

ENQUÊTE AUPRÈS DE LA CLIENTÈLE DES DIFFÉRENTS SECTEURS COMMERCIAUX DE DRUMMONDVILLE

BOULEVARD LEMIRE 2018



Société de développement
économique de Drummondville

MISE EN CONTEXTE

Depuis 2005, Commerce Drummond, devenu depuis le 22 juin 2018 « Développement commercial et services » de la Société de développement économique de Drummondville (SDED), réalise annuellement une enquête auprès de la clientèle d'un des différents secteurs commerciaux de la ville de Drummondville afin de dresser un portrait du comportement d'achat, ainsi que des perceptions des personnes y circulant. Cette année, l'enquête s'est déroulée à l'échelle du secteur du boulevard Lemire, du 28 mai au 16 juin 2018. La dernière enquête effectuée dans ce secteur remonte au printemps 2013.

PORTRAIT DU SECTEUR COMMERCIAL BOULEVARD LEMIRE

Désigné comme « desserte communautaire », le boulevard Lemire, entre les rues Sigouin à la rue Mochon, dispose d'un rayonnement qui s'étend au-delà des limites municipales¹. Le boulevard Lemire est une artère urbaine très achalandée. Le débit hebdomadaire moyen à l'intersection du boulevard Lemire et de la rue Saint-Pierre totalise quelque 108 940 véhicules en direction nord et de quelque 120 130 véhicules en direction sud².

Le boulevard Lemire est composé de 129 commerces et de 8 locaux vacants. On y retrouve majoritairement des services réfléchis (26 %) et des services semi-courants (22 %)³.

1. Commerce Drummond, Charte de développement commercial, 2016-2021

2. Stantec, Direction des travaux publics, Ville de Drummondville, 6 septembre 2017

3. Commerce Drummond, logiciel ProfilCité, juillet 2018

PROFIL DES RÉPONDANTS

L'ENQUÊTE A PERMIS DE RECUEILLIR DE L'INFORMATION SOCIODÉMOGRAPHIQUE AFIN DE DRESSER UN PORTRAIT DES RÉPONDANTS ÂGÉS DE 16 ANS ET PLUS, FRÉQUENTANT LE SECTEUR COMMERCIAL DU BOULEVARD LEMIRE.

ÂGE, SEXE ET COMPOSITION DES MÉNAGES

Les groupes d'âge les plus nombreux sont celui des 65 ans et plus, suivi des 35 à 54 ans et des 55 à 64 ans, représentant 84 % des répondants. Depuis la dernière enquête dans le secteur, nous constatons une hausse de 7 % chez les 65 ans et plus, qui peut notamment s'expliquer par le vieillissement de la population. Lors du dernier recensement de Statistique Canada en 2016, ce groupe d'âge représentait 20,5 % de la population drummondvilloise.

Selon les résultats, la majorité des personnes interrogées sont des femmes - 59 % et des hommes - 41 % .

La moitié des répondants ont déclaré être en couple sans enfant (50 %) et une minorité a mentionné être seule avec enfants (3 %).



50 %
en couple sans enfant

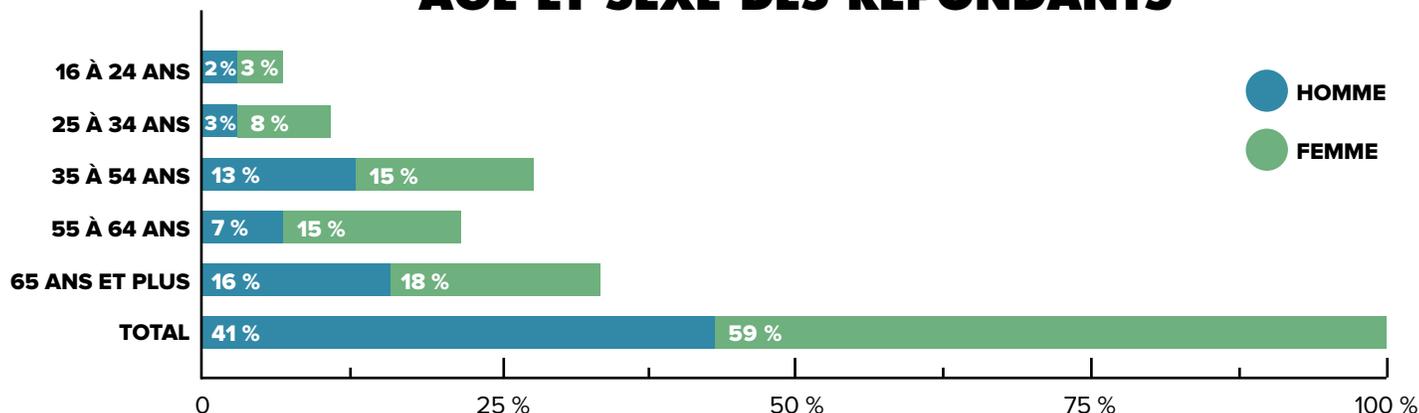
LIEU DE RÉSIDENCE

La MRC de Drummond est le principal lieu de résidence des répondants (96 %). De ce nombre, 80 % des personnes interrogées proviennent de Drummondville, 8 % résident à Saint-Germain-de-Grantham, alors que 12 % sont issues des municipalités environnantes.

LIEU DE RÉSIDENCE

VILLES OU VILLAGES	NB	%
Drummondville	478	80
Saint-Germain-de-Grantham	46	8
Wickham	8	1
Saint-Cyrille-de-Wendover	7	1
Saint-Bonaventure	6	1
Saint-Guillaume	4	1
Autres	45	8
TOTAL	594	100

ÂGE ET SEXE DES RÉPONDANTS



REVENU DES MÉNAGES

L'enquête démontre qu'il y a une concentration des ménages où le revenu s'élève de 20 001 \$ à 80 000 \$ (69 %). Il s'agit d'une diminution de 4 % quant à l'enquête réalisée en 2013 (73 %). Parmi les personnes interrogées, on remarque également qu'il y a plus de ménages possédant un revenu supérieur à 100 000 \$ (12 %), que lors de la dernière enquête (7 %).



Pourcentage des revenus des ménages se situant entre 20 001 \$ et 80 000 \$

REVENU DES MÉNAGES

REVENU (\$)	NB	%
20 000 et moins	43	8
20 001 à 40 000	133	23
40 001 à 60 000	147	26
60 001 à 80 000	115	20
80 001 à 100 000	61	11
100 001 et plus	68	12
TOTAL	567**	100

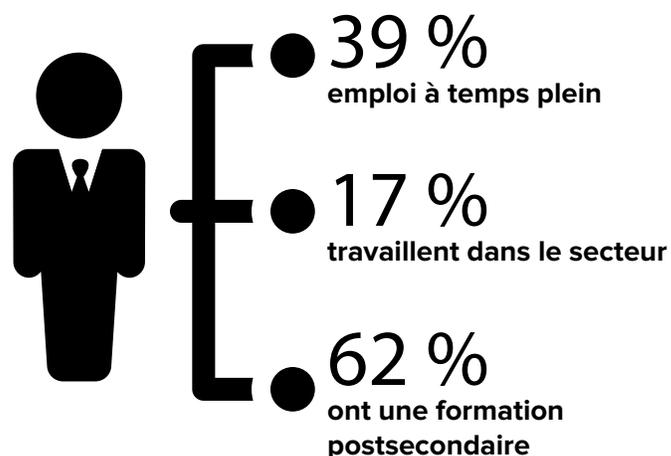
* Certains répondants ne nous ont pas mentionné leur revenu.

SITUATION D'ACTIVITÉ ET DE SCOLARITÉ

Une part importante des répondants (39 %) occupe un emploi à temps plein; une diminution de 4 % quant à l'enquête effectuée en 2013 qui affichait 43 %. Parmi les personnes interrogées, 17 % travaillent dans le secteur du boulevard Lemire.

Notons également que les retraités représentent 43 % des répondants; une donnée relativement semblable à l'enquête de 2013 (42 %).

Ces mêmes répondants, dans une proportion de 62 %, ont déclaré détenir une formation postsecondaire, de niveau collégial pour 38 %, de niveau universitaire pour 24 %, alors que 33 % ont, quant à eux, un diplôme d'études secondaires.



COMPORTEMENTS D'ACHAT DES RÉPONDANTS

L'ENQUÊTE PERMET DE RECUEILLIR DES INFORMATIONS PERTINENTES, DE PRÉCISER CERTAINS PARAMÈTRES DES COMPORTEMENTS DES CONSOMMATEURS DU SECTEUR DU COMMERCE DE DÉTAIL ET DES SERVICES.

DÉPENSES DE CONSOMMATION

Cette enquête dresse un portrait semblable à celui de 2013 quant à la répartition des dépenses. Soulignons une hausse de 9 % des dépenses de consommation pour la tranche d'achats située entre 51 \$ à 75 \$, comparativement à la dernière enquête. Toutefois, une baisse notable de 11 % est aussi perceptible quant aux dépenses de moins de 10 \$, comparativement à 2013. La hausse globale du coût de la vie, entre autres, liée à l'alimentation et à l'essence, explique en partie ces changements.

SECTEURS DE CONSOMMATION

La principale destination des personnes interrogées pour leurs achats à Drummondville est le secteur Promenades/Galeries avec 33 %; une diminution de 14 % avec 2013 (47 %). Le secteur du boulevard Lemire arrive en deuxième position pour 32 % des consommateurs; une augmentation de 12 % avec la dernière enquête (20 %). La proportion des consommateurs choisissant le boulevard Saint-Joseph pour leurs achats est similaire à l'enquête de 2013 (19 %) avec 18 %.

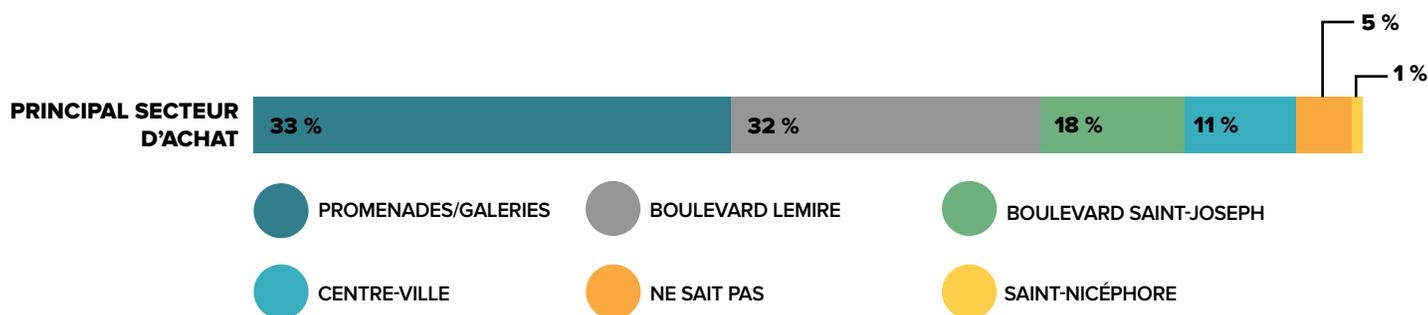


63 % Des répondants dépensent moins de 75 \$ par visite.

MONTANT DES DÉPENSES

MONTANT (\$)	NB	%
10 et moins	23	4
entre 11 et 30	107	18
entre 31 et 50	105	18
entre 51 et 75	126	23
entre 76 et 100	95	16
entre 101 et 150	57	10
entre 151 et 200	29	5
201 et plus	37	6
TOTAL	579*	100

* Certains répondants ne nous ont pas mentionné leur montant dépensé.

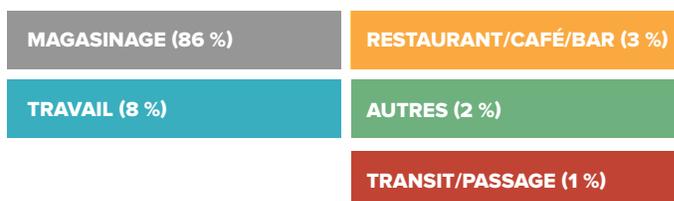


FRÉQUENCE D'ACHAT

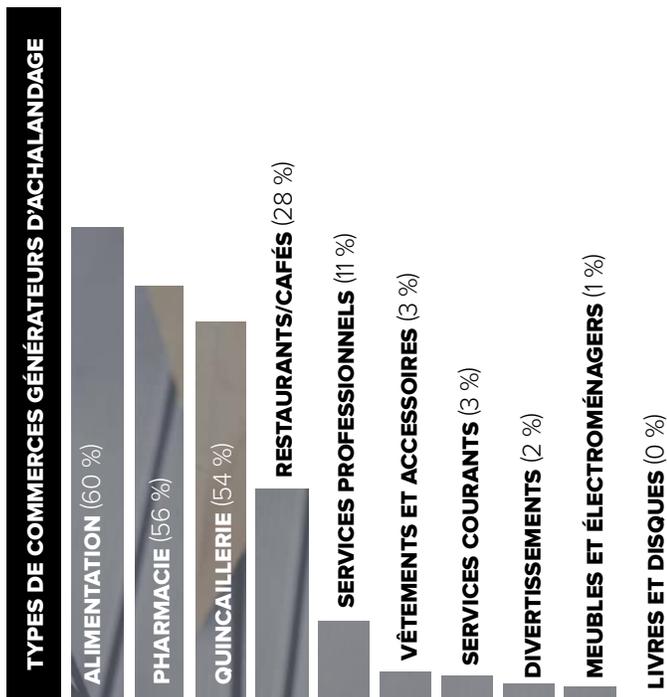
Si l'ensemble des personnes interrogées fréquentent régulièrement le secteur du boulevard, 72 % de celles-ci le fréquentent à raison d'une à plusieurs fois par semaine (80 % - enquête 2013), tandis que 23 % (32 % - enquête 2013) s'y retrouvent une à plusieurs fois par mois.

MOTIF PRINCIPAL

La principale raison évoquée par les répondants quant à leur présence dans le secteur est le magasinage (86 %), une augmentation de 14 % par rapport à l'enquête de 2013 (72 %). Les autres raisons mentionnées sont le travail (8 %), les restaurants/bars/café (3 %) et de transit ou de passage (1 %).



TYPES DE COMMERCE GÉNÉRATEURS D'ACHALANDAGE



Cette desserte est une destination privilégiée par les répondants pour l'alimentation à 60 %, la pharmacie à 56 %, ainsi que la quincaillerie à 54 %. Ce sont les commerces de biens courants et semi-courants qui attirent l'ensemble des personnes interrogées. En comparaison avec 2013, le secteur de l'alimentation a connu des hausses depuis les deux dernières enquêtes; une augmentation de 5 %, comparativement à 2013 et de 2 % en 2008. Le secteur pharmaceutique profite d'une augmentation considérable (47 %) de son achalandage, comparativement à l'enquête de 2013 et une hausse de 42 %, comparativement à 2008. Pour sa part, le secteur de la quincaillerie a, quant à lui, subi une baisse de 10 % en comparaison avec 2013 et une augmentation de 10 % avec 2008. Ces écarts peuvent s'expliquer par l'ajout de nouveaux commerces sur le boulevard Lemire (pharmacie, café, commerces spécialisés en alimentation, etc.)⁶, une plus grande diversité de l'offre commerciale sur le territoire drummondvillois, le positionnement des enquêteurs et également de l'échantillonnage différent de la dernière enquête.

*La somme est supérieure à 100 % puisque plus d'une réponse était possible.

PERCEPTION À L'ÉGARD DU COMMERCE

L'ENQUÊTE PERMET DE RECUEILLIR LES PERCEPTIONS DES CONSOMMATEURS À L'ÉGARD DE L'OFFRE COMMERCIALE PRÉSENTE DANS LE SECTEUR.

ASPECTS À ÉTUDIER POUR AMÉLIORER LE SECTEUR

Les répondants se sont prononcés sur les aspects à considérer dans le but d'améliorer la desserte communautaire du boulevard Lemire.

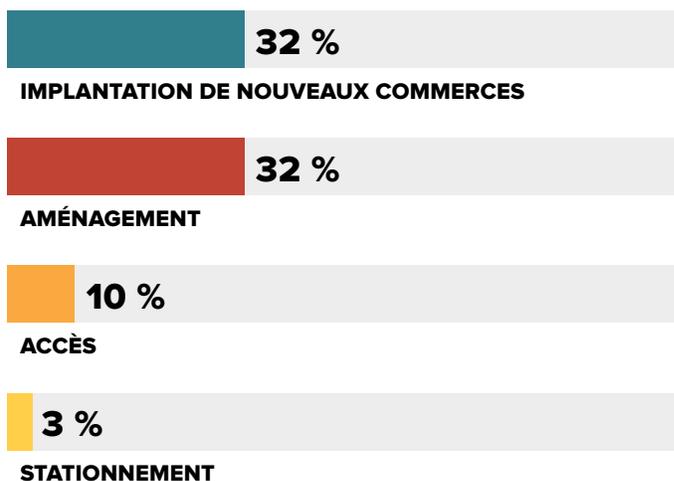
Les personnes interrogées ont choisi à égalité l'implantation de nouveaux commerces et les aménagements avec 32 %, situation relativement similaire à l'enquête de 2013. Par ordre d'importance, les types de commerces ayant été cités le plus souvent : les vêtements pour femmes avec 20 %, les vêtements pour enfants avec 15 %, les chaussures avec 13 % et la quincaillerie avec 12 %.

Fait intéressant, près de la moitié (49 %) préfèrent que l'offre commerciale ne change pas, alors qu'en 2013, ils n'étaient que 4 % à préférer le statu quo.

Au niveau de l'aménagement souhaité sur le boulevard Lemire, les aspects maintes fois évoqués sont l'amélioration de l'accessibilité et de la sécurité des piétons et cyclistes du secteur. L'aménagement d'une piste cyclable (en construction lors de l'enquête), de trottoirs et de passages piétonniers, ainsi que la bonification des équipements actuels pour ces mêmes usagers sont fortement suggérés par les répondants. L'optimisation des entrées et sorties des commerces sur le boulevard Lemire demeure également un enjeu primordial.

ASPECTS POSITIFS

La principale raison de fréquentation du secteur est sa proximité avec 63 %, situation relativement similaire à l'enquête de 2013 avec 65 %. Dans de plus faibles proportions, les autres aspects considérés positivement par les répondants sont la diversité (20 %), le rapport qualité-prix (14 %), l'accueil (14 %) et l'ambiance (10 %).



*La somme est inférieure à 100 % puisque certains répondants ne nous ont pas donné leur réponse.

PROXIMITÉ - 63 %

DIVERSITÉ - 20 %

RAPPORT QUALITÉ/PRIX - 14 %

ACCUEIL - 14 %

AMBIANCE - 10 %

*La somme est supérieure à 100 % puisque plus d'une réponse était possible.

PERCEPTION À L'ÉGARD DU SECTEUR

LA PERCEPTION DU SECTEUR AU NIVEAU DE LA SÉCURITÉ ET DE LA PROPRETÉ EST AUSSI UN ÉLÉMENT ESSENTIEL À LA COMPRÉHENSION DU SECTEUR COMMERCIAL À L'ÉTUDE.

SÉCURITÉ

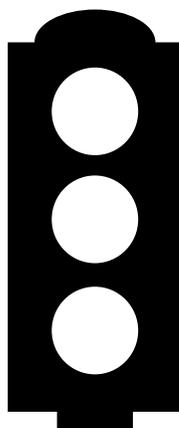
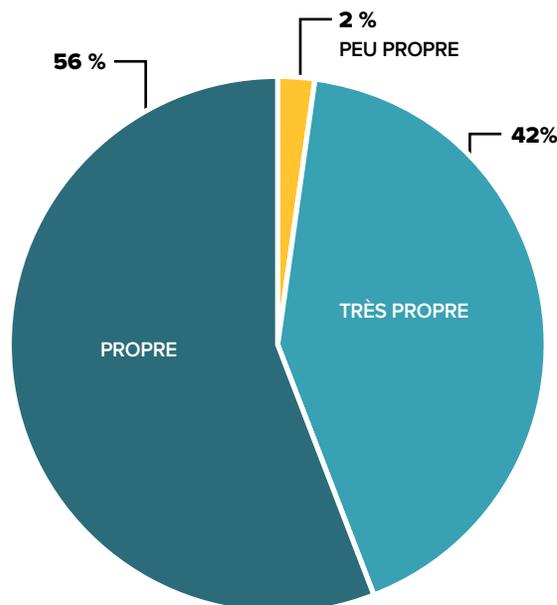
D'un point de vue général, 78 % des personnes interrogées ont une opinion positive quant à la sécurité et la circulation dans le secteur, un gain de 9 % sur les résultats de l'enquête de 2013. Bien que 22 % des répondants ont une opinion négative quant à la sécurité du secteur, force est de constater qu'en 2013 le tiers des répondants (31%) était de cet avis. D'ailleurs, ces derniers affirment que l'intersection du boulevard Lemire et de la rue Saint-Pierre est problématique en raison du flux de circulation important, de la vitesse et du comportement des automobilistes. Ces mêmes problèmes sont constatés de la part des personnes interrogées sur tout le boulevard Lemire, ce qui était aussi le cas lors de l'enquête de 2013. La difficulté de sortir des quartiers résidentiels par le boulevard Lemire est un autre point qui a été mentionné.

L'accès aux commerces, plus précisément les difficultés rencontrées pour entrer et sortir de ceux-ci, est aussi une préoccupation des répondants.

Finalement, rendre le secteur plus accessible aux piétons et cyclistes par l'ajout de passages piétonniers, de trottoirs et de pistes cyclables ainsi qu'améliorer les infrastructures déjà présentes pour ces usagers est un autre point évoqué par les personnes interrogées.

PROPRETÉ

Les avis sont unanimes à 98 % pour la propreté du secteur.



MÉTHODE D'ENQUÊTE UTILISÉE

CONCLUSION

L'enquête réalisée auprès de la clientèle du secteur du boulevard Lemire expose à la fois les points positifs qui émanent du développement commercial de ce secteur depuis 2013. Il permet aussi de mettre en lumière les divers besoins soumis par les consommateurs dans le cadre de la présente enquête.

Au chapitre des besoins mentionnés, afin d'améliorer la desserte du boulevard Lemire, figurent la sécurité et l'aménagement, desquels l'intersection du boulevard Lemire et de la rue Saint-Pierre, le très grand volume de véhicules circulant sur le boulevard Lemire, la vitesse et le comportement des automobilistes sont problématiques à ce carrefour.

La préoccupation des répondants au sondage envers la sécurité se répercute aussi au niveau de l'accessibilité envers les piétons et les cyclistes. L'aménagement de pistes cyclables (en cours lors de l'enquête), de trottoirs et de passages piétonniers, tout en bonifiant les équipements déjà présents pour ces mêmes usagers.

L'implantation de nouveaux commerces en biens semi-courants, à savoir : les vêtements pour dames, enfants et les chaussures sont les types de commerces le plus souvent mentionnés par les répondants. Si 48 % de ceux-ci souhaitent la venue de ce type de commerces, 49 % désirent le statu quo en la matière; un facteur sans doute attribuable à l'ajout d'une dizaine de nouveaux commerces depuis 2013⁷, ainsi qu'une offre commerciale davantage diversifiée sur le territoire drummondvillois.

Tout en favorisant le développement de liens sécuritaires et conviviaux au profit des différents usagers du secteur boulevard Lemire, au cours des prochaines années, le secteur des commerces et services de la SDED travaillera au maintien de l'offre commerciale et continuera d'encourager l'implantation de commerces de biens semi-courants et courants.

⁷Commerce Drummond, logiciel ProfilCité, juillet 2018

LEXIQUE

Biens courants

Type de biens de consommation que le client a l'habitude d'acheter fréquemment et rapidement avec un minimum de risques et d'efforts. Exemple : la vente au détail d'épicerie (avec ou sans boucherie), de fruits et légumes, de la viande (boucherie, charcuterie fine), de médicaments et d'articles de soins personnels (pharmacies), aussi : tabagies, dépanneurs, marchandises d'occasion, confiseries, bars laitiers, poissonneries, chocolateries, etc.

Biens semi-courants

Type de biens de consommation achetés fréquemment. Le risque et l'effort sont un peu plus importants pour le consommateur. Exemple : la vente au détail de produits de vêtements et d'accessoires vestimentaires, de prêts-à-porter, de chaussures, d'articles de sport et de jouets, de quincailleries, aussi : tissus et fils, laines, vêtements de travail, magasins à rayons, parfumeries, articles de mariage, papeteries, librairies, disques, fleurs, etc.

Desserte communautaire

Comprend habituellement un territoire inférieur à une entité municipale dans le monde urbain (d'un à plusieurs quartiers) à un ensemble de municipalités. La taille d'une desserte communautaire peut varier de 4 600 à 23 200 m² (de 50 000 à 250 000 p²). C'est une structure commerciale

variable, avec des bannières, où son rayonnement peut dépasser les limites municipales.

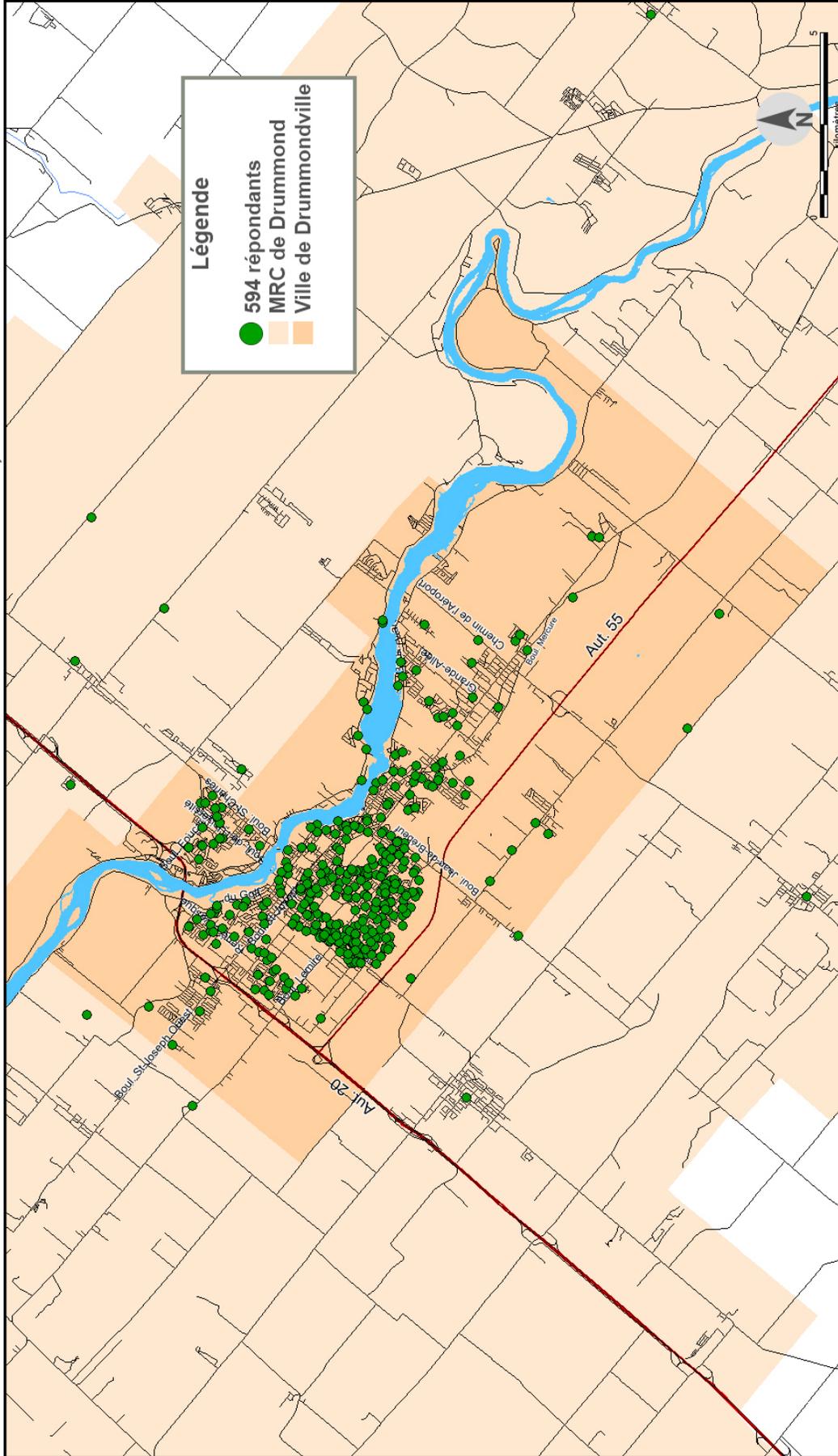
Services semi-courants

Type de services que le client a l'habitude d'acheter plus ou moins fréquemment, mais non par impulsion. Le risque et l'effort sont un peu plus importants pour le consommateur. Les services de réparation d'appareils ménagers, électricien, plomberie et chauffage, services de reproduction et d'impression, réparation électronique, centre de santé, cabinet comptable, etc., aussi : réparation mécanique, dentistes, location d'auto, services et équipements de télécommunication.

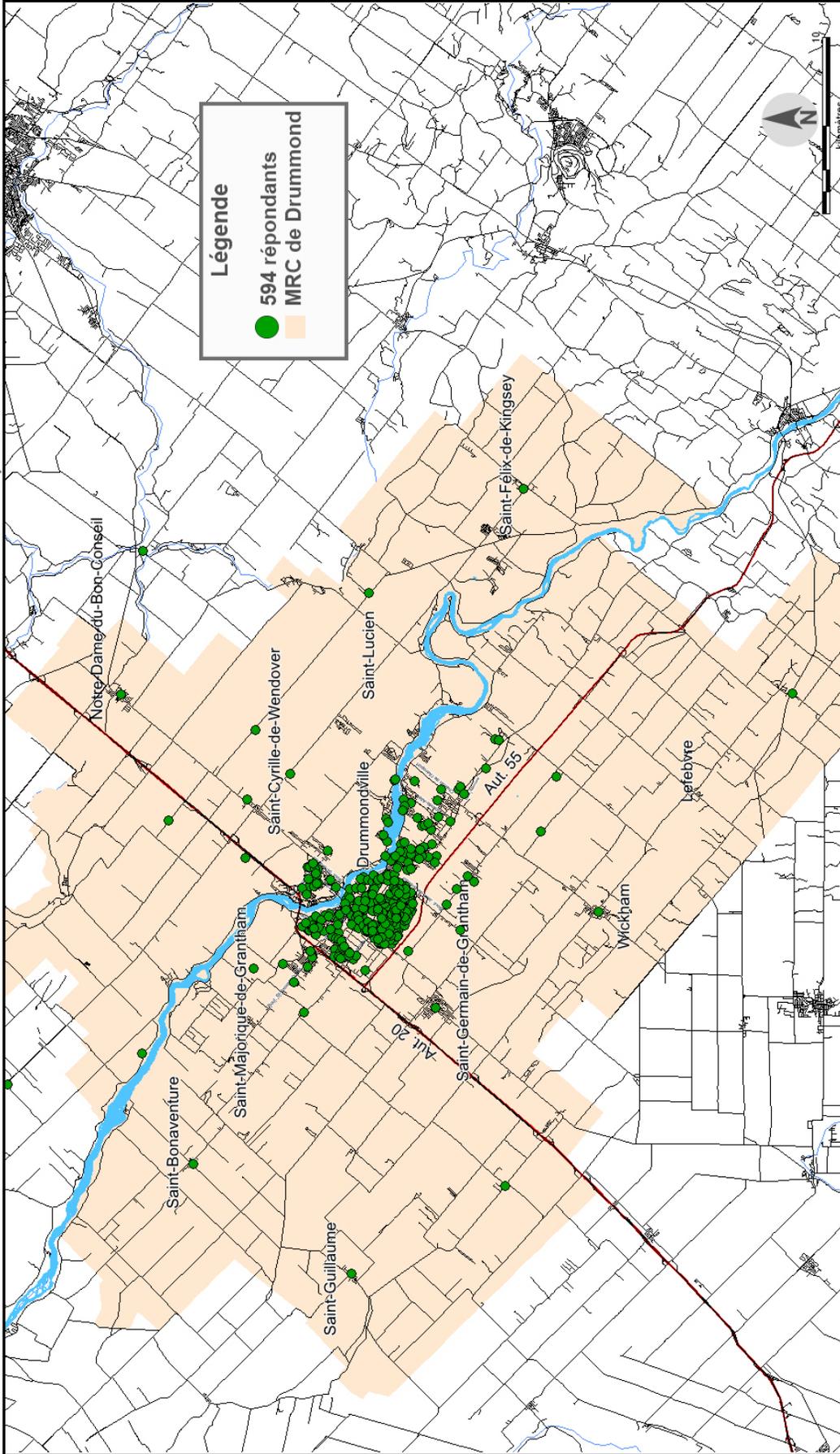
Services réfléchis

Type de services qui nécessitent un investissement d'argent important et que le client compare au cours du processus d'achat sur des bases telles que l'aspect pratique, la qualité, le prix et le style. Le risque et l'effort sont importants. Tous les autres services professionnels, agence de publicité, avocats, notaires, assurances, immobilier, traduction, aussi : graphiste, impression, rembourrage,

Provenance de la clientèle du secteur boulevard Lemire, Drummondville



Provenance de la clientèle du secteur boulevard Lemire, MRC de Drummond



MÉTHODOLOGIE

Questionnaire : Commerce Drummond (Dév. commercial et services – SDED)

Taille de l'échantillon aléatoire simple : n = 1 153

Nombre de répondants : 594

Taux de réponse : 51,5 %

Répondants : personnes sélectionnées de façon systématique et aléatoire

Marge d'erreur : 2,88 %, niveau de confiance de 95 %

TRAITEMENT DE DONNÉES

Analyse et rédaction : Véronique Larose, urbaniste

Conception graphique : Fluid Design Graphique

Sondeurs : Thomas Bonhomme, Laurent Letendre et Véronique Larose

Révision : Luc Gaudreau, directeur – Service – Communications & marketing

Coordination : Véronique Larose, urbaniste

SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DE DRUMMONDVILLE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL ET SERVICES

1400, rue Jean-Berchmans-Michaud

Drummondville (Québec) J2C 7V3

819 477-5511

sded.ca



**ENQUÊTE AUPRÈS DE LA CLIENTÈLE
DES DIFFÉRENTS
SECTEURS COMMERCIAUX
DE DRUMMONDVILLE**

BOULEVARD LEMIRE 2018



Société de développement
économique de Drummondville