



CCI NANTES ST-NAZAIRE

Observatoire de la Demande Clisson

Premiers éléments - 4 novembre 2014

- **Données de cadrage**
- **La nature du pôle et de sa clientèle**
- **L'image et le fonctionnement du pôle**

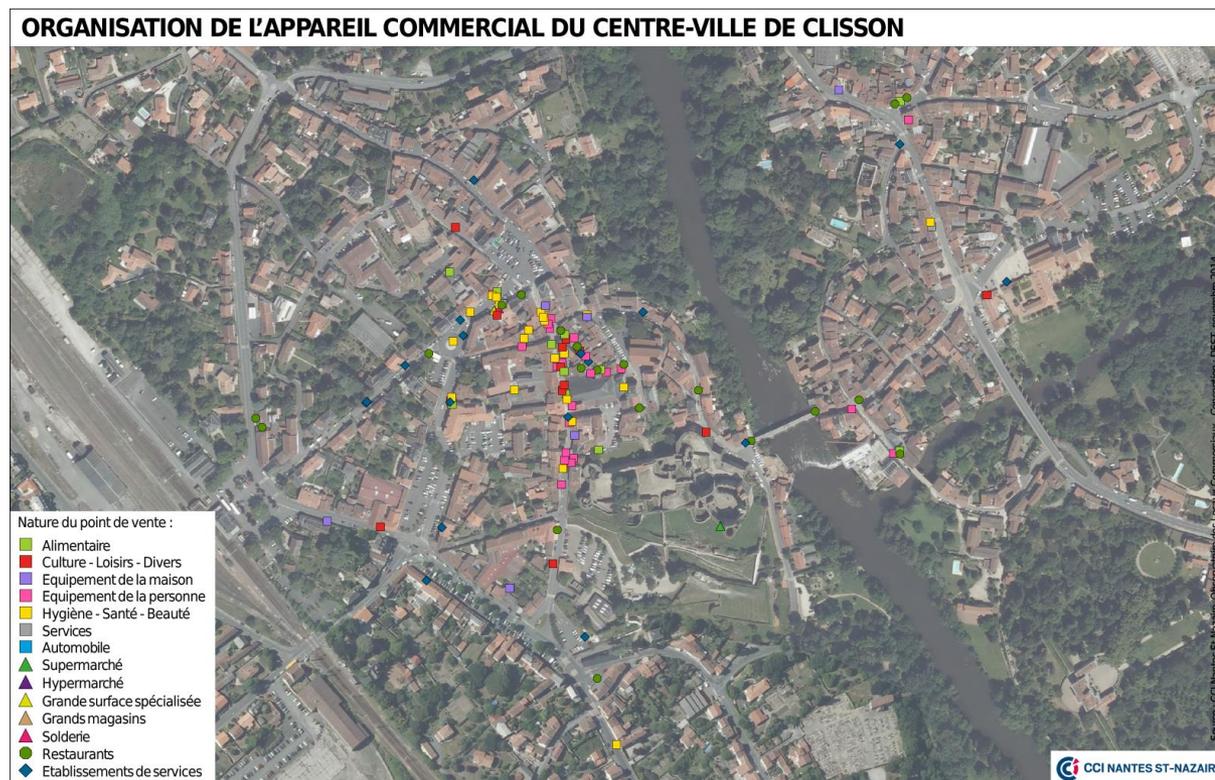
▪ **Données de cadrage**

- La nature du pôle et de sa clientèle
- L'image et le fonctionnement du pôle

Données de cadrage

■ Clisson : éléments quantitatifs sur l'offre

- Avec 84 commerces fin 2013, un niveau stable depuis 3 ans, **le centre-ville de Clisson constitue, en nombre de points de vente, le 12^{ème} pôle commercial** de Loire Atlantique;

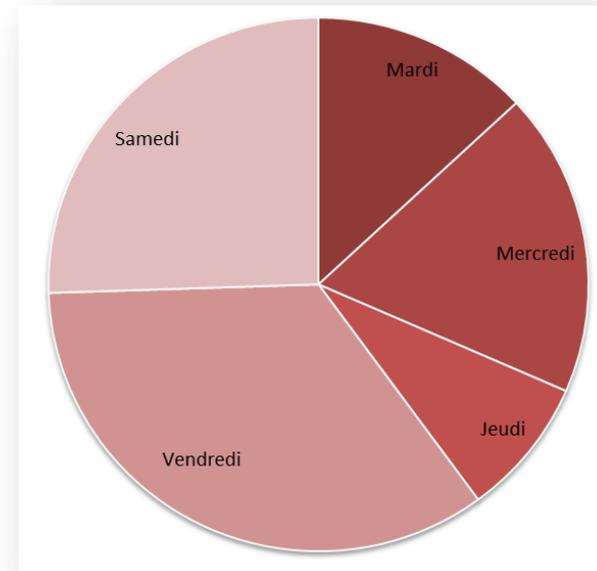
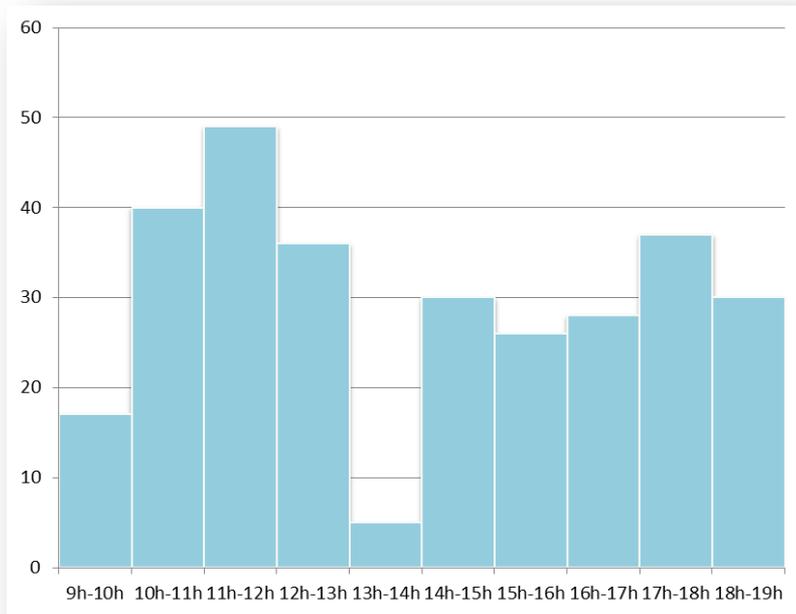


- L'offre se caractérise par **l'importance de l'équipement de la personne** (28% des moins de 300 m², contre une moyenne départementale de 17%), et, à l'inverse, par la **sous-représentation de l'alimentaire** (15% contre une moyenne départementale de 18%).

Données de cadrage

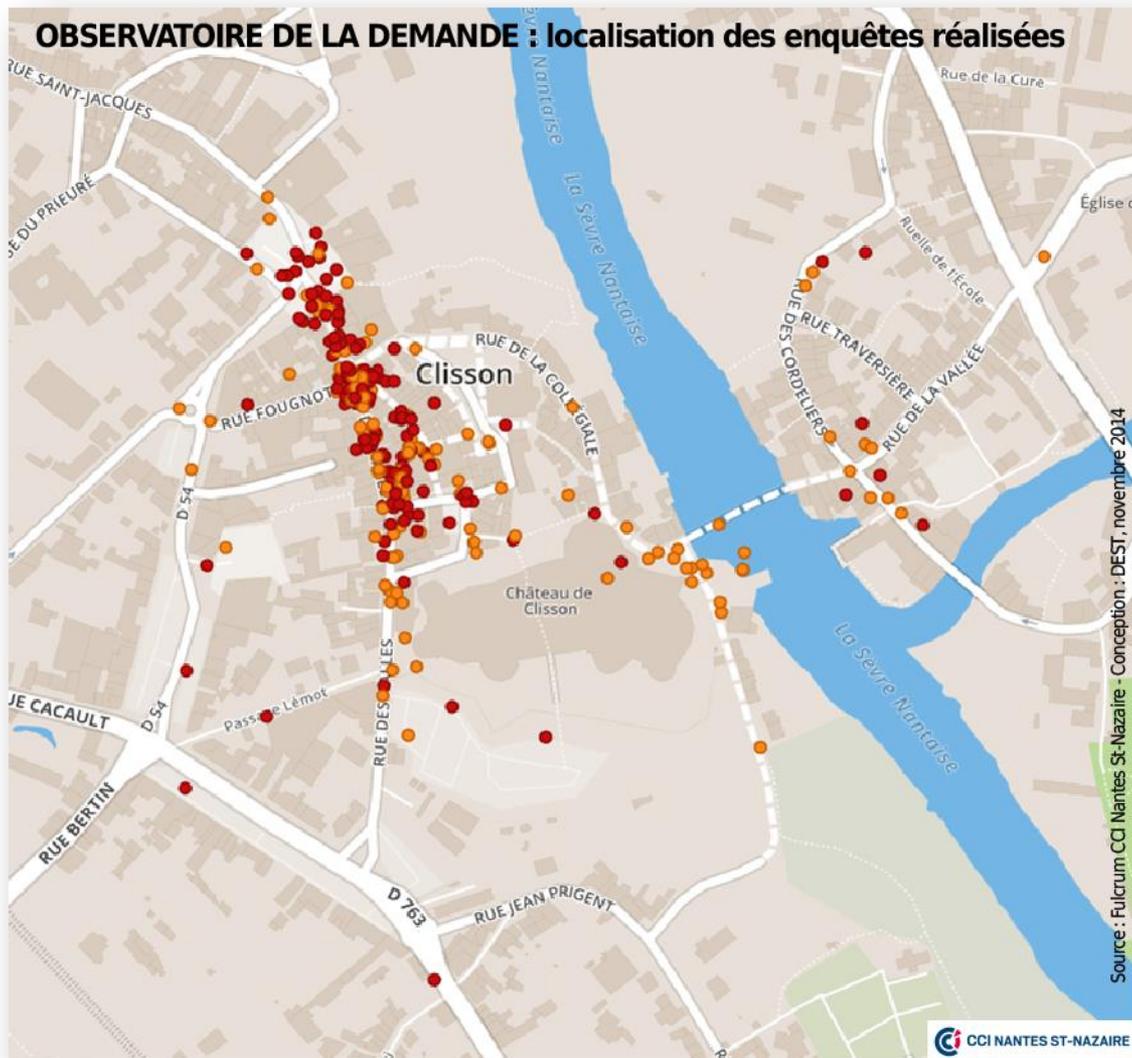
■ L'enquête

- 298 enquêtes réalisées du mercredi 28 mai au samedi 7 juin
- Des enquêtes réalisées **du mardi au samedi**, de 9h à 19h.



Données de cadrage

■ L'enquête



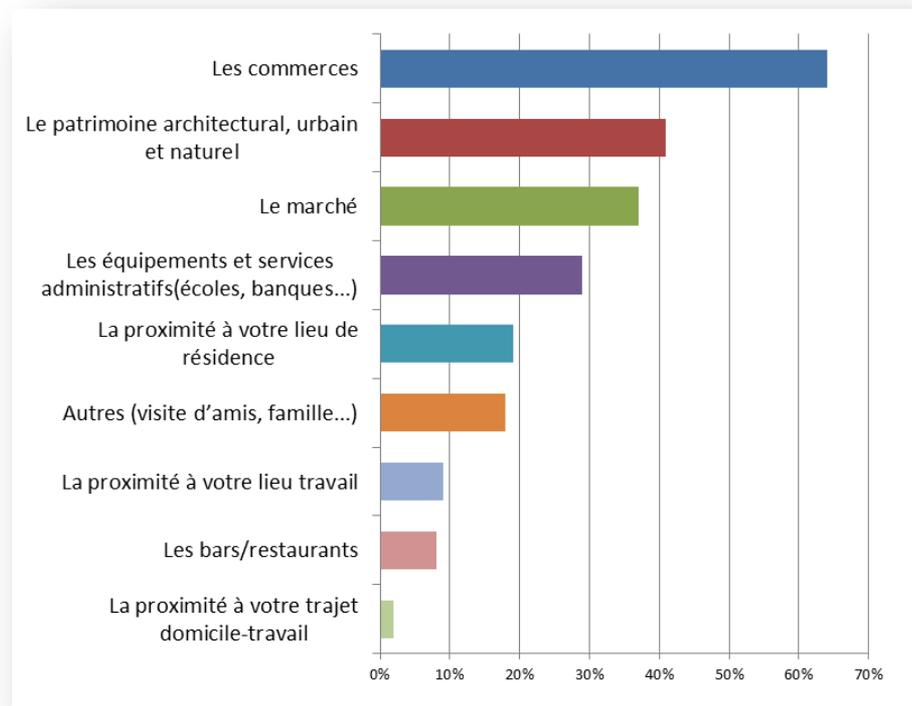
- Des enquêtes réalisées dans l'ensemble du centre-bourg.

- Données de cadrage
- **La nature du pôle et de sa clientèle**
- L'image et le fonctionnement du pôle

La nature du pôle et de sa clientèle

▪ L'offre commerciale : le moteur principal de la dynamique du centre-ville

- L'offre commerciale constitue la première raison de venue dans le centre-ville, tandis que les raisons de proximité sont à l'inverse assez peu citées. Conjointement au patrimoine, **les commerces sont à l'origine – et non la résultante – de l'animation du centre.**



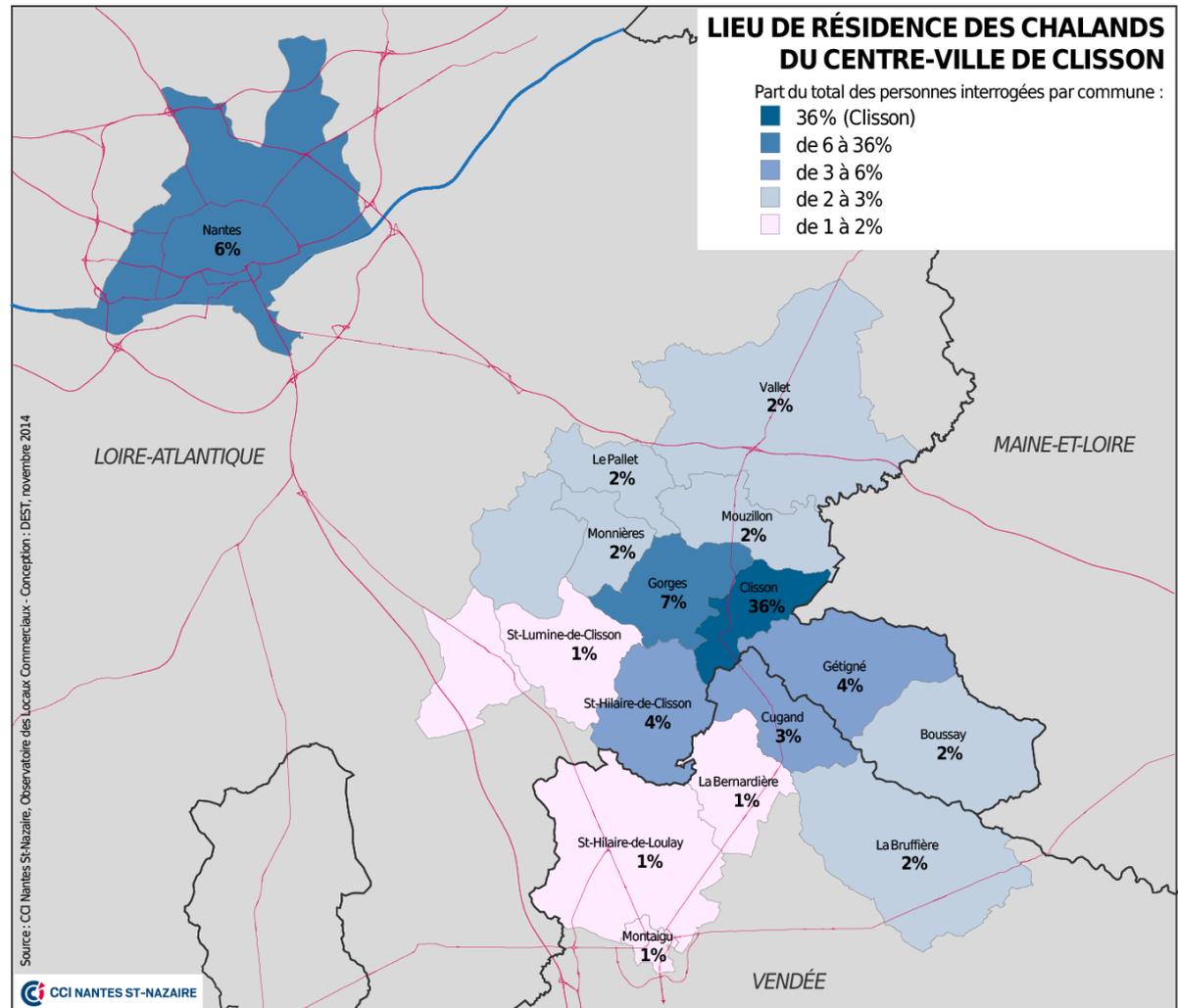
Principales raisons de la présence dans le centre-ville de Clisson

La nature du pôle et de sa clientèle

■ Une attractivité assez large

- **77% des chalands résident en Loire-Atlantique** (36% de Clisson même), 14% en Vendée et 4% en Maine-et-Loire. Les venues plus lointaines représentent 5% des personnes interrogées.

- Combinant offre commerciale et attrait touristique, **le centre-ville de Clisson dispose d'une aire de chalandise assez vaste.**



- Données de cadrage
- La nature du pôle et de sa clientèle
- **L'image et le fonctionnement du pôle**

Image et fonctionnement du pôle

■ L'image du pôle

- Une demande de diversité modérée dans son ampleur mais large dans sa typologie

→ Une demande de plus grande diversité qui concerne 20% des chalands (*contre, par exemple, 33% à Pornic, 56% à St-Nazaire – mais 5% à La Baule*);

→ Un panel de demandes large, dominé par les commerces de bouche (poissonnerie et boulangeries principalement), mais aussi l'équipement de la personne, le bricolage, et les instruments de musique.

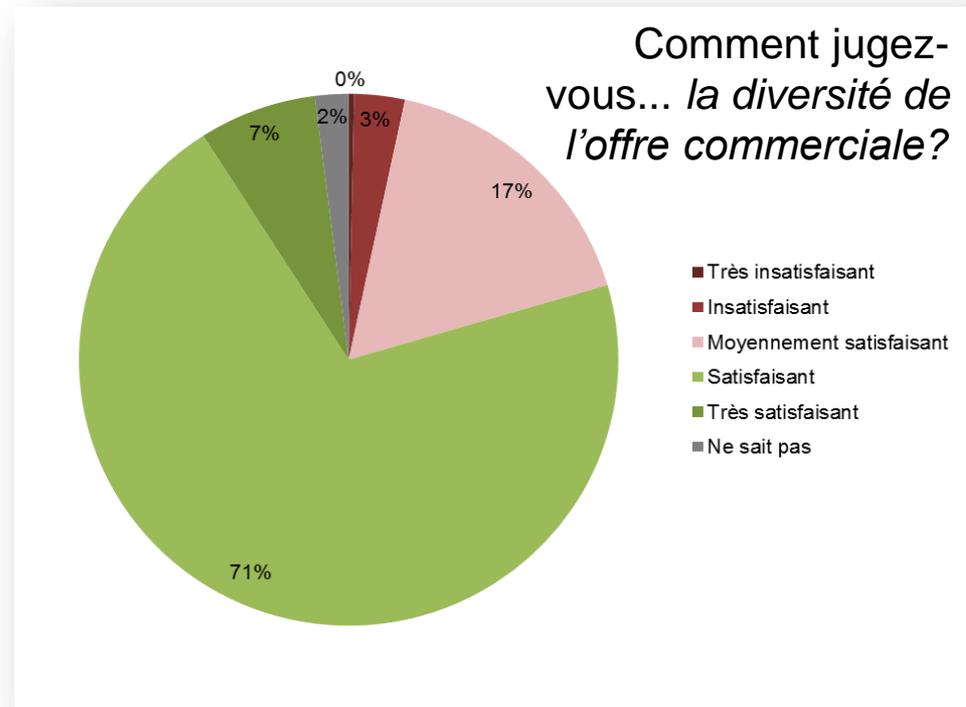


Image et fonctionnement du pôle

■ L'image du pôle

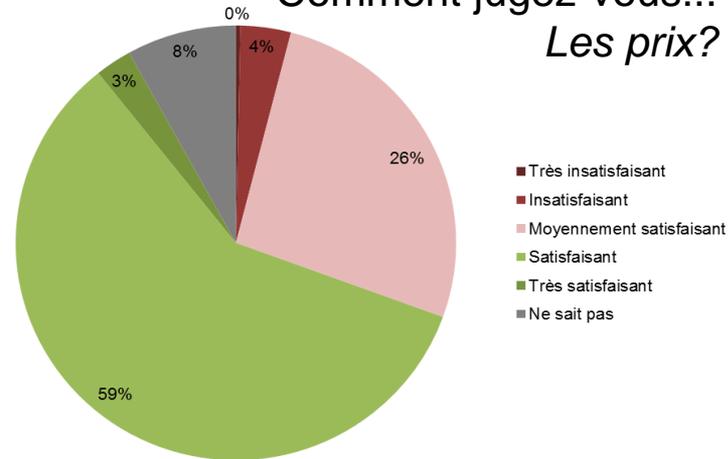
- **Un rapport qualité-prix satisfaisant**

→ Une insatisfaction sur les prix à relativiser (un niveau « habituel »), même si la thématique apparaît également de façon significative dans les commentaires libres (concernant notamment l'habillement);

→ Un très bon niveau de satisfaction quant à la qualité des produits proposés.

Comment jugez-vous...

Les prix?



Comment jugez-vous...

la qualité des produits?

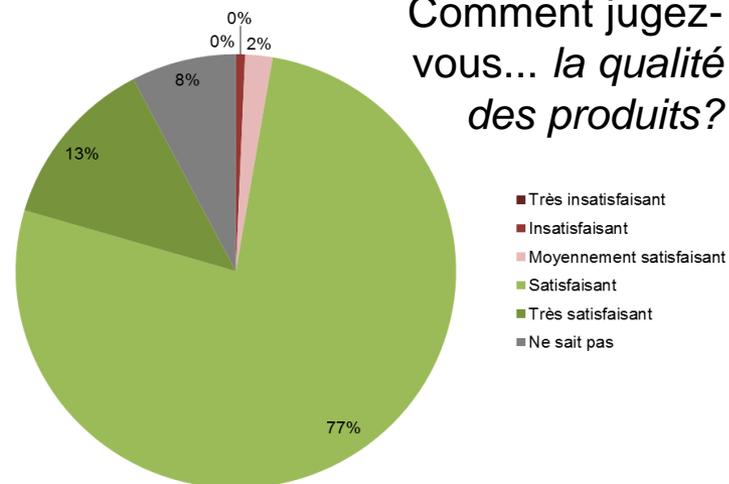


Image et fonctionnement du pôle

▪ L'image du pôle

• Les horaires d'ouvertures : un point d'alerte

→ Une insatisfaction soulevée par une part inhabituellement élevée de chaland ;

→ Une demande multiforme, portant néanmoins avant tout sur le midi et le lundi ;

→ Une demande qui reflète l'évolution sociologique de la commune, dont les effets se répercutent, également, dans des observations critiques sur les jours de marché (volonté d'un déplacement vers le week-end)

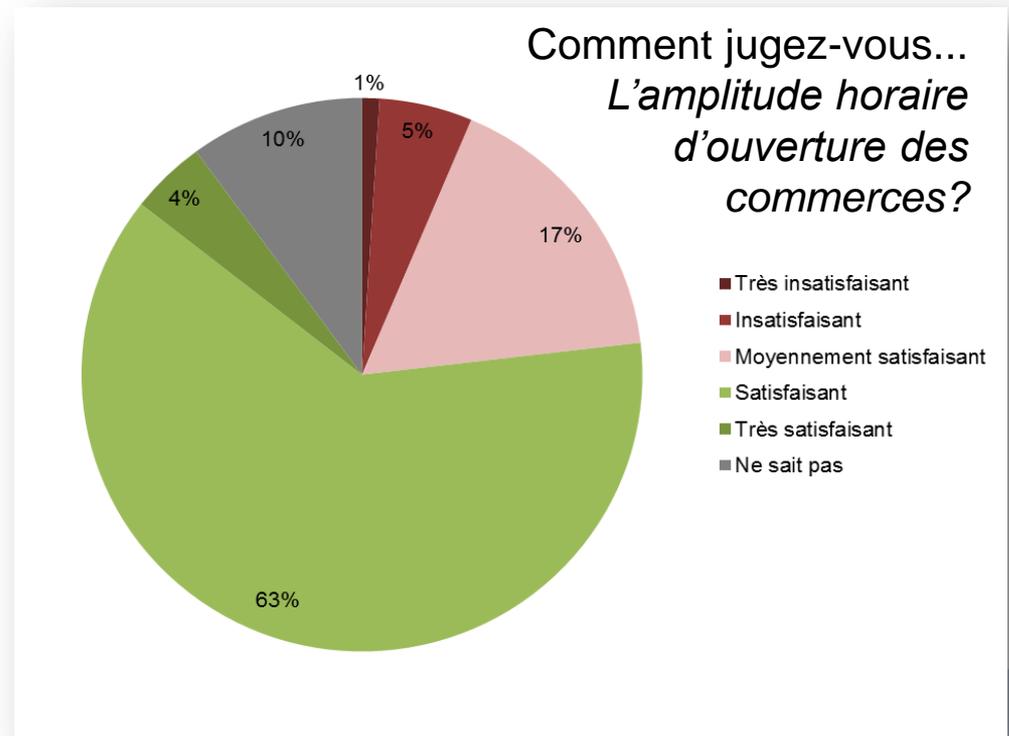


Image et fonctionnement du pôle

■ L'image du pôle

- La qualité d'accueil, de conseil, et l'aspect extérieur des magasins : une assez grande satisfaction des chaland

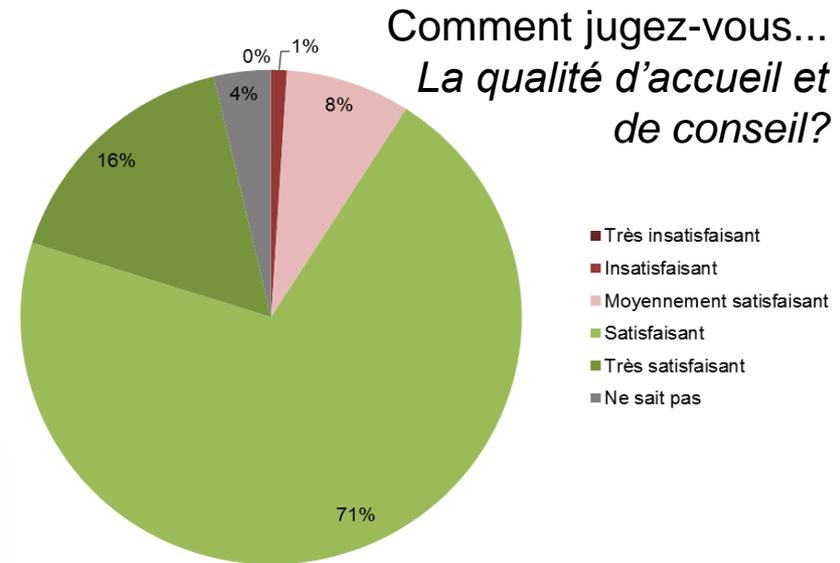
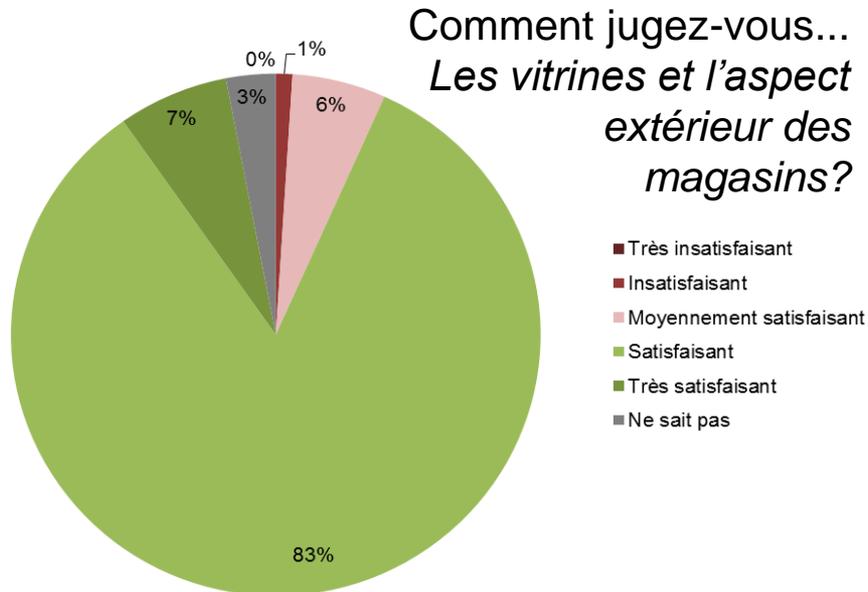


Image et fonctionnement du pôle

■ L'image du pôle

- **Un jugement ambivalent quant à l'animation du bourg**

→ Un niveau de satisfaction assez important pour les animations commerciales;

→ Une demande modérée de plus d'animations, en raison de leur importance l'été (quelques demandes pour plus d'évènements hors saison);

→ Un sentiment que la ville est trop calme le soir (cf. aussi horaires d'ouvertures des bars et restaurants).

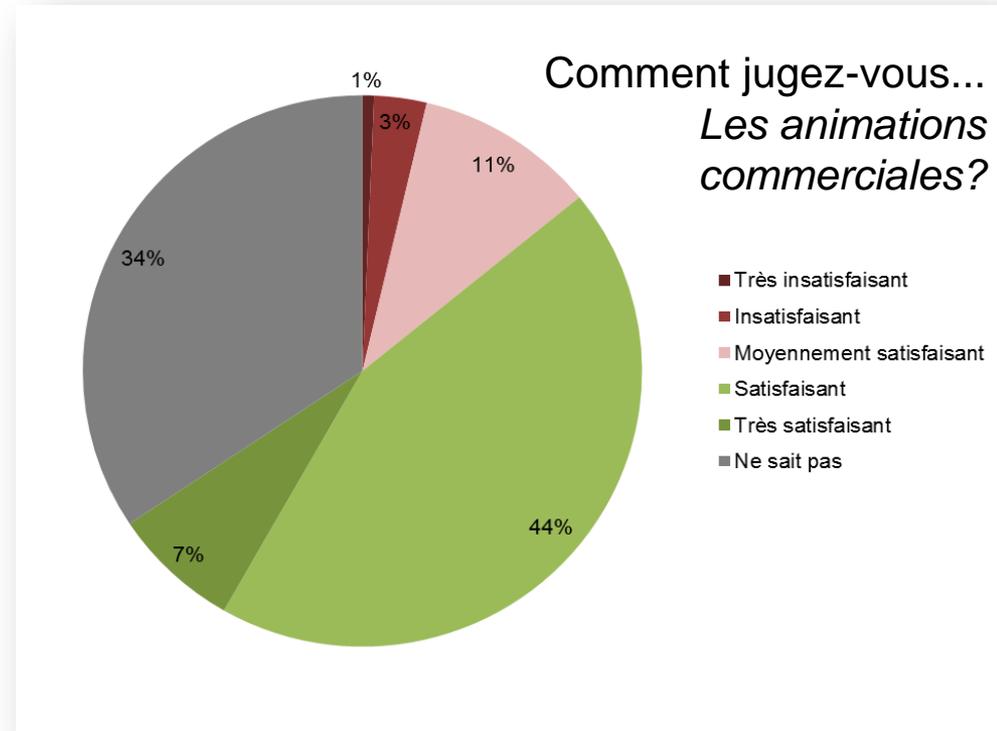


Image et fonctionnement du pôle

▪ L'image du pôle

- **Les difficultés de stationnement : une demande récurrente**

→ Un niveau d'insatisfaction qui, sans atteindre les niveaux de La Baule (81%) reste important, avec 52% des chalands (47% à Pornic, 35% à St-Nazaire) ;

→ Des critiques portant sur le nombre de places disponibles, mais aussi, **de façon spécifique à Clisson, sur l'ubiquité des zones bleues** et la durée autorisée trop limitée.

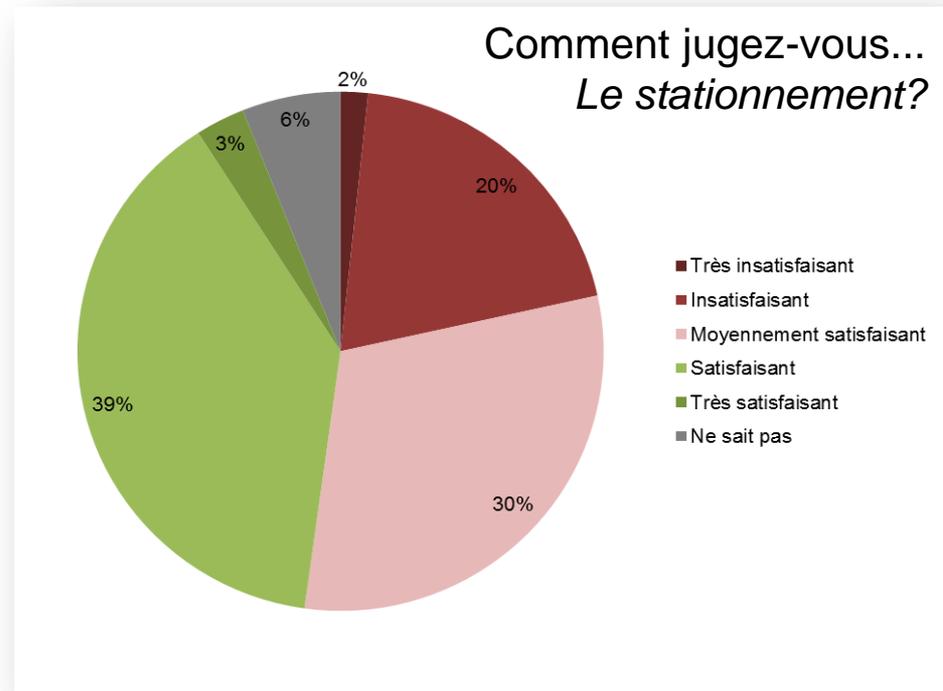


Image et fonctionnement du pôle

■ L'image du pôle

- Les aménagements urbains : un bon niveau de satisfaction globale mais des points précis susceptibles d'amélioration

- Un regret exprimé à plusieurs reprises quant à l'accessibilité PMR des commerces (état des trottoirs, marches);
- Des souhaits concernant le fleurissement, la présence de bancs, l'éclairage et les aménagements cyclables.

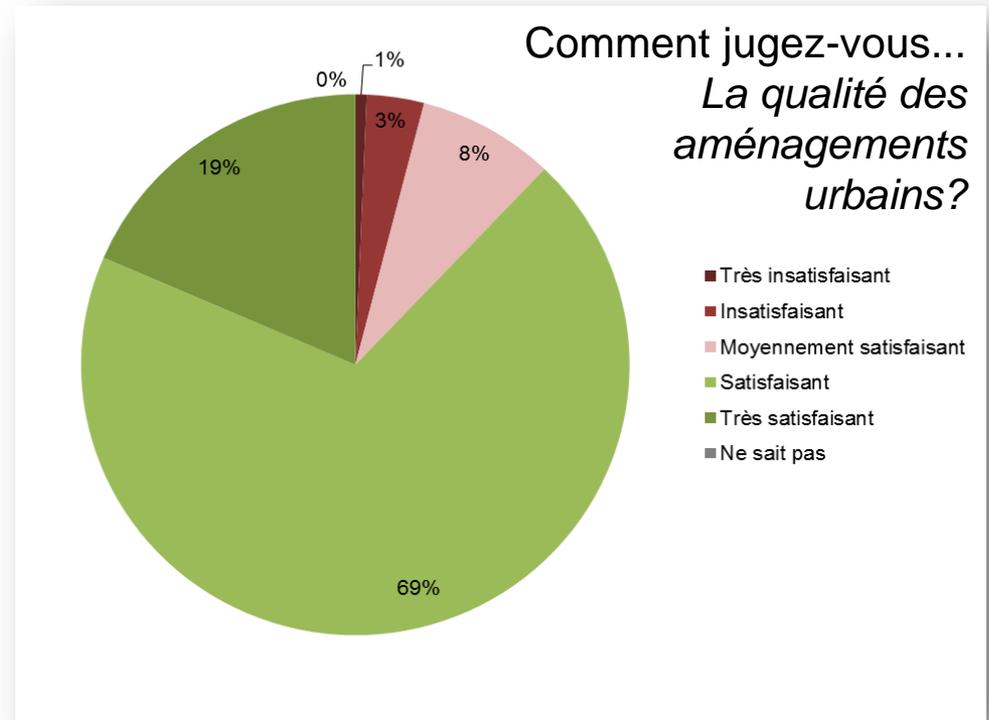


Image et fonctionnement du pôle

▪ L'effet miroir des pôles concurrents

- Parmi les chalands du centre-ville, les premiers pôles utilisés sont sans surprise au regard des offres respectives, les pôles périphériques;
- Le centre-ville de Clisson est surtout perçu comme **un pôle d'appoint**.

Pôles principaux utilisés par les chalands du centre-ville de Clisson *pour l'alimentaire*

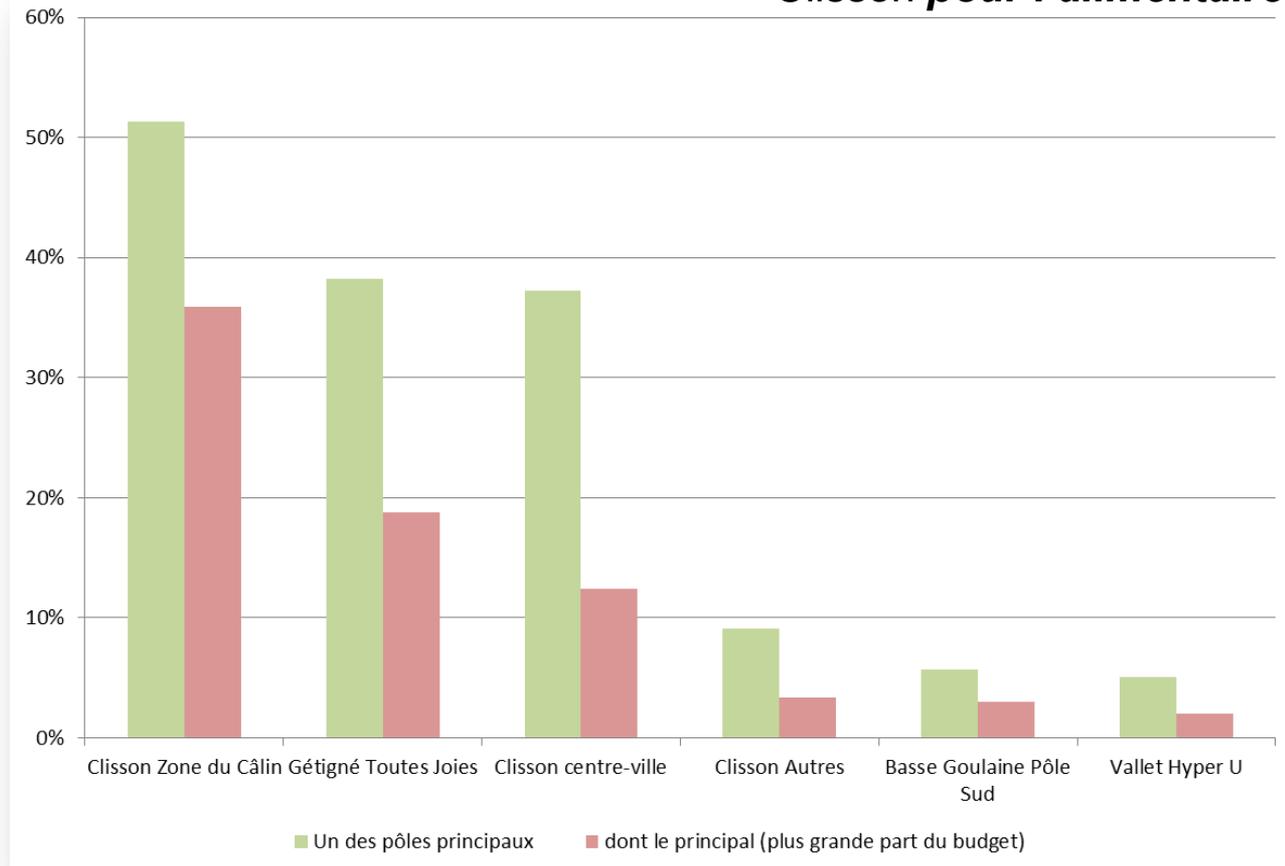
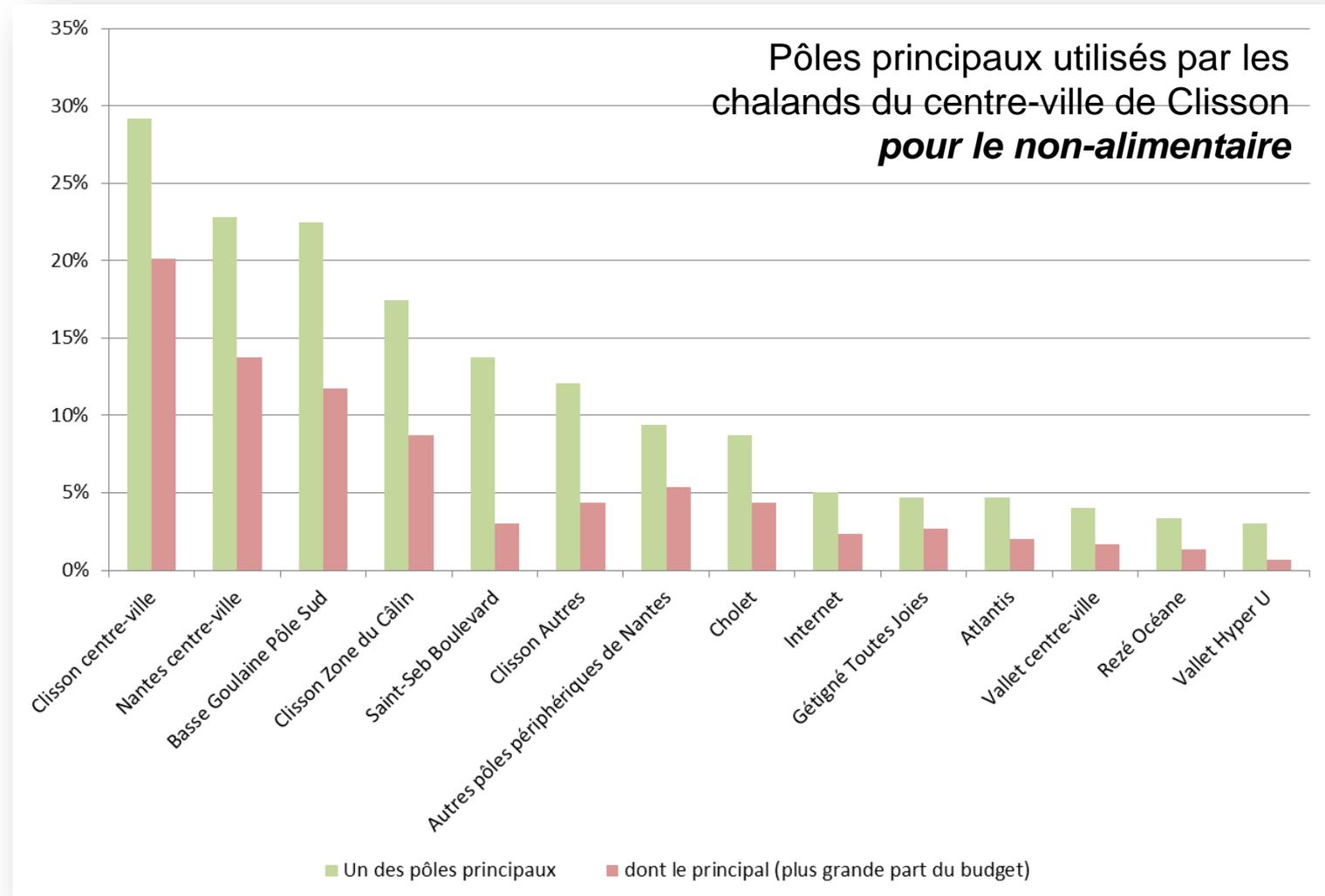


Image et fonctionnement du pôle

■ L'effet miroir des pôles concurrents



***Quelles pistes de travail vues par les
chalands?***

Quelles pistes de travail? : les suggestions des chalands pour rendre le centre-ville plus attractif sur le plan commercial

AMENAGEMENTS

URBAINS

98 citations

Stationnement

46 citations
(dont 9 concernant les zones bleues)

Accessibilité

(trottoirs, marches)
10 citations

Déplacement du marché le week-end
9 citations

Fleurissement

6 citations

Eclairage

5 citations

Bancs

4 citations

Pistes cyclables

4 citations

DIVERSITE COMMERCIALE

63 citations

Commerces de bouche

21 citations
(dont 10 concernant une poissonnerie et 6 concernant les boulangeries)

Diversité en général
15 citations

Vêtements

5 citations

Bricolage/jardinage/d'éco

4 citations

Chaussures

3 citations

Magasin de musique

3 citations

HORAIRES D'OUVERTURE

54 citations

Le midi

15 citations

Le lundi

10 citations

Extension des horaires en général

9 citations

Plus tard

7 citations

Le dimanche

7 citations

Plus tôt

6 citations

ANIMATIONS

33 citations

En général

15 citations

Le soir

13 citations

Animations culturelles

3 citations

PRIX

20 citations

ACCUEIL

3 citations

Quelles pistes de travail? : les opérations commerciales attendues par les chaland

Parmi les opérations suivantes, lesquelles vous feraient venir plus souvent dans le centre-ville de Clisson?

