox"/> Services bancaires	<input type="checkbox"/> Services Divers	

8. Activité secondaire (si pertinente) : _____

POINT DE VENTE

9. Qualité de l'immeuble Neuf Correct Petits travaux Rénovation

10. Devanture Neuf Correct Petits travaux Rénovation

11. Enseigne Sans Neuf Correct Petits travaux Rénovation

12. Vitrine Sans Attractive Correcte Dissuasive

13. Appréciation générale Attractive Correcte Dissuasive Friche

14. Point de vente accessible PMR Oui Non

15. Si non accessible, pourquoi ? Entrée <90cm Seuil >2cm Pente >5%

16. Linéaire de façade commerciale (en mètre linéaire) : _____

17. Affichage extérieur J et H d'ouverture Modes de paiements Autre

18. Mise en avant de labels Artisan Charte qualité Charte accueil Autre

ETUDE STRATEGIQUE POUR LA REDYNAMISATION DU CENTRE-BOURG

Ville de Fronton

QUESTIONNAIRE PROFESSIONNELS

Février 2018

AID Observatoire, commerce et développement économique

59 allée Jean Jaurès 31000 Toulouse 05 67 80 44 983

contact@aidobservatoire.fr

INFORMATIONS PRATIQUES

1. Nom, adresse et coordonnées de l'activité

LE DIRIGEANT / L'ACTIVITE

2. Nom et prénom du dirigeant

3. Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

- 3.1. Moins de 24 ans
- 3.2. 25 - 39 ans
- 3.3. 40 - 54 ans
- 3.4. 55 - 59 ans
- 3.5. 60 - 65 ans
- 3.6. Plus de 65 ans

4. Depuis quand exercez-vous votre activité ?

- 4.1. moins d'un an
- 4.2. entre 1 et 3 ans
- 4.3. entre 3 et 5 ans
- 4.4. entre 5 et 10 ans
- 4.5. plus de 10 ans

5. Adhères-vous à l'association des commerçants de Fronton ?

- 5.1. oui
- 5.2. non

6. Quel est le secteur d'activité ?

- 6.1. Alimentaire
- 6.2. Equipement de la personne
- 6.3. Equipement de la maison
- 6.4. Culture et loisirs
- 6.5. Café, Restaurant
- 6.6. Services commerciaux
- 6.7. Services non commerciaux
- 6.8. Artisanat
- 6.9. Professionnel de santé
- 6.10. Professions libérales
- 6.11. Association

7. Quelle est l'activité en clair ?

8. Quels sont vos horaires d'ouverture ?

9. Lundi :

10. Mardi :

11. Mercredi :

12. Jeudi :

13. Vendredi :

14. Samedi :

15. Dimanche :

L'IMMOBILIER PROFESSIONNEL

16. Etes-vous propriétaire des murs de votre local ?

- 16.1. OUI
- 16.2. NON

17. Quelle est la surface de vente de votre local en m² ?

18. Quel est le montant de votre loyer (avec charges) ?

19. Votre local est-il accessible aux personnes à mobilité réduite ?

- 19.1. OUI
- 19.2. NON

L'ACTIVITE ECONOMIQUE

20. Dans quelle tranche de CA vous situez-vous ? L'objet de cette information est de mesurer le niveau d'activité du commerce du quartier et se limite à un usage statistique.

- 20.1. moins de 90 K€
- 20.2. de 91 à 130 K€
- 20.3. de 131 à 300 K€
- 20.4. de 301 à 500 K€
- 20.5. plus de 501 K€
- 20.6. ne se prononce pas

21. Quelle a été l'évolution du chiffre d'affaires depuis 3 ans ?

- 21.1. en forte hausse (20%)
- 21.2. en hausse (5-10%)
- 21.3. stable
- 21.4. en baisse (-5-10%)
- 21.5. en forte baisse (-20%)

22. Comment expliquez-vous l'évolution de votre chiffre d'affaires ?

23. Combien d'emplois sont directement liés à votre activité, y compris le vôtre ? (en équivalent temps plein)

24. D'où viennent vos clients ?

- 24.1. _____ % centre-bourg
 24.2. _____ % autres quartiers de la commune
 24.3. _____ % autres communes aux alentours
 24.4. Ne sait pas

25. Qui sont vos clients ?

- 25.1. _____ % habitants
 25.2. _____ % actifs
 25.3. _____ % visiteurs
 25.4. Ne sait pas

 25.5. _____ % jeunes
 25.6. _____ % actifs
 25.7. _____ % familles
 25.8. _____ % retraités
 25.9. Ne sait pas

26. Quels sont les modes de déplacements utilisés par vos clients ?

- 26.1. _____ % à pied
 26.2. _____ % en vélo
 26.3. _____ % en voiture
 26.4. _____ % en transports en commun
 26.5. Ne sait pas

L'ENVIRONNEMENT ECONOMIQUE

27. Comment percevez-vous l'environnement commercial ? (Diversité d'offre, services, horaires d'ouverture, qualité des vitrines et des boutiques...)

- 27.1. ++
 27.2. +
 27.3. 0
 27.4. -
 27.5. --

28. A votre avis, quels sont les commerces et services manquants dans le centre-bourg ?

29. Comment percevez-vous l'environnement urbain ? (Entretien des voies, cheminements piétons, propreté, éclairage, mobilier urbain...)

- 29.1. ++
 29.2. +
 29.3. 0
 29.4. -
 29.5. --

30. Comment percevez-vous l'évolution globale du centre-bourg ces 5 dernières années ?

- 30.1. très positive
 30.2. positive
 30.3. stable
 30.4. négative
 30.5. très négative

31. Comment percevez-vous le sentiment de sécurité et l'ambiance générale ?

- 31.1. ++
 31.2. +
 31.3. 0
 31.4. -
 31.5. --

LES PROJETS

32. Quels sont vos projets ?

- 32.1. Maintenir votre activité
 32.2. Développer votre activité actuelle
 Préciser _____
 32.3. Modifier votre activité actuelle
 Préciser _____
 32.4. Cesser/vendre votre activité

33. A quelle échéance ?

- 33.1. moins d'un an
 33.2. de 1 à 3 ans
 33.3. plus de 3 ans

34. Si cession/vente de l'activité, quelles en sont les raisons ?

35. Dans le cas d'un projet de vente ou de cession de l'activité, avez-vous un repreneur identifié ?

- 35.1. OUI
 35.2. NON

36. Prévoyez-vous des investissements importants dans les 3 ans ?

- 36.1. OUI
 36.2. NON

37. Si OUI, quels sont vos projets en matière d'investissement d'ici 3 ans ?

- 37.1. Agencement intérieur du local
 37.2. Rénovation de la devanture, vitrine, store, enseigne, mobilier extérieur
 37.3. Mise aux normes
 37.4. Agrandissement
 37.5. Acquisition/renouvellement de matériels professionnels
 37.6. Autres
 Préciser _____

EXPRESSION LIBRE