

« AIRES LIBRES 2010 »

RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE SUR L'IMPACT DE
LA PIÉTONISATION AUPRÈS DES
COMMERÇANTS AU DÉTAIL DE LA RUE
SAINTE-CATHERINE EST

L'ENQUÊTE

- Enquête téléphonique menée auprès de 40 commerçants au détail de la rue Sainte Catherine Est, du 4 au 22 octobre 2010.
- Les commerces au détail étaient issus de différents secteurs (coiffure, mode, dépanneur, etc.).
- Le but était de connaître leur perception de l'événement « AIRES LIBRES 2010 » et d'amasser quelques données marketing générales.
- Le nombre de commerçants ayant acceptés de répondre au questionnaire ou ayant été rejointes s'élève à 26, soit un taux de réponse de 65 %.

NB DE COMMERÇANTS TOTAL	40
RÉPONDANTS	26
NON RÉPONDANTS	13
ABSTENTION	1
TAUX DE RÉPONSE (%)	65

Note: les commerçants n'ayant pas répondu n'ont pour la plupart pas été rejoints et ne représentent pas, selon nous, une masse d'insatisfaits qui auraient boycotté le sondage.

CONNAÎTRE LE COMMERÇANT

- Grâce aux réponses apportées par les 26 commerçants répondants, nous pouvons souligner les caractéristiques générales suivantes :
 - **Une réelle fidélité**; les commerces implantés sur la rue Sainte-Catherine Est ont une ancienneté moyenne de 13 ans (le record étant détenu par *Coiffure Michel-Ange*, présent sur la rue depuis 45 ans).
 - **Des commerces de petite taille**; le nombre d'employés en moyenne par magasin est de 8 personnes avec une forte disparité entre les commerces (*Pharmaprix* et *Priape* ont un nombre d'employés à peu près égal au nombre d'employés total des autres commerces regroupés).
 - **Peu de propriétaires**; 85 % des commerçants au détail interrogés louent leur local commercial.

MEMBRES SAINTE-CATHERINE EST	
NB COMMERÇANTS	26
NB D'EMPLOYÉS MOYEN*	8
ANCIENNETÉ MOYENNE**	13
% LOCATAIRES	85

*Nb employés moyen calculés sur le nombre total de répondants soit 25 (N.C pour Quincaillerie Rona)

**Ancienneté moyenne calculée sur le nombre total de répondants soit 24 (N.C pour Quincaillerie Rona et American Apparel)

CONNAÎTRE LE COMMERÇANT (Partie 2)

Quel est votre degré de satisfaction concernant l'exploitation de votre commerce sur la rue Sainte-Catherine Est, et ce depuis l'ouverture de votre commerce ?

NB DE COMMERÇANTS	26			
	TRÈS SATISFAIT	SATISFAIT	INSATISFAIT	TRÈS INSATISFAIT
TOTAL	4	14	6	2
% SATISFACTION GÉNÉRALE	15	54	23	8

- 69 % des commerçants au détail se déclarent « satisfaits » ou « très satisfaits » de l'exploitation de leur commerce sur la rue Sainte-Catherine Est.
- Un peu moins du tiers des commerçants se déclarent « insatisfaits » ou « très insatisfaits ». Toutefois, au vu de leur niveau d'ancienneté sur la rue, on note tout de même une forte fidélité de la part de la plupart de ces commerçants. En effet, la moyenne d'ancienneté des commerçants dits « insatisfaits » ou « très insatisfaits » est de 8 ans!

LES COMMERÇANTS ET LEUR CLIENTÈLE (Partie 2)

D'où provient majoritairement votre clientèle ?				
NB DE COMMERÇANTS	26			
	QUARTIER (Village)	ÎLE DE MONTRÉAL	EXTÉRIEUR DE L'ÎLE	EXTÉRIEUR DU QUÉBEC
TOTAL	9	16	1	0
% PROVENANCE CLIENTÈLE	35	61	4	0

- La majorité de la clientèle, chez 61% des commerces, provient de l'île de Montréal (35% du quartier principalement).
- À cela s'ajoute les touristes, qui représentent une clientèle non négligeable quoi que moins importante.

LES COMMERÇANTS ET LEUR CLIENTÈLE (Partie 3)

- La majeure partie des commerçants est incapable de décrire sa clientèle cible. L'âge a fait l'objet d'une mention pour 61% d'entre eux. Mais notons que la description demeure très floue.
- Néanmoins, 85% des commerçants jugent avoir les bons outils pour attirer leur clientèle (bouche à oreille, site web, outils marketing,...).
- Et le même pourcentage de commerçants ne pensent pas devoir modifier leur offre commerciale pour s'adapter aux tendances actuelles du marché...

Actuellement, pensez-vous avoir tous les outils pour attirer votre clientèle cible ?		
NB DE COMMERÇANTS	26	
	OUI	NON
TOTAL	22	4
% OUI OU NON	85	15

Au vu des tendances actuelles du marché, pensez-vous modifier votre offre commerciale afin de vous adapter ?		
NB DE COMMERÇANTS	26	
	OUI	NON
TOTAL	4	22
% OUI OU NON	15	85

MESURER L'IMPACT DE LA PIÉTONISATION

Au delà des répercussions positives ou négatives sur votre commerce, quel est votre jugement global de la piétonisation, cet été ?

NB DE COMMERÇANTS	26			
	TRÈS BON	BON	MAUVAIS	TRÈS MAUVAIS
TOTAL	14	9	3	0
% JUGEMENT GLOBAL PIÉTONISATION	54	35	11	0

- Le jugement global de l'opération par les commerçants au détail est plus que positif: 54% des commerçants jugent l'initiative « très bonne » et 35% la juge « bonne », soit 89% d'avis positifs!

- Cependant, les avis sont mitigés concernant les moyens mis en place pour attirer les piétons vers les commerces au détail: 58% les jugent «bons» ou «très bons», mais 19 % les jugent « mauvais », voire «très mauvais»... à 23%. Le taux de mécontentement est donc de 42%.

Comment jugez-vous les moyens mis en place par les organisateurs en terme d'attractivité pour les commerces de détails ?

NB DE COMMERÇANTS	26			
	TRÈS BON	BON	MAUVAIS	TRÈS MAUVAIS
TOTAL	4	11	5	6
% MOYENS DÉPLOYÉS PAR ORGANISATEURS	15	43	19	23

MESURER L'IMPACT DE LA PIÉTONISATION (Partie 2)

Comment évalueriez-vous la visibilité de votre commerce durant cette opération ?				
NB DE COMMERÇANTS	26			
	TRÈS SUFFISANTE	SUFFISANTE	INSUFFISANTE	TRÈS INSUFFISANTE
TOTAL	9	6	5	6
% VISIBILITÉ DURANT OPÉRATION	35	23	19	23

- La visibilité des commerces au détail durant l'initiative est positive (58% l'ont trouvé « très suffisante » ou « suffisante »). Reste que 42% ne sont pas de cet avis.
- La principale raison avancée est les terrasses implantées devant les commerces (82%).

Si vous avez répondu insuffisant ou très insuffisant à la question précédente, quels sont les éléments de la piétonisation qui ont contribué à cette situation ?		
NB DE COMMERÇANTS	11	
	TERRASSES	AUTRES
TOTAL	9	2
% ÉLÉMENTS CONTRIBUANT VISIBILITÉ INSUFFISANTE OU TRÈS INSUFFISANTE	82	18

MESURER L'IMPACT DE LA PIÉTONISATION (Partie 3)

Au sortir de l'opération, quel jugement portez-vous sur la qualité de la clientèle rencontrée durant cette piétonisation ? Correspondait-elle à votre cible ?

NB DE COMMERÇANTS	26			
	OUI	UNE PARTIE	PEU DE CLIENTS Y CORRESPONDAIT	AUCUN CLIENT N'Y CORRESPONDAIT
TOTAL	17	3	2	4
% QUALITÉ CLIENTÈLE RENCONTRÉE	65	12	8	15

- 65% des commerçants ont trouvé que la clientèle rencontrée durant l'événement correspondait à leur cible.
- Plus d'un quart se sont cependant montrés insatisfaits, voire très insatisfaits des retombées sur leurs activités commerciales (31%)

Êtes vous globalement satisfait des retombées de la piétonisation sur votre activité commerciale ?

NB DE COMMERÇANTS	26	
	POSITIFS (TRÈS SATISFAITS ET SATISFAITS)	NÉGATIFS (INSATISFAITS ET TRÈS INSATISFAITS)
TOTAL	18	8
% SATISFACTION RETOMBÉES COMMERCIALES	69	31

MESURER L'IMPACT DE LA PIÉTONISATION (Partie 4)

Au final, êtes-vous pour ou contre la poursuite de cette opération de piétonisation ?		
NB DE COMMERÇANTS	26	
	POUR	CONTRE
TOTAL	21	5
% POURSUITE OPÉRATION PIÉTONISATION	81	19

- 81% des commerçants se prononcent « pour » la poursuite de l'opération « Aires Libres 2010 ».
- L'explication principale est l'attractivité que cet événement entraîne dans la rue, ce qui est bénéfique aussi bien pour leur activité que pour le quartier.
- L'explication des « contre » se partage entre l'insécurité, la malpropreté et les difficultés d'accès durant l'opération.
- Il n'en demeure pas moins que 15% des commerçants, bien qu'ils se prononcent « pour » la poursuite de l'événement, ne notent aucun changement sur leurs bénéfices et n'apprécient que l'activité dans la rue.

MESURER L'IMPACT DE LA PIÉTONISATION (Partie 5)

Dans l'ensemble, comment jugez-vous la qualité d'aménagement de la rue durant l'événement de piétonisation "AIRES LIBRES 2010" ?			
NB DE COMMERÇANTS	26		
	TRÈS BONNE/BONNE	MAUVAISE / TRÈS MAUVAISE	SANS AVIS
TOTAL	15	7	4
% QUALITÉ AMÉNAGEMENT	58	27	15

- La qualité de l'aménagement suscite des avis partagés, alors que 58% des commerçants la trouve de bonne qualité, 42% d'entre eux restent mitigés.
- La principale raison avancée par les commerçants mécontents (dont 2 pourtant satisfaits) est l'application de lignes jaunes sur le sol durant l'événement. La majeure partie des commerçants les ont jugé difficiles à enlever, très coûteuses ou peu esthétiques.
- Parmi les commerçants satisfaits, nombreux sont ceux qui ont noté de bons aménagements, tout en appuyant sur le fait qu'ils n'étaient bénéfiques que pour les bars et les restaurants.

MESURER L'IMPACT DE LA PIÉTONISATION (Partie 6)

Observations / Suggestions / Axes d'amélioration afin de mettre en valeur les commerces de détail durant l'événement	
23 %	N'ont pas formulé de suggestion.*
19 %	Suggèrent de créer des aménagements pour valoriser les commerces de détail et/ou de réduire l'espace accordé aux terrasses.
15%	Désirent pouvoir vendre à l'extérieur tout l'été.

* Cela ne veut pas nécessairement dire qu'ils sont insatisfaits. Par exemple, *American Apparel* n'a pas d'idée à proposer pour améliorer l'expérience, mais ce commerce se dit très satisfait de la formule actuelle.

NOTE: Les autres suggestions se sont avérées très personnelles et ne sont pas partagées par un nombre suffisant de commerçants. Nous ne les avons pas énumérées ici.

Souhaitez-vous vous exprimer de vive voix en participant au groupe de discussion ?

NB DE COMMERÇANTS	26	
	OUI	NON, MERCİ
TOTAL	19	7
% DISPONIBLE POUR GROUPE DE DISCUSSION	73	27

Nos conclusions

- La grande majorité des commerçants au détail s'est montrée favorable à l'initiative de piétonisation et souhaite la poursuite de l'événement.
 - 88% de satisfaction globale
 - 58% ont jugé leur visibilité « bonne » ou « très bonne »
 - 65% croient que la clientèle rencontrée correspondait à leur cible
 - 69% sont satisfaits des retombées de l'événement sur leur commerce
 - 81% désirent la poursuite de l'événement
- Les commerçants mécontents ont chacun des raisons bien personnelles de ne pas appuyer ce projet (coût élevé, manque de visibilité, absence de retombées, thématique, aménagement, accessibilité...).
- Les aménagements, la visibilité et les moyens mis en place pour valoriser l'offre commerciale au détail sont des points plus faibles du projet.
- Cependant, il n'est pas clair pour nous que des aménagements mettant davantage en valeur les commerces au détail feraient vraiment augmenter le taux de satisfaction. Pour y arriver, il faudrait y jumeler une diminution de l'espace accordé aux terrasses et/ou ajouter des activités promotionnelles spécifiques aux commerces de détail, comme permettre des ventes en plein air tout l'été. Malgré tout, une base solide, d'environ 20%, restera très difficile à satisfaire, peu importe les mesures mises en place. Le fait que l'événement n'attire pas la bonne clientèle ou le manque d'accessibilité en raison de la fermeture de la rue sont, par exemple, des facteurs qui ne pourront être améliorés.