

ENQUÊTE AUPRÈS DES USAGERS DES ARTÈRES COMMERCIALES

SECTEUR CENTRE-VILLE

DRUMMONDVILLE

CADRE DU SONDAGE

Le Commissariat au commerce a réalisé une vaste enquête sur rue à l'échelle du secteur durant l'été 2009. Du 15 juin au 4 juillet, 664 personnes sélectionnées au hasard ont été approchées et 328 personnes ont accepté de répondre au questionnaire. Les sondages ont été effectués sur la rue Marchand entre les rues Heriot et Brock, sur la rue Heriot entre Cockburn et Loring, sur la rue Lindsay aux abords de la rue Loring et sur la rue Des Forges près du boul. Saint-Joseph. Les établissements visés ont été : les pharmacies Jean-Coutu et Uniprix, IGA et CPC, Café Morgane, Chez Marier, Dairy Queen et la Lichette et les commerces environnants.

L'objectif de ce sondage vise à mieux connaître le profil, le comportement d'achat ainsi que les perceptions des personnes circulant dans le secteur Centre-ville.



Source : Commissariat au commerce 2009

RÉSUMÉ

Le secteur centre-ville est composé de commerces hétérogènes avec des segments plus denses dans certaines parties, entre autres, la rue Heriot entre Marchand et Saint-Georges et la rue Lindsay entre la rue Saint-Jean et la rue Loring. Le coin Des Forges et boul. Saint-Joseph peut être qualifié de pôle alimentaire. Ce pôle majeur, regroupe plus de 500 places d'affaires à vocation régionale de l'appareil commercial drummondvillois. Ce sont les consommateurs provenant de l'ensemble de la municipalité et dans une moindre mesure, la MRC ainsi que les travailleurs du centre-ville qui sont attirés majoritairement par ce pôle commercial. 85 % des répondants proviennent de Drummondville. 11 % de la MRC, 27 % des répondants travaillent dans le secteur.

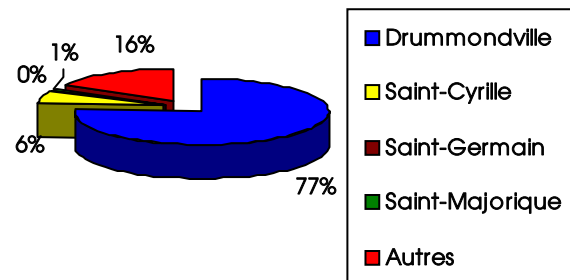
Dans une moindre mesure, le secteur attire une partie de la population de Saint-Cyrille. Ce sont principalement les commerces d'alimentation et de pharmacies (biens courants), de restauration, de services, de vêtements et d'accessoires (biens semi-courants) et de quincaillerie (semi-courant/réfléchi) qui génèrent le plus d'achalandage. Finalement, mentionnons que les répondants du secteur ont généralement des perceptions positives quant à la sécurité. Mais, dans un même temps, ils dénoncent le manque de courtoisie par rapport aux piétons et le manque de présence policière. 12 % des personnes interrogées estiment que les stationnements au centre-ville devraient être gratuits. Une grande proportion des répondants trouvent que le centre-ville est beau et agréable et citent la Place Saint-Frédéric comme exemple.

PROFIL DES RÉPONDANTS

Type de répondants secteur Centre-ville		
Types	Nbre	%
Drummondville	279	85
Saint-Cyrille	9	3
Saint-Germain	7	2
Saint-Majorique	1	.3
Autres	30	9
Total	326	100

Source : Commissariat au commerce 2009

Lieu de résidence



REVENU DES MÉNAGES

Les revenus des ménages sont relativement semblables aux secteurs Promenades/Galeries et boul. Lemire avec une proportion de 60 % des répondants ayant des revenus supérieurs à 40 000 \$. Comparativement à l'enquête effectuée précédemment dans le secteur Saint-Nicéphore, les revenus inférieurs à 40 000 \$ sont moins importants en pourcentage. La moyenne provinciale s'établit, quant à elle, à 58 954 \$. Source : Statistique Canada, Recensement 2006.

Revenu des ménages des répondants Secteur centre-ville		
Revenu	Nbre	%
20 000 \$ et moins	29	17
20 001 \$ - 40 000 \$	39	23
40 001 \$ - 60 000 \$	52	31
60 001 \$ - 80 000 \$	20	12
80 001 \$ - 100 000 \$	16	10
100 000 \$ et plus	11	7
TOTAL	167	100

Source : Commissariat au commerce 2009

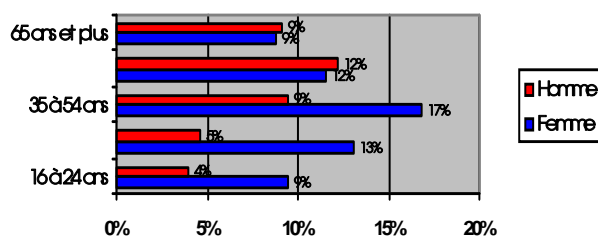


OCCUPATION ET FORMATION

Pour cette enquête, 36% des répondants travaillent à temps plein et 13 % à temps partiel. Une proportion importante des répondants 28 %, sont des retraités. Un ensemble de 9 % des répondants est aux études, plus du double de la proportion de l'enquête menée sur le boul. Lemire. 53 % des répondants ont une formation postsecondaire soit : 28 % de niveau collégial et 25 % de niveau universitaire. Dans toutes les enquêtes menées par le Commissariat, c'est le secteur centre-ville qui compte le plus de répondants de niveau universitaire, près du double des autres secteurs.

ÂGE ET SEXE

Age / sexe des répondants



Les différents groupes d'âges sont tous présents, mais les 25 à 34 ans, les 35 à 54 ans et les 55 à 64 ans forment respectivement 18 %, 36 % et 24 % des usagers. Les 65 ans et plus forment, quant à eux, 18 % de l'échantillonnage, un net recul de 21 % par rapport à l'enquête de 2005. Avec 13 % des usagers, le groupe des 16 à 24 ans est celui qui compte le moins de personnes, mais en augmentation de 10 % par rapport à 2005. La majorité des répondants soit 60 %, sont des femmes et 40 %, des hommes.

COMPORTEMENT DES RÉPONDANTS

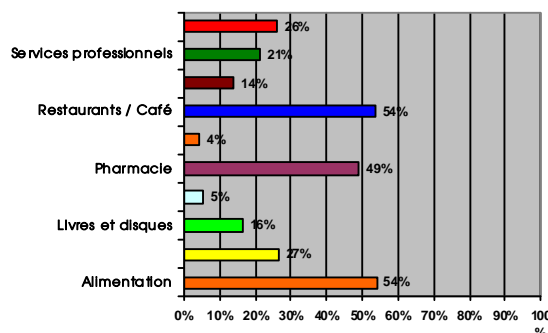
MOTIF PRINCIPAL

Dans l'ensemble, les usagers fréquentent le secteur Centre-ville pour le magasinage (39 %), comparativement à 2005 c'est une diminution de 47 %. La restauration, le travail et le lèche-vitrines (chacun 13 %). Les autres raisons le plus souvent évoquées sont principalement les services médicaux (médecins et dentistes) et les services professionnels.

TYPES DE COMMERCE GÉNÉRATEURS D'ACHALANDAGE

Ce secteur commercial est une destination privilégiée par les répondants pour l'alimentation et la restauration 54 % chacun, la pharmacie 49 %, le divertissement 27 % et les vêtements 25 %. Ce sont en majorité des biens courants, la restauration et le divertissement qui attirent l'ensemble des répondants. Les livres et disques attirent 15 % des répondants. Par rapport à 2005, c'est une diminution générale quant au commerce de détail, mais une augmentation quant à la restauration, le divertissement et

Secteur Centre-Ville
Destination principale pour les achats en :



Source : Commissariat au commerce 2008

les services. Les services professionnels et courants représentent 35 % des achats. Les magasins de meubles et de quincaillerie 5 et 4 % représentent les plus bas taux.

DÉPENSES DE CONSOMMATION

Dans l'ensemble, les répondants fréquentent le secteur centre-ville pour y consommer majoritairement des services. Parmi les usagers qui fréquentent les restaurants, les entreprises de divertissement et les services professionnels, 73 % d'entre eux dépensent moins de 50 \$, tandis que 10 % dépensent entre 50 et 75 \$. L'autre 17 % des répondants dépensent 75 \$ et plus.

Montant des dépenses des répondants secteur boul. Lemire		
Classes de	Nbres	%
10 \$ et moins	117	36
Entre 10 \$ et 30 \$	72	22
Entre 30 \$ et 50 \$	49	15
Entre 50 \$ et 75 \$	32	10
Entre 75 \$ et 100 \$	20	6
Entre 100 \$ et 150 \$	20	6
150 \$ et 200 \$	3	1
200 \$ et plus	13	8
TOTAL	326	100

Source : Commissariat au commerce 2009

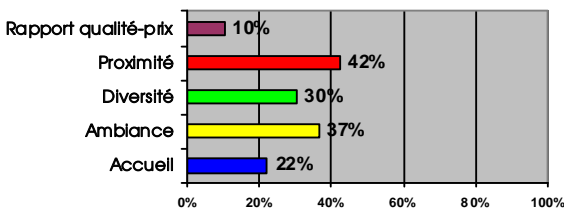
PERCEPTION À L'ÉGARD DES COMMERCES

Afin de connaître l'opinion des usagers à l'égard des commerces du secteur commercial Centre-ville, des questions concernant les aspects positifs du secteur, les aspects à étudier pour améliorer le secteur commercial et le genre de commerces à implanter dans le secteur à l'étude, ont été posées. Les répondants devaient donner leur appréciation.

ASPECTS POSITIFS

L'aspect essentiel mentionné et la principale raison de fréquentation de ce secteur commercial ont trait à la proximité pour 42 % et l'ambiance pour 37 %. Quant à la diversité proposée par les entreprises commerciales du secteur centre-ville aux consommateurs, 30 % des répondants y trouvent un aspect positif et l'accueil recueille la faveur de 22 % des répondants. Finalement, le rapport qualité-prix ne recueille l'adhésion que de 10 % des répondants contrairement aux autres secteurs commerciaux qui recueillaient un taux beaucoup plus important.

Aspects positifs du secteur

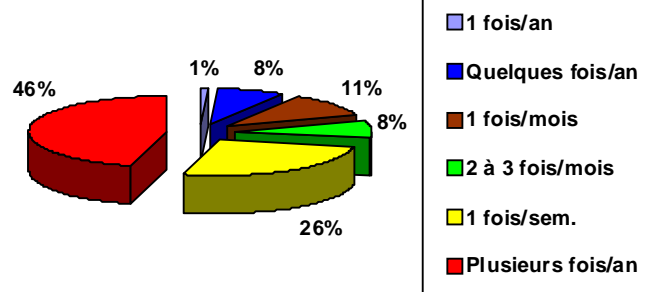


Source : Commissariat au commerce 2009

FRÉQUENCE

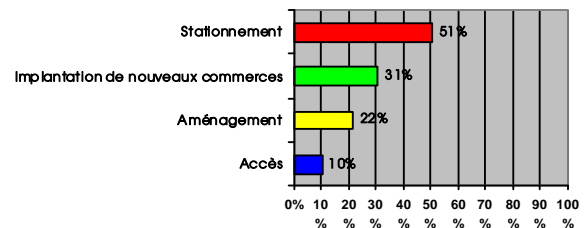
Dans l'ensemble, les usagers interrogés fréquentent régulièrement le secteur commercial du centre-ville ; 72 % le fréquente d'une à plusieurs fois par semaine tandis que 19 % s'y rendent d'une à plusieurs fois par mois.

Fréquence d'achat



Source : Commissariat au commerce 2009

Aspects à étudier pour améliorer le secteur



Source : Commissariat au commerce 2009

ASPECTS À ÉTUDIER

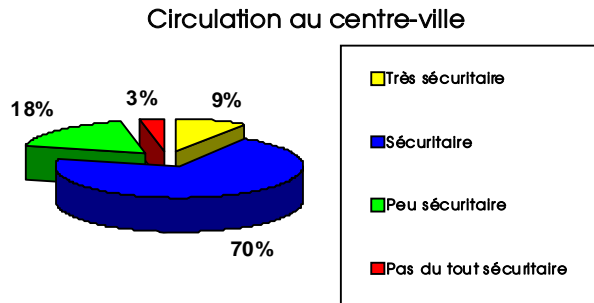
Afin d'améliorer ce secteur commercial, les répondants choisissent massivement à 51 % le stationnement, une légère augmentation (5 %) par rapport à 2005. La majorité des propositions sont à l'effet de rendre les places de stationnement gratuites et, dans une moindre mesure, en plus grand nombre. L'amélioration de la diversité commerciale et l'implantation de commerces spécialisés et de divertissements sont souhaitées dans une proportion de 31 %, une diminution notable de plus de 24 % par rapport à 2005. Les types de commerces mentionnés le plus souvent sont : la restauration rapide, santé et moyenne gamme, les bistros, une petite salle de spectacle, les boutiques spécialisées (alimentation produits fins, marché public, cadeaux, vêtements) et des magasins à rayon (Zellers, Dollorama).

PERCEPTION À L'ÉGARD DE L'ARTÈRE

Afin de connaître l'opinion des usagers à l'égard du secteur commercial centre-ville, des questions concernant la sécurité et l'accessibilité de l'artère ont été posées. Les répondants devaient donner leur appréciation. La même échelle a été utilisée pour les quatre critères : très sécuritaire, sécuritaire, peu sécuritaire et pas du tout sécuritaire. Afin de synthétiser l'information, nous avons regroupé sous le terme « perceptions positives » très sécuritaire, sécuritaire, les « perceptions négatives » peu sécuritaire et pas du tout sécuritaire.

SÉCURITÉ

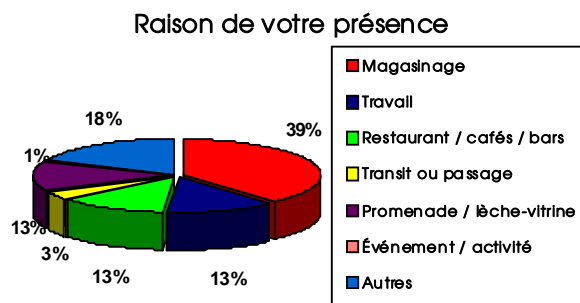
La majorité des répondants 70 %, ont une opinion positive par rapport à la sécurité. Parmi les sondés, 62 % le qualifie de sécuritaire, une augmentation de 9 % par rapport à 2005, tandis que 30 % ont une perception négative. Plusieurs ont mentionné le manque de courtoisie des automobilistes et le manque de prudences des piétons. L'installation de traverses piétonnières sécuritaires est perçue positivement, mais on décèle un manque de présence policière. Plusieurs répondants proposent l'élargissement des trottoirs et certains, l'instauration de sens uniques.



Source : Commissariat au commerce 2009

COMMENTAIRES GÉNÉRAUX

Selon l'avis de plusieurs répondants, il manque de diversité commerciale. Au niveau de la circulation, les commentaires qui reviennent le plus souvent sont le manque de courtoisie et l'absence policière. Plusieurs répondants souhaitent plus d'animation et d'activités au centre-ville, l'élargissement des trottoirs et la finalisation de l'aménagement de la piste cyclable, l'aménagement du stationnement de la gare ainsi que l'amélioration de la propreté dans certains secteurs du centre-ville.



Source : Commissariat au commerce 2009

MÉTHODE DE SONDAGE UTILISÉE

Les entrevues individuelles dans le secteur centre-ville ont été réalisées entre le 15 juin et le 4 juillet 2009. Les passants étaient sollicités de façon systématique et aléatoire. Plus de 664 personnes ont été approchées. 328 personnes ont accepté de répondre au questionnaire pour un taux de participation de 49 %.

- § Le questionnaire comportait 18 questions.
- § Les enquêteurs étaient positionnés aux entrées principales des pharmacies Jean-Coutu et Uniprix, IGA et CPC, Café Morgane, Chez Marier, Dairy Queen et la Lichette.
- § Le niveau de confiance est de 95 % et la marge d'erreur de ± 5 %. Cela signifie que 19 fois sur 20, la marge d'erreur des résultats est de ± 5 %.

Commissariat au commerce
221, rue Heriot
Drummondville (Québec) J2C 1J9 (819) 472-6705
www.commercesdr.com



Source : Commissariat au commerce 2009

Note : Le sondage, le graphisme et la rédaction ont été largement inspirés par des documents de Convergence. Nous tenons à les en remercier.

Si vous souhaitez en savoir davantage, des informations supplémentaires sont disponibles sur demande.

Sondage de provenance Centre-ville 2009

Drummondville



 328 répondants

