

Tryom 

segat  OBJECTIF VILLE

Rapport d'analyse « comportement d'achat »
TULLE et BOURGS environnants



aTULLE'
agglo
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION



Sommaire

Contexte	PAGE 3
Méthodologie	PAGE 4
Descriptif des répondants	PAGE 5
Fréquentation du centre-ville ou centre-bourg	PAGE 9
Les commerces et services	PAGE 20
Les freins et motivations	PAGE 32
Synthèse	PAGE 44
Questionnaires	PAGE 46

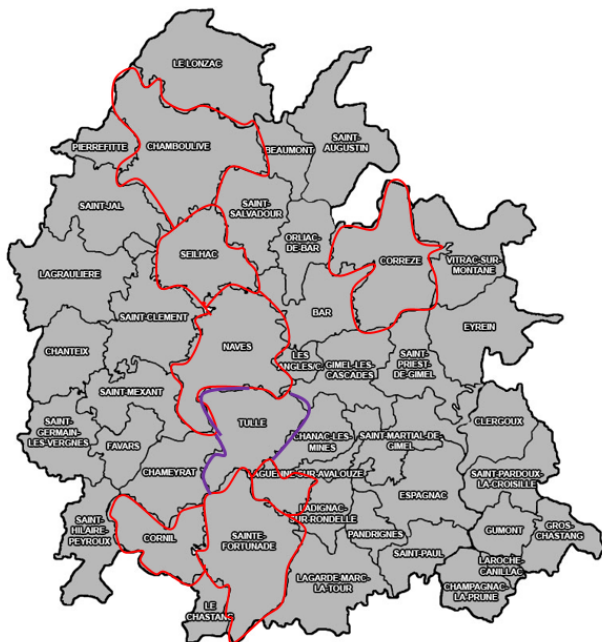


Contexte

Dans le cadre du plan Action Cœur de Ville, une première étude SHOPIN flash a été réalisée fin 2020, avec pour objectif d'outiller la collectivité pour qu'elle puisse cibler un dispositif d'aide aux commerces à l'échelle intercommunale. Pour poursuivre cette étape, Objectif Ville s'est vu confier une mission permettant de développer les différents critères d'analyse de la dynamique du tissu commercial et de la santé commerciale du territoire. La méthodologie s'appuie sur 3 principes :

- Une analyse terrain et diagnostic documentaire
- Entretiens auprès des commerçants
- Sondage auprès de la population

Le sondage va permettre de mieux appréhender les comportements d'achat, les niveaux de fréquentation du centre-ville, l'image de la structure commerciale et les attentes vis-à-vis des commerces de proximité.



TRYOM a donc accompagné Objectif Ville pour la conception et la réalisation d'une enquête auprès :

- De 100 résidents de Tulle
- De 50 résidents dans chacun des 7 bourgs structurants : Sainte-Fortunade, Cornil, Serilhac, Naves, Corrèze, Chamboulive, Laguenne-sur-Avalouze.



Méthodologie



- Cibles :**
- 100 habitants de Tulle, âgés de plus de 16 ans
 - 50 habitants des bourgs : Sainte-Fortunade, Cornil, Seilhac, Naves, Corrèze, Chamboulive, Laguenne-sur-Avalouze.



Enquêtes administrées **par téléphone** par 5 enquêteurs professionnels
Du **15 au 21 juin**, de 11h45 à 14h15, et de 17h à 20h.



Sur la base d'un **questionnaire** d'une durée moyenne de 12 minutes, validé par chacun des partenaires au projet (cf annexe).
Objectifs : indices et motifs de fréquentation, comportements d'achat, freins et motivation à la fréquentation, image du centre-ville et/ou bourg, attentes envers le territoire.



Ce rapport présente les résultats de l'enquête menée auprès de **456** répondants.

	Effectifs	%
TULLE	103	22,6%
CHAMBOULIVE	50	11,0%
CORNIL	48	10,5%
CORREZE	47	10,3%
LAGUENNE SUR AVALOUZE	51	11,2%
NAVES	52	11,4%
SEILHAC	53	11,6%
STE FORTUNADE	52	11,4%
Total	456	100,0%

01

Descriptif des répondants

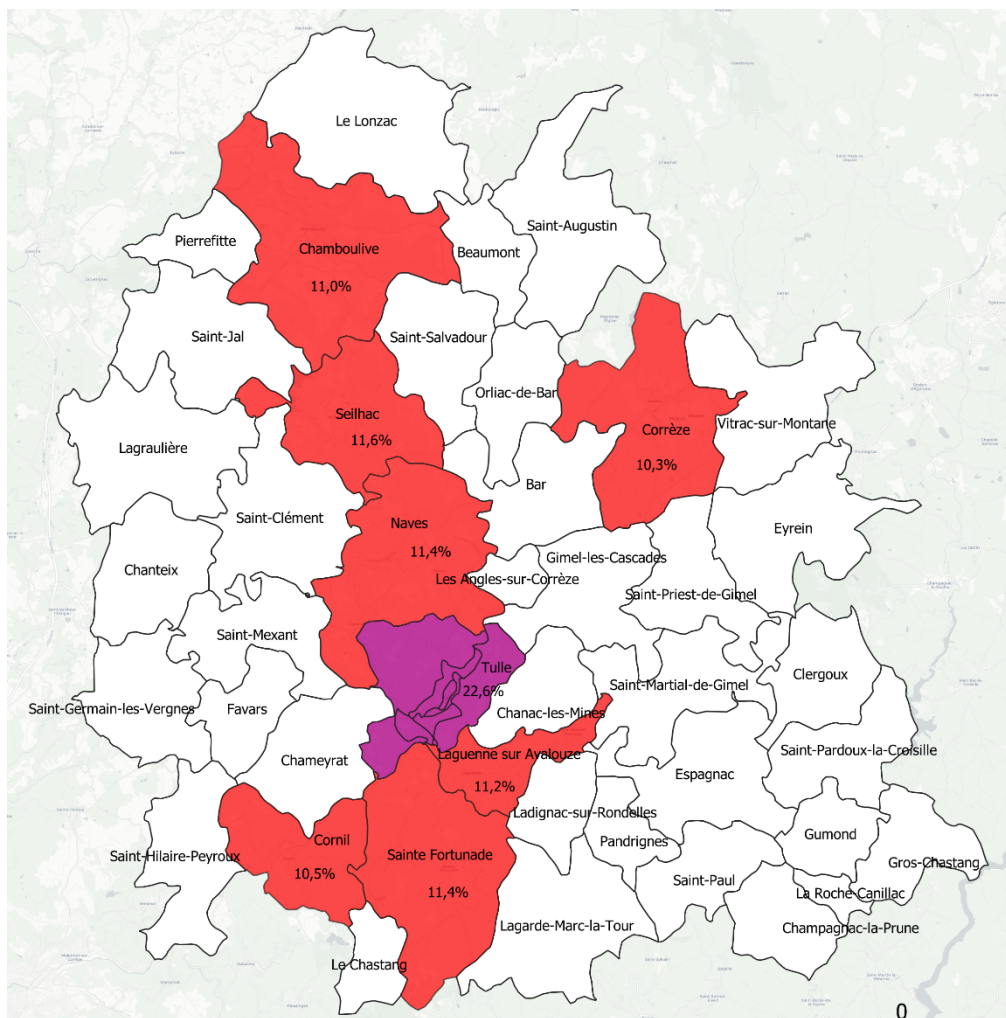




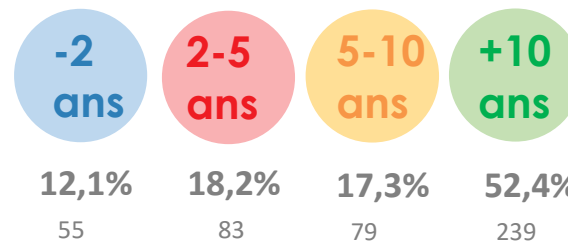
Domiciliation



Commune de résidence



Ancienneté dans la commune



Plus de la moitié des interrogés sont fortement ancrés dans leur commune où ils résident depuis plus de 10 ans.

L'exception concerne le Bourg de Laguenne-sur-Avalouze qui ne compte qu'1/3 d'habitants depuis plus de 10 ans et au contraire, 31% qui y sont depuis moins de 10 ans.

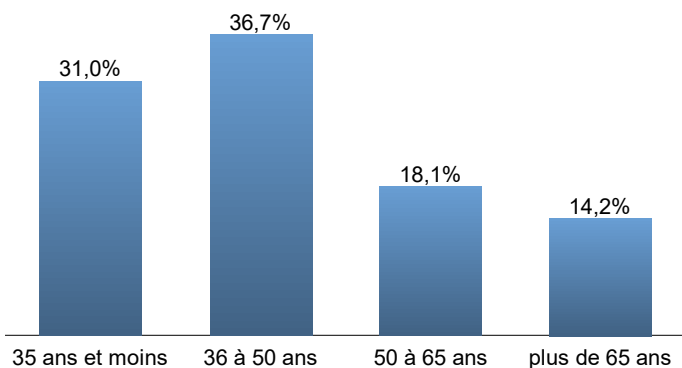


Profil des répondants



Age

Base : 452 répondants



Age moyen : 45 ans



Genre

Base : 453 répondants



Homme 40,8%

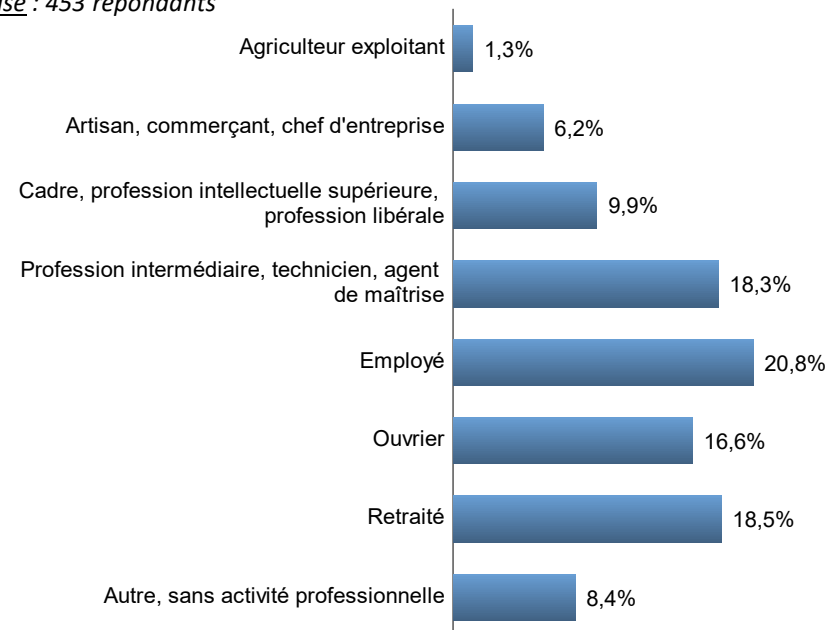


Femme 59,2%



Activité

Base : 453 répondants



	Base
CSP+ <i>(agriculteur, artisan, commerçant, chef d'entreprise, cadre, prof° libérale, prof° intermédiaire)</i>	35,7% 162
CSP- <i>(employés, ouvriers)</i>	37,4% 169
Retraités	18,5% 84
Autres <i>(étudiants, au foyer, recherche d'emploi)</i>	8,4% 38



Description du foyer



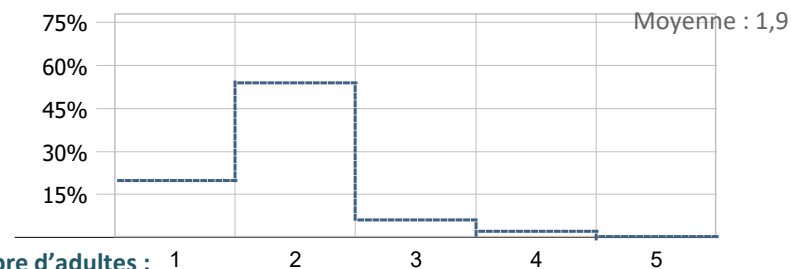
Nombre de personnes au foyer

Base : 453 répondants

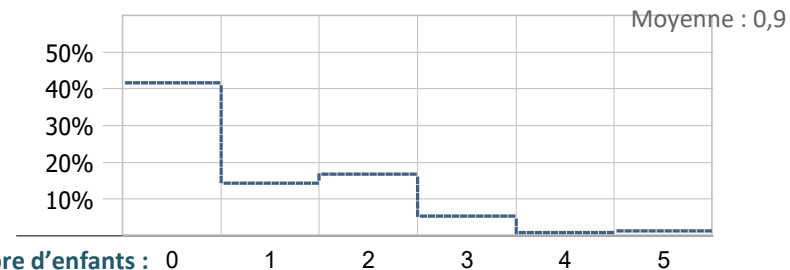
	Effectifs	%
Personne seule	78	17,2%
Couple	143	31,6%
De 3 à 4 personnes	186	41,0%
5 personnes et +	46	10,1%
Total	453	100%

Nb de personnes au foyer en moyenne sur Tulle : 2,7

Nb de personnes au foyer en moyenne sur Les Bourgs : 2,8



Nombre d'adultes : 1 2 3 4 5



Nombre d'enfants : 0 1 2 3 4 5



Fréquentation du centre



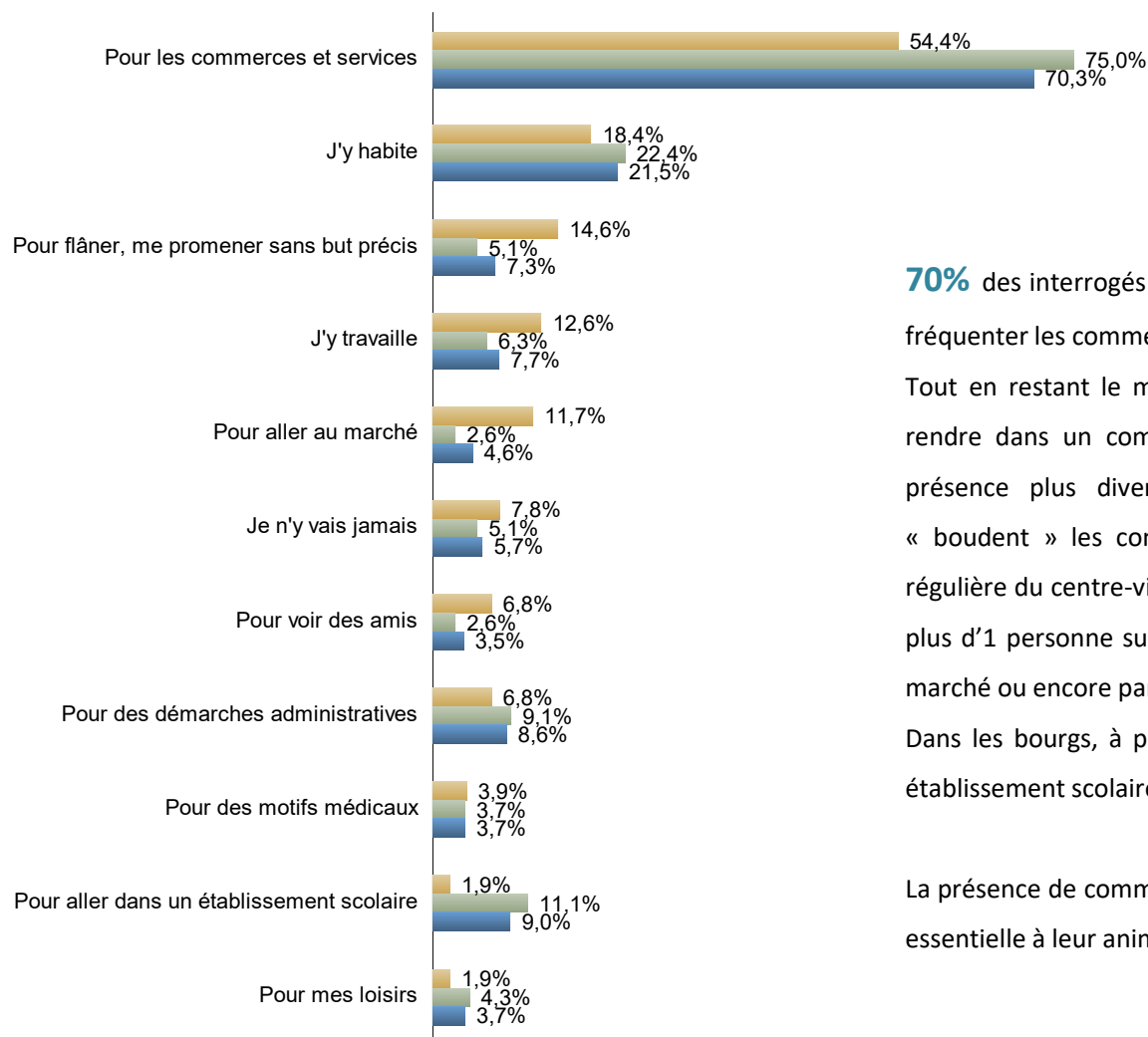


Fréquentation du centre : motifs

« Pour quelles raisons allez-vous dans le centre de ? »

Base : 455 répondants - Plusieurs réponses possibles - % sur les répondants > 100% - Question ouverte (pas de suggestion de réponses)

TULLE BOURGS AU GLOBAL



70% des interrogés se rendent dans le centre-ville (ou centre-bourg) pour fréquenter les commerces et services.

Tout en restant le motif principal, aller en centre-ville dans le but de se rendre dans un commerce est moins fort sur Tulle : 54%. Malgré une présence plus diversifiée des boutiques, cela ne signifie pas qu'ils « boudent » les commerces mais ils ont peut-être une fréquence plus régulière du centre-ville avec d'autres motifs de déplacement. Par exemple, plus d'1 personne sur 10 va y aller pour se balader, d'autres pour aller au marché ou encore parce qu'ils y travaillent (13%).

Dans les bourgs, à part aller dans les commerces mais aussi rejoindre un établissement scolaire pour ses enfants (11%), il y a peu de motifs autres.

La présence de commerces et services dans les bourgs est donc la condition essentielle à leur animation.



Fréquentation du centre : motifs selon la localisation

« Pour quelles raisons allez-vous dans le centre de ? »

Base : 455 répondants

	commerces, services		Ets scolaire		démarches admin		travail		flâner		Je n'y vais jamais		marché		motifs médicaux		loisirs		Nb répondants
TULLE	56	54,4%	2	1,9%	7	6,8%	13	12,6%	15	14,6%	8	7,8%	12	11,7%	4	3,9%	2	1,9%	103
CHAMBOULIVE	36	72,0%	9	18,0%	3	6,0%	2	4,0%	1	2,0%	2	4,0%	1	2,0%					50
CORNIL	37	78,7%	3	6,4%	9	19,1%	4	8,5%	1	2,1%	4	8,5%			3	6,4%			47
CORREZE	39	83,0%	4	8,5%	4	8,5%	4	8,5%	5	10,6%	1	2,1%					1	2,1%	47
LAGUENNE SUR AVALOUZE	31	60,8%	4	7,8%	6	11,8%	1	2,0%	3	5,9%	6	11,8%			1	2,0%	2	3,9%	51
NAVES	35	67,3%	7	13,5%	5	9,6%	6	11,5%	3	5,8%	2	3,8%	1	1,9%	4	7,7%	6	11,5%	52
SEILHAC	44	83,0%	6	11,3%	4	7,5%	5	9,4%	2	3,8%	2	3,8%	6	11,3%	3	5,7%	1	1,9%	53
STE FORTUNADE	42	80,8%	6	11,5%	1	1,9%			3	5,8%	1	1,9%	1	1,9%	2	3,8%	5	9,6%	52
Total	320	70,3%	41	9,0%	39	8,6%	35	7,7%	33	7,3%	26	5,7%	21	4,6%	17	3,7%	17	3,7%	455

L'attrait pour les commerces et services présents en centre-bourg est très fort sur Corrèze et Seilhac (83% y vont pour ce motifs). Dans cette dernière commune, on note aussi le rôle du marché pour créer du flux en centre-bourg.

Sur Laguenne-sur-Avalouze, plus d'1 personne sur 10 ne se rend jamais dans le bourg.



Fréquentation du centre : motifs

Zoom sur les commerces et services fréquentés

Base : 320 interrogés déclarant venir pour les commerces et services

	Effectifs	%
Boulangerie, pâtisserie	159	24,5%
Tabac	74	11,4%
Pharmacie	73	11,2%
Supérette, épicerie	61	9,4%
La Poste	56	8,6%
Boucherie	47	7,2%
Supermarché	42	6,5%
Vêtements	28	4,3%
La Mairie	20	3,1%
Bar	17	2,6%
Restaurant, brasserie	16	2,5%
Presse, librairie	7	1,1%
Banque	7	1,1%
ecole	6	0,9%
Le Marché	6	0,9%
Gamm Vert	5	0,8%
Magasin de fantaisie	5	0,8%
Kebab	4	0,6%
Salon de coiffure	3	0,5%
Yves rocher	3	0,5%
Primeur	2	0,3%
Décoration	2	0,3%
Pizza à emporter	1	0,2%
De la table à la cave	1	0,2%
Magasin bio	1	0,2%
Poissonnerie	1	0,2%
Auto école	1	0,2%
Vétérinaire	1	0,2%
Total réponses	649	100,0%

Zoom sur les loisirs pratiqués

Base : 17 interrogés déclarant venir pour les loisirs

	Effectifs
Médiathèque, bibliothèque	3
Stade	2
Association	2
Salle de sport, gym	2
Sport	1
Camping	1
Parcours santé	1
Promenade	1
Parc de jeux pour enfants	1
Total	14

Toutes localisations confondues, la boulangerie fait office d'une vraie locomotive : elle récolte ¼ des types de commerces fréquentés quand on vient en centre-ville pour ses achats.

Les bureaux de tabac et pharmacie sont aussi des commerces recherchés.



Fréquentation du centre : motifs

Zoom sur les commerces et services fréquentés selon la domiciliation

Question spontanée, sans suggestion de réponses.

	TULLE	%
Vêtements	28	31,1%
Boulangerie, pâtisserie	14	15,6%
Boucherie	8	8,9%
Restaurant, brasserie	6	6,7%
Pharmacie	5	5,6%
Magasin de fantaisie	5	5,6%
Kebab	4	4,4%
Supérette, épicerie	4	4,4%
Yves rocher	3	3,3%
Presse, librairie	3	3,3%
Tabac	3	3,3%
Décoration	2	2,2%
Banque	1	1,1%
Supermarché	1	1,1%
Poissonnerie	1	1,1%
Salon de coiffure	1	1,1%
Magasin bio	1	1,1%
Total réponses	90	100,0%

	CHAMBOULIVE	%
Boulangerie, pâtisserie	29	38,7%
Boucherie	15	20,0%
Tabac	9	12,0%
Bar	8	10,7%
La Poste	5	6,7%
Supérette, épicerie	3	4,0%
Pharmacie	3	4,0%
Le marché	1	1,3%
Restaurant, brasserie	1	1,3%
Supermarché	1	1,3%
Total réponses	75	100,0%

	CORREZE	%
Boulangerie, pâtisserie	25	24,5%
Pharmacie	20	19,6%
Tabac	15	14,7%
Boucherie	15	14,7%
La Poste	11	10,8%
Supérette, épicerie	5	4,9%
Supermarché	5	4,9%
Mairie	2	2,0%
Banque	2	2,0%
Gamm Vert	1	1,0%
Bar	1	1,0%
Total réponses	102	100,0%

	CORNIL	%
Supérette, épicerie	21	36,2%
La Poste	10	17,2%
Pharmacie	10	17,2%
Tabac	9	15,5%
La mairie	3	5,2%
Boulangerie, pâtisserie	3	5,2%
Bar	1	1,7%
Restaurant, brasserie	1	1,7%
Total réponses	58	100,0%

	LAGUENNE	%
Tabac	16	28,6%
Boulangerie, pâtisserie	16	28,6%
La Poste	12	21,4%
Pharmacie	4	7,1%
La mairie	3	5,4%
Supermarché	3	5,4%
Boucherie	1	1,8%
Presse, librairie	1	1,8%
Total réponses	56	100,0%

NB : Certains commerces cités n'existent pas toujours dans certains bourgs mais sont à rapprocher des dépôts, lieux de dépannage. Par exemple, un hôtel peut faire dépôt de tabac, des supérettes font dépôt de pain (et ont pu être cité comme « boulangerie » par l'utilisateur).



Fréquentation du centre : motifs

Zoom sur les commerces et services fréquentés selon la domiciliation

	SEILHAC	%
Boulangerie, pâtisserie	35	34,3%
Supermarché	17	16,7%
Tabac	9	8,8%
Pharmacie	9	8,8%
Boucherie	6	5,9%
La Poste	4	3,9%
Le marché	4	3,9%
Gamm Vert	4	3,9%
Bar	3	2,9%
Supérette, épicerie	2	2,0%
Presse, librairie	2	2,0%
Salon de coiffure	2	2,0%
De la table à la cave	1	1,0%
Restaurant, brasserie	1	1,0%
Banque	1	1,0%
Mairie	1	1,0%
Vétérinaire	1	1,0%
Total réponses	102	100,0%

	Ste FORTUNADE	%
Boulangerie, pâtisserie	29	31,5%
Supérette, épicerie	18	19,6%
La Poste	10	10,9%
Tabac	10	10,9%
Pharmacie	6	6,5%
Restaurant, brasserie	5	5,4%
Mairie	3	3,3%
Boucherie	2	2,2%
Bar	2	2,2%
Primeur	2	2,2%
Supermarché	2	2,2%
Auto école	1	1,1%
Banque	1	1,1%
Presse, librairie	1	1,1%
Total réponses	92	100,0%

	NAVES	%
Pharmacie	16	23,5%
Supermarché	13	19,1%
Supérette, épicerie	8	11,8%
Mairie	8	11,8%
Boulangerie, pâtisserie	8	11,8%
La Poste	4	5,9%
Tabac	3	4,4%
Banque	2	2,9%
Restaurant, brasserie	2	2,9%
Bar	2	2,9%
marché	1	1,5%
Pizza à emporter	1	1,5%
Total réponses	68	100,0%

On peut noter un déficit de la boulangerie sur Cornil.

La pharmacie est essentielle sur Naves, Cornil et Corrèze.

Le rôle du bureau de tabac est limité sur Naves.

Enfin, Tulle se différencie des bourgs par l'attrait exercé par les boutiques de prêt-à-porter (31% des commerces visités).

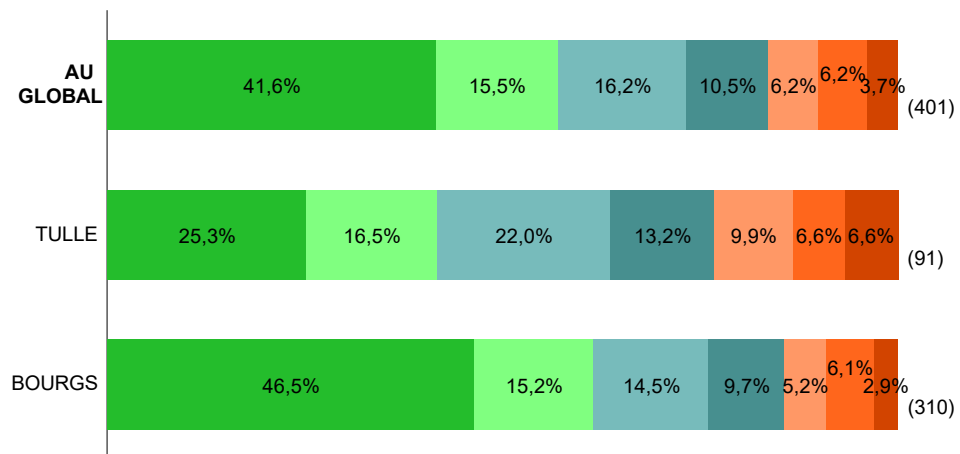


Fréquentation du centre : dernière visite

« A quand remonte votre dernière visite au centre ? »

Base : 401 interrogés fréquentant les centres

■ Hier ou aujourd'hui
 ■ Il y a 2 ou 3 jours
 ■ Dans la semaine (3 à 7 jours)
 ■ Il y a plus d'une semaine (7 à 10 jours)
 ■ Il y a environ 15 jours
 ■ Il y a environ 1 mois
 ■ Il y a plus longtemps



42% des interrogés sont allés très récemment dans le centre de leur commune, mais cela concerne 2 fois plus les centre-bourgs que le centre-ville de Tulle où les visites sont plutôt hebdomadaires.

Dans les bourgs, les comportements peuvent être très différents : la fréquentation de Seilhac est très récente, alors que la visite date d'une dizaine de jours pour Cornil.

Les résidents de Lagenne se distinguaient par une faible fréquentation du centre-bourg, et en effet, lors de l'interrogation, 18% n'y étaient pas allés depuis plus de 2 semaines.

	Moins d'1 sem		1 sem à 15j		+ de 15 jours		Total
TULLE	58	63,7%	21	23,1%	12	13,2%	91
CHAMBOULIVE	35	79,5%	5	11,4%	4	9,1%	44
CORNIL	25	59,5%	13	31,0%	4	9,5%	42
CORREZE	32	74,4%	9	20,9%	2	4,7%	43
LAGUENNE SUR AVALOUZE	29	74,4%	3	7,7%	7	17,9%	39
NAVES	37	80,4%	4	8,7%	5	10,9%	46
SEILHAC	44	86,3%	3	5,9%	4	7,8%	51
STE FORTUNADE	34	75,6%	9	20,0%	2	4,4%	45
AU GLOBAL	294	73,3%	67	16,7%	40	10,0%	401



Fréquentation du centre : jours de préférence

« *Quel(s) jour(s) préférez-vous venir dans le centre ?* »

Base : 492 répondants

	Lundi		Mardi		Mercredi		Jeudi		Vendredi		Samedi		Dimanche		Indifférent		Total
TULLE	6	4,9%	4	3,3%	12	9,8%	3	2,5%	1	0,8%	27	22,1%	6	4,9%	63	51,6%	122
BOURGS	3	0,8%	4	1,1%	5	1,4%	4	1,1%	6	1,6%	31	8,4%	18	4,9%	299	80,8%	370
AU GLOBAL	9	1,8%	8	1,6%	17	3,5%	7	1,4%	7	1,4%	58	11,8%	24	4,9%	362	73,6%	492

Dans les bourgs, 81% des usagers n'ont pas de préférence sur le jour de déplacement.

Sur Tulle, seule la moitié des visiteurs sont indifférents, et 2 jours sont sélectionnés : le samedi pour 22% des répondants et le mercredi pour près de 10%.

« *Pourquoi préférez-vous ce jour ?* »

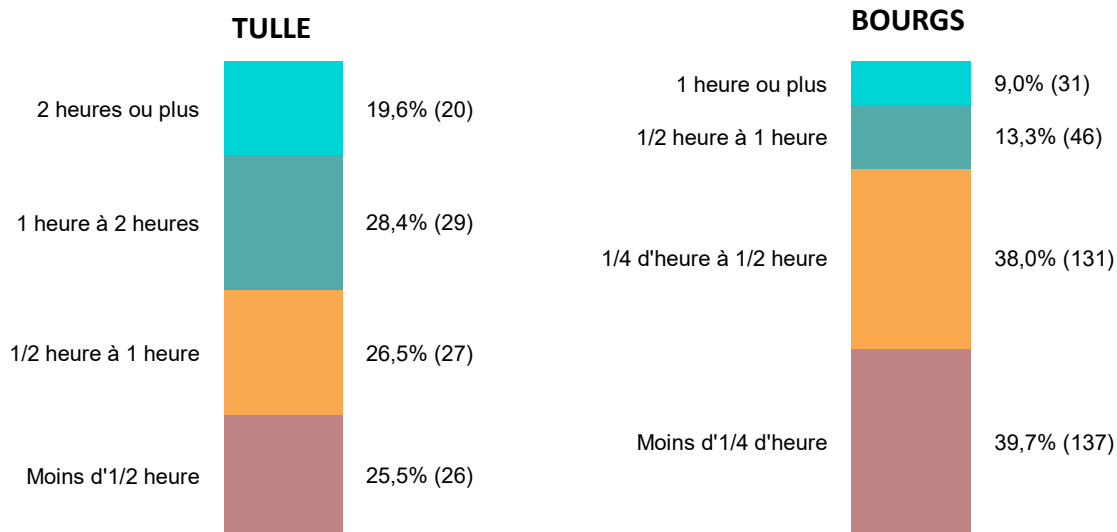
	Effectifs	%
Jour de repos	52	59,1%
Moins de monde	11	12,5%
Jour du marché	18	20,5%
Plus de monde	4	4,5%
Sortir en famille	4	4,5%
C'est le jeudi que j'ai mon argent	1	1,1%
Il y a des activités le vendredi	1	1,1%
Pour acheter le journal	1	1,1%
Total réponses	88	100,0%



Fréquentation du centre : durée de visite

« En général quand vous allez dans le centre, combien de temps y restez-vous ? »

Base : 447 répondants

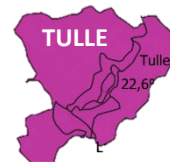


	- d'1/4 h	1/4 à 1/2 h	1/2 à 1h	1h ou +
CHAMBOULIVE	16 33,3%	20 41,7%	7 14,6%	5 10,4%
CORNIL	25 56,8%	16 36,4%	1 2,3%	2 4,5%
CORREZE	11 23,9%	21 45,7%	8 17,4%	6 13,0%
LAGUENNE SUR AVALOUZE	36 70,6%	7 13,7%	3 5,9%	5 9,8%
NAVES	21 40,4%	22 42,3%	5 9,6%	4 7,7%
SEILHAC	13 25,0%	19 36,5%	15 28,8%	5 9,6%
STE FORTUNADE	15 28,8%	26 50,0%	7 13,5%	4 7,7%

Les visites dans les centre-bourgs sont très rapides : près de 80% n'y passent pas plus d'1/2h, dont la moitié reste moins d'1/4 d'heure. Les haltes très courtes concernent particulièrement Laguenne-sur-Avalouze (71%) et Cornil (57%). Au contraire de Seilhac où 29% des visiteurs y restent en moyenne 1/2 heure à 1 heure. Il n'existe pas vraiment de durée moyenne pour parcourir Tulle et les visites s'étalent de moins d'1/4 d'heure à plus de 2 heures.



Fréquentation du centre de Tulle : mode de transport



« *Le plus souvent, avec quel mode de transport venez-vous en centre-ville ?* »

Base : 103 interrogés



48,5%



1,9%



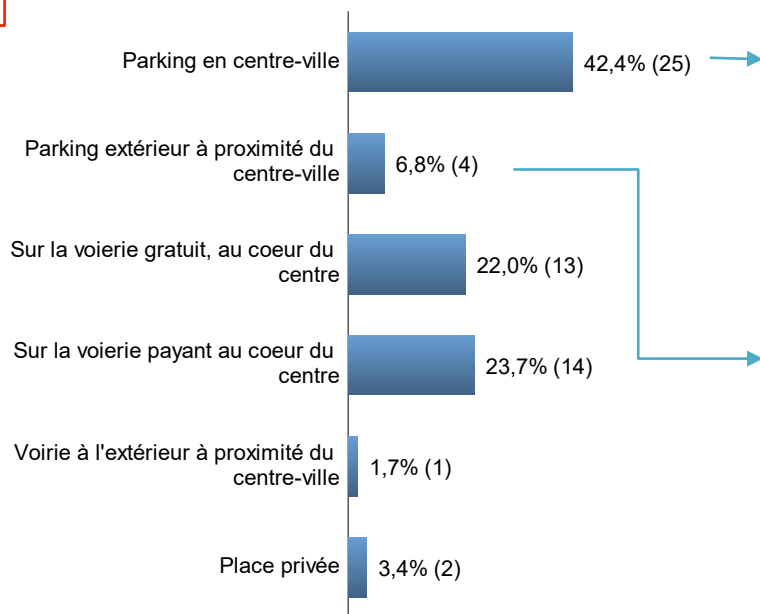
4,9%



58,3%

« *Où avez-vous l'habitude de stationner ?* »

Toutes les personnes interrogées habitent à Tulle mais parmi celles qui viennent à pieds, 26% habitent plus précisément dans le centre-ville de Tulle, et 12% travaillent dans le centre-ville.

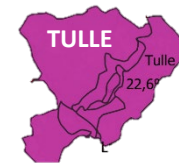


Effectifs	
Victor Hugo	10
Martial Brigouleix	5
Gare	4
Péri	3
Saint-Pierre	2
Total	24

Effectifs	
Cathédrale	1
Henri de Bournazel	1
Médiathèque	1
Total	3



Fréquentation du centre de Tulle : secteur privilégié



« *Quels secteurs fréquentez-vous le plus en centre-ville ?* »

Base : 103 interrogés

	Effectifs	%
Rue Victor Hugo (cabinet de dermatologie...)	64	52,9%
Le Trech, Cathédrale	32	26,4%
Quartier de la gare (Carrefour City, Pôle Emploi...)	15	12,4%
Rue Jaurès	8	6,6%
Quartier de Cueille (Leclerc, Mc Do...)	1	0,8%
Quartier du Cueille (concessionnaires auto...)	1	0,8%
Total réponses	121	100,0%

La rue Jean Jaurès est davantage prisée par les piétons.



Les commerces et services

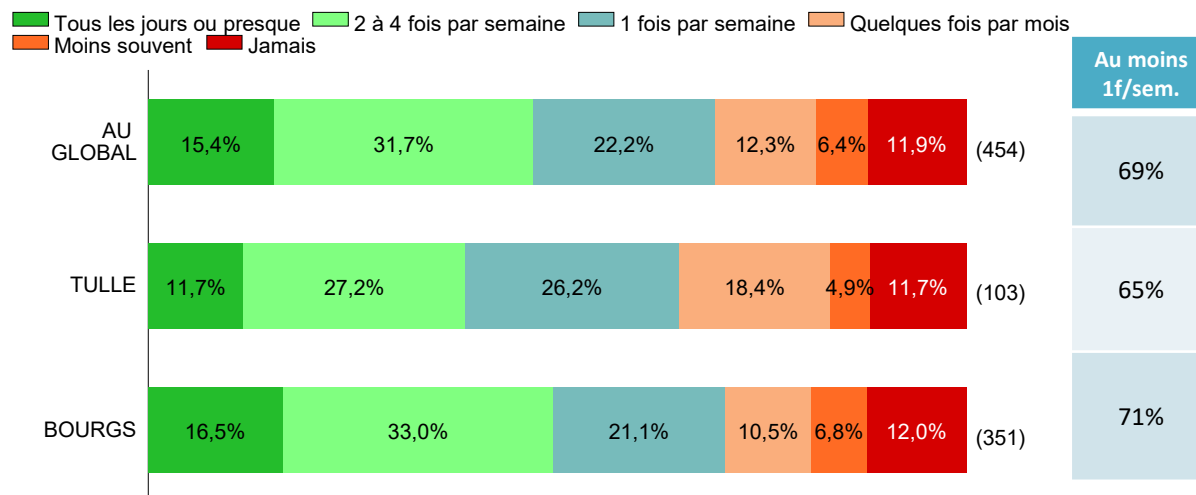




Fréquentation des commerces et services

« A quelle fréquence vous rendez-vous dans les commerces et services du centre ? »

Base : 454 répondants



	Plusieurs f/sem		1 f/sem		Moins d'1f/sem		Jamais		Total
TULLE	40	38,8%	27	26,2%	24	23,3%	12	11,7%	103
CHAMBOULIVE	29	58,0%	7	14,0%	8	16,0%	6	12,0%	50
CORNIL	17	36,2%	8	17,0%	16	34,0%	6	12,8%	47
CORREZE	26	55,3%	14	29,8%	3	6,4%	4	8,5%	47
LAGUENNE SUR AVALOUZE	23	45,1%	7	13,7%	9	17,6%	12	23,5%	51
NAVES	25	48,1%	10	19,2%	12	23,1%	5	9,6%	52
SEILHAC	30	56,6%	15	28,3%	6	11,3%	2	3,8%	53
STE FORTUNADE	24	47,1%	13	25,5%	7	13,7%	7	13,7%	51
Total	214	47,1%	101	22,2%	85	18,7%	54	11,9%	454

Près de 70% des habitants vont dans les commerces et services de leur commune au moins 1 fois par semaine, avec une régularité un peu moindre sur Tulle.

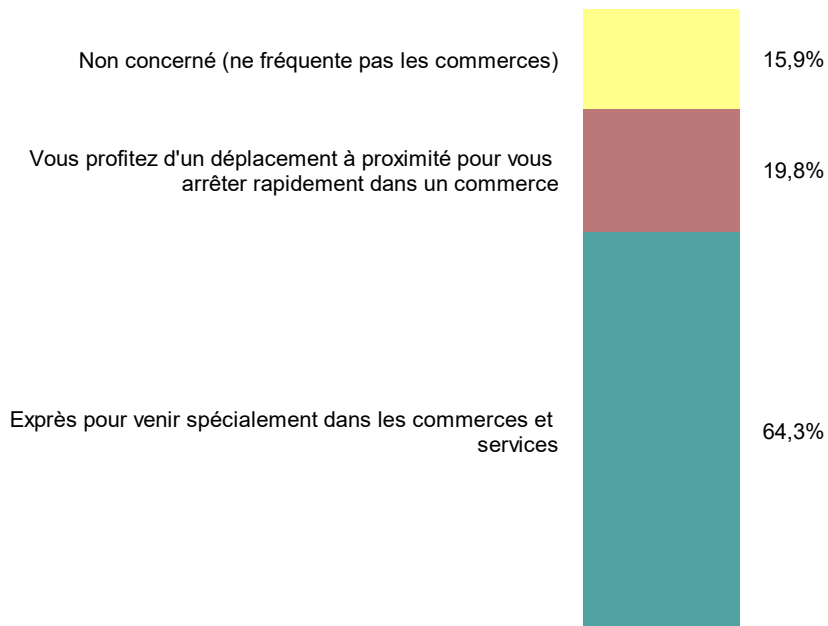
On notera à nouveau la faible fréquentation des commerces sur Laguenne-sur-Avalouze (23,5% n'y vont jamais) et la faible intensité pour les commerces de Cornil (34% y vont moins d'1 fois par semaine).



Fréquentation des commerces et services en centre-bourg

« *Quand vous vous arrêtez dans le centre-bourg, est-ce :* »

Base : 353 interrogés dans les bourgs



	Exprès		au cours d'un déplacement		Non concerné		Total
CHAMBOULIVE	35	70,0%	8	16,0%	7	14,0%	50
CORNIL	30	62,5%	12	25,0%	6	12,5%	48
CORREZE	36	76,6%	5	10,6%	6	12,8%	47
LAGUENNE SUR AVALOUZE	29	56,9%	9	17,6%	13	25,5%	51
NAVES	26	50,0%	14	26,9%	12	23,1%	52
SEILHAC	38	71,7%	11	20,8%	4	7,5%	53
STE FORTUNADE	33	63,5%	11	21,2%	8	15,4%	52
Total	227	64,3%	70	19,8%	56	15,9%	353

Les commerces et services ont un réel pouvoir d'attraction puisque **64%** des résidents viennent dans le centre-bourg avec une réelle intention d'achat.

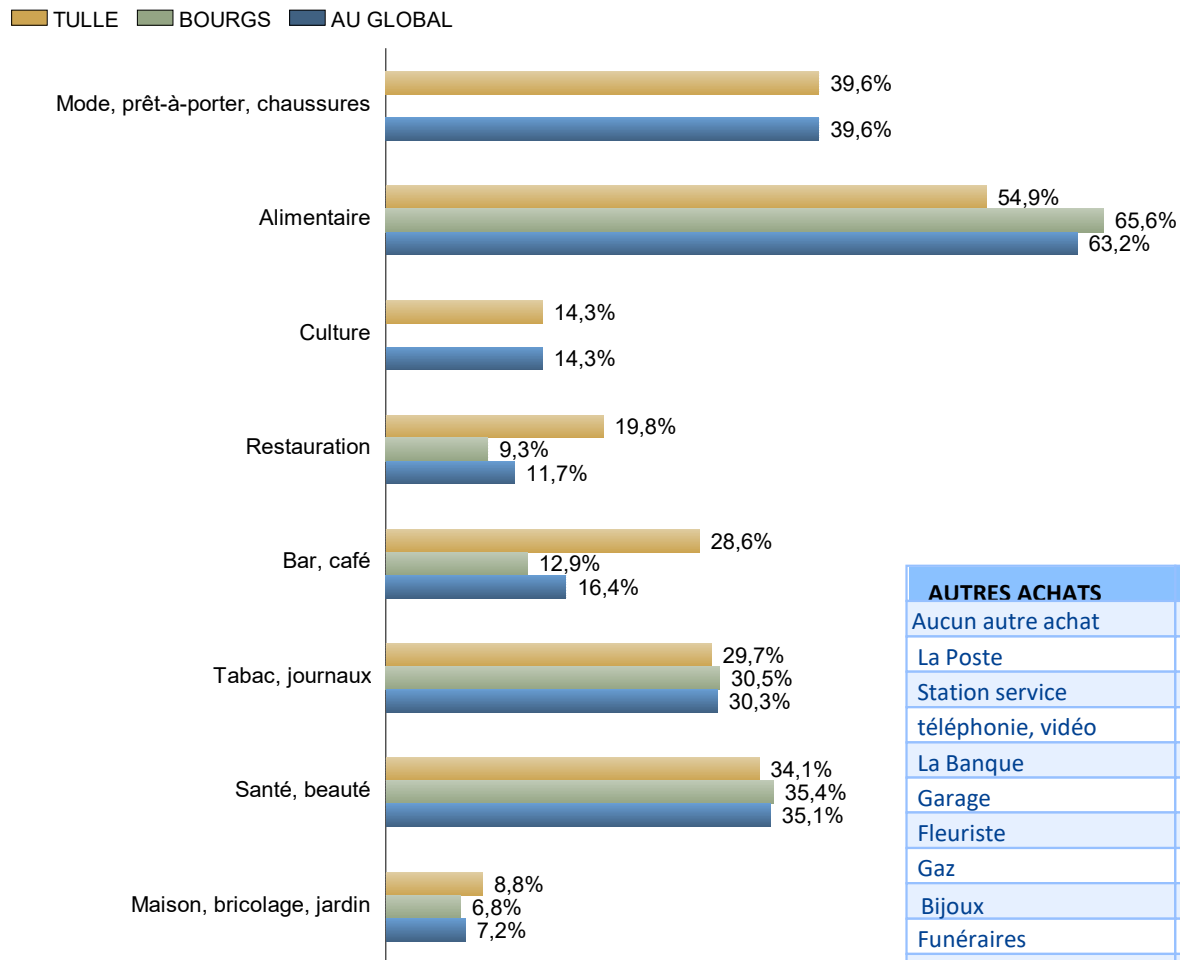
Ce taux monte à 76% sur Corrèze. Comportement inverse sur Navès, où 23% des résidents ne vont pas dans les commerces du centre-bourg ou au mieux, profitent d'un déplacement à proximité pour s'y arrêter.



Comportements d'achat : les produits

« Lors de vos dernières venues dans le centre, avez-vous réalisé les achats suivants ? »

Base : 456 interrogés



Quel que soit le site, le commerce alimentaire reste la première catégorie d'achats.

Les commerces bars et restaurants, présents à Tulle mais aussi dans les bourgs, sont délaissés dans les bourgs alors que ce sont des lieux bien fréquentés sur Tulle.

AUTRES ACHATS	Effectifs	%
Aucun autre achat	332	72,8%
La Poste	52	11,4%
Station service	4	
téléphonie, vidéo	4	
La Banque	5	
Garage	2	
Fleuriste	3	
Gaz	1	
Bijoux	1	
Funéraires	1	
Total interrogés	456	



Comportements d'achat : montant dépensé

« Et approximativement, pour chacune de ces familles de produits, quel a été le montant de votre dernier achat ? »

	Effectif	Montant moyen (€)
autres achats	49	19,12
mode	31	68,55
alimentaire	231	36,67
culture	12	21,17
restauration	42	41,52
bar	51	19,55
tabac, journaux	114	29,39
santé, beauté	117	26,83
maison	16	57,31
Total réponses	663	33,08

	Effectif	TULLE (€)
autres achats	10	51,30
mode	31	68,55
alimentaire	40	74,45
culture	12	21,17
restauration	16	47,56
bar	24	14,75
tabac, journaux	25	52,36
santé, beauté	29	42,93
maison	7	52,14
Total réponses	194	51,05

	Effectif	BOURGS (€)
autres achats	39	10,87
mode		
alimentaire	191	28,75
culture		
restauration	26	37,81
bar	27	23,81
tabac, journaux	89	22,93
santé, beauté	88,	21,52
maison	9	61,33
Total réponses	469	25,65

Le panier moyen, tous produits et tous sites confondus s'élève à **33€**, mais le différentiel va du simple au double entre Tulle (51€) et les bourgs (25,5€), la famille de produits « prêt à porter, chaussures, mode » tirant la moyenne vers le haut (69€).

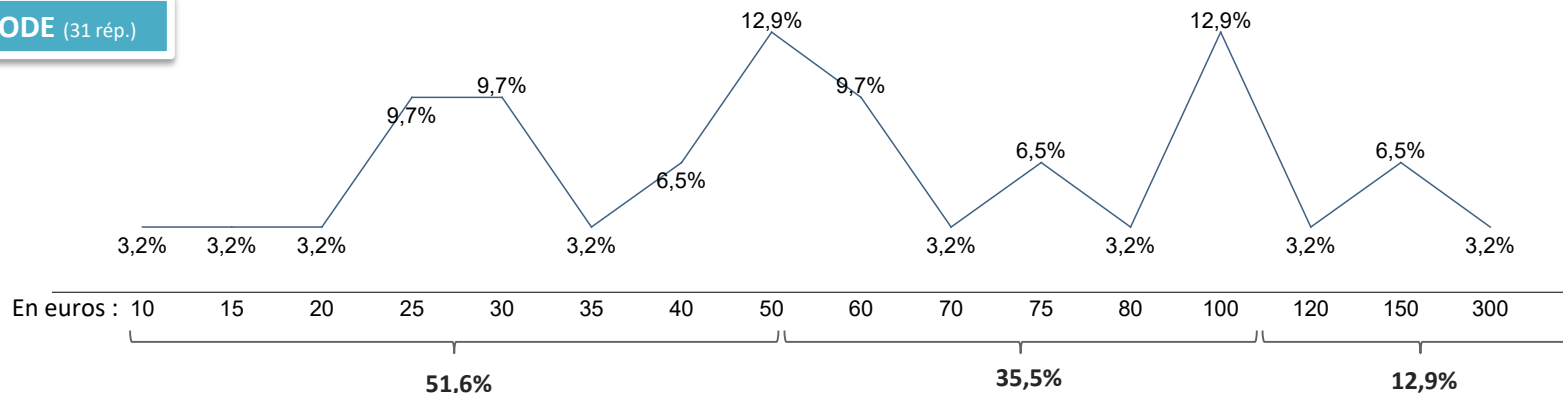
Mais globalement, on constate une dépense moyenne dans les commerces du centre-ville de Tulle plus élevée que dans ceux des centre-bourgs, avec des différentiels de plus de 20€ pour l'alimentaire, le tabac-journaux et la santé-beauté.



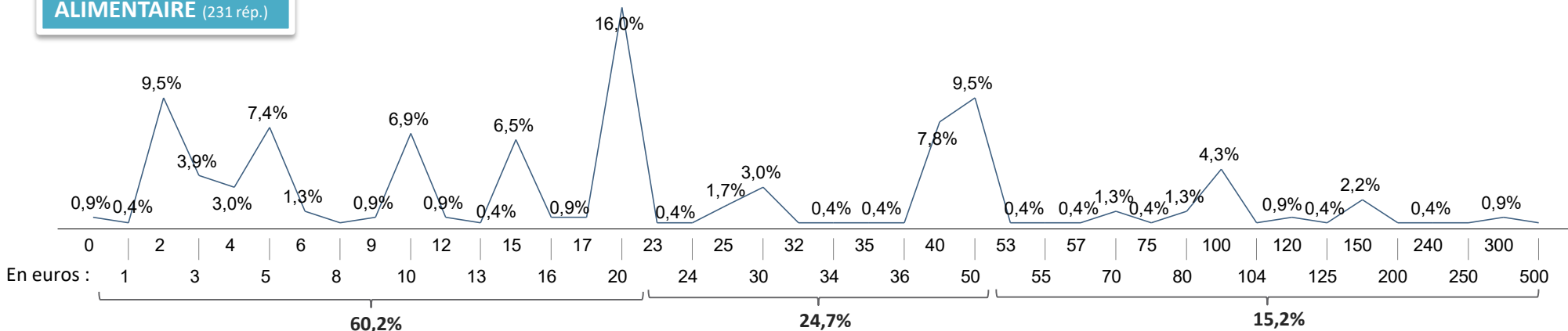
Comportements d'achat : montant dépensé

« Et approximativement, pour chacune de ces familles de produits, quel a été le montant de votre dernier achat ? »

MODE (31 rép.)

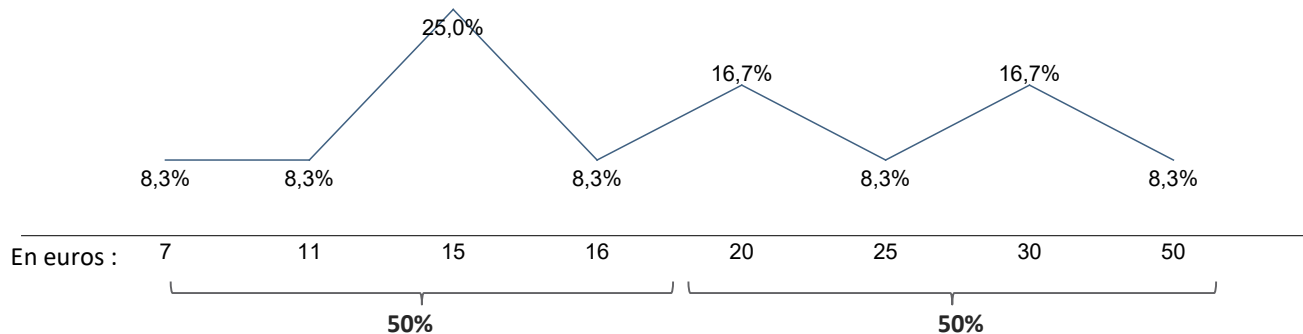


ALIMENTAIRE (231 rép.)

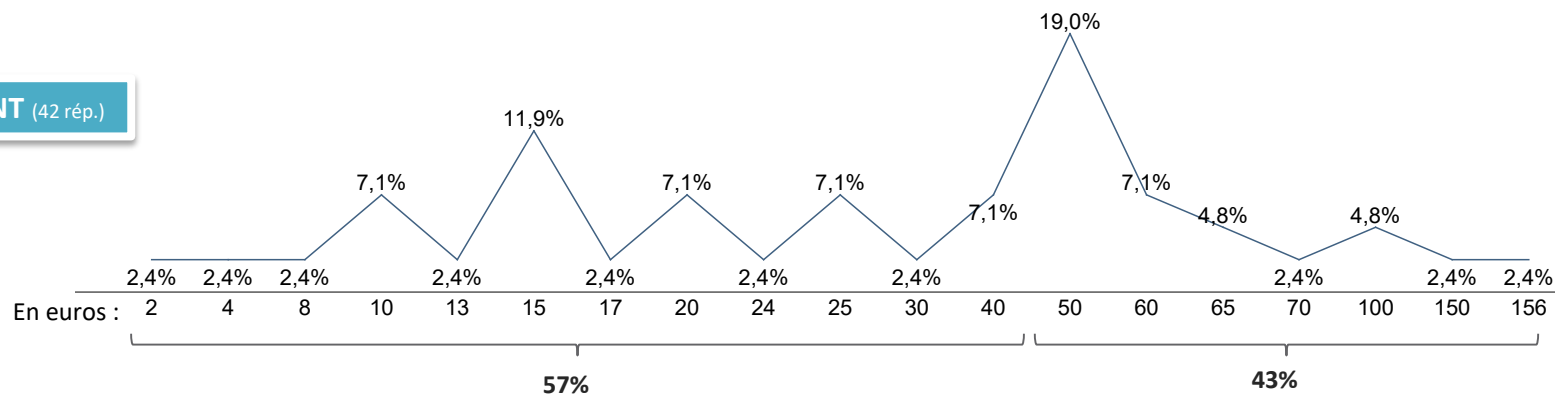




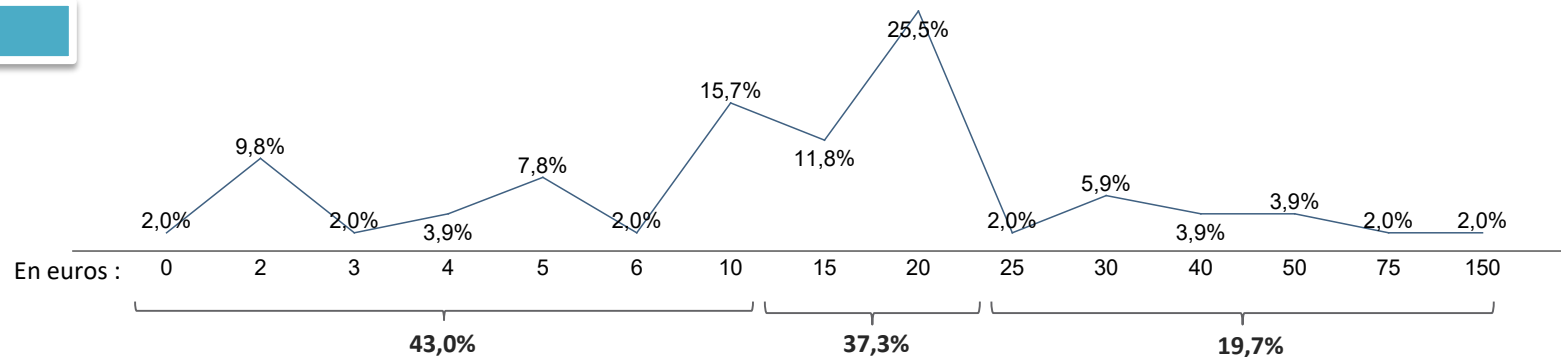
CULTURE (12 rép.)



RESTAURANT (42 rép.)

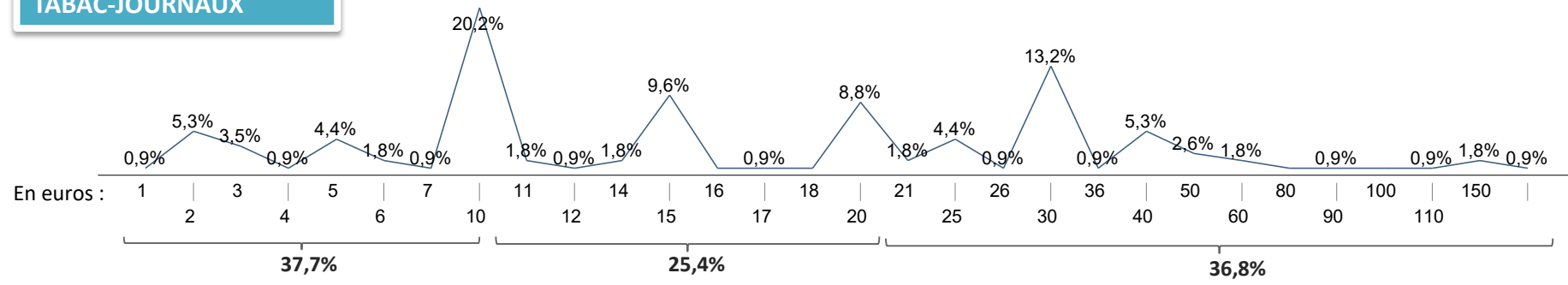


BAR (51 rép.)

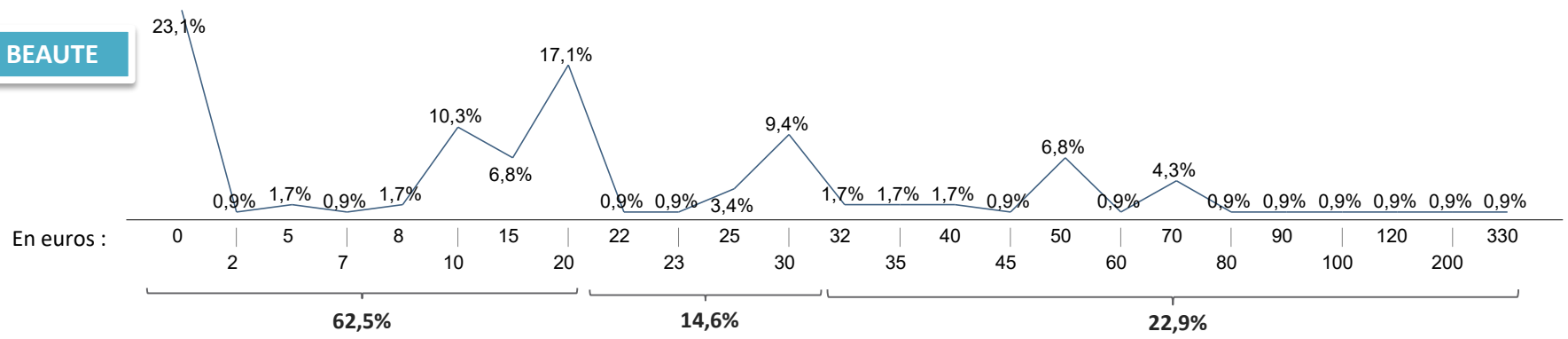




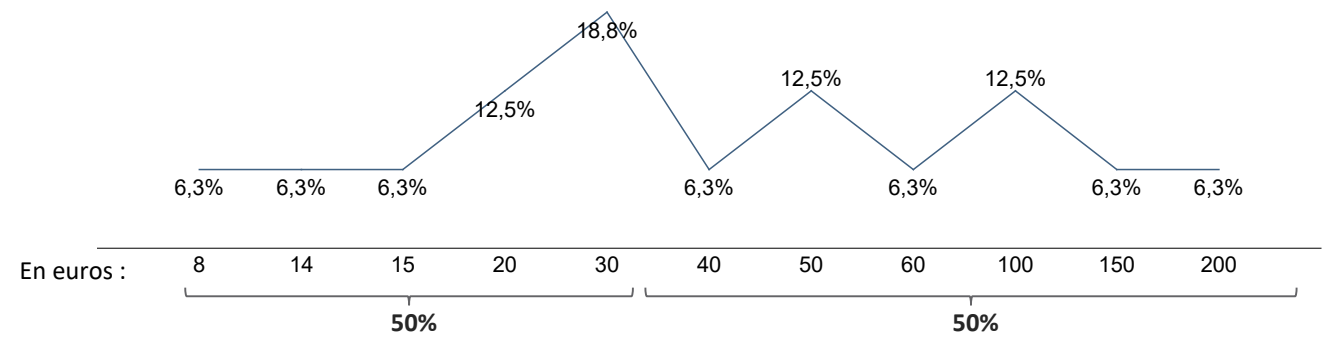
TABAC-JOURNAUX



SANTE - BEAUTE



MAISON



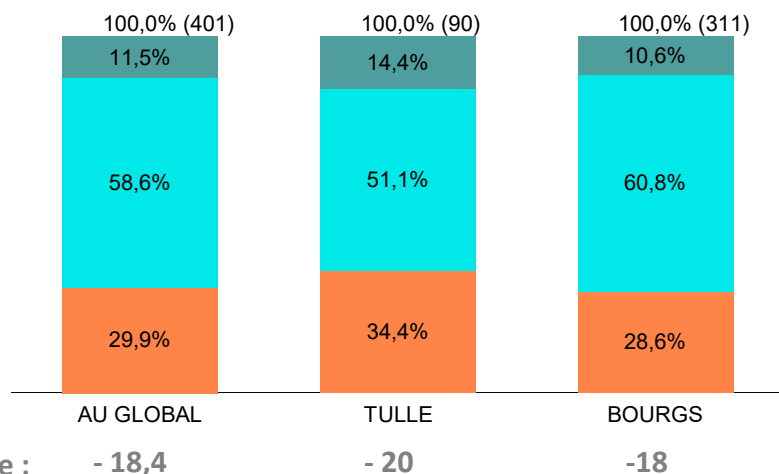


Evolution des comportements d'achat

« Sur ces dernières années (et en dehors du contexte sanitaire), avez-vous le sentiment de privilégier vos achats sur le centre»

Base : 401 interrogés résidants depuis au moins 2 ans

■ De moins en moins souvent
 ■ Toujours au même rythme
 ■ De plus en plus souvent



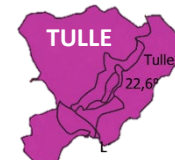
	moins en moins		même rythme		plus en plus		Total
TULLE	31	34,4%	46	51,1%	13	14,4%	90
CHAMBOULIVE	16	34,0%	29	61,7%	2	4,3%	47
CORNIL	13	29,5%	29	65,9%	2	4,5%	44
CORREZE	10	23,3%	29	67,4%	4	9,3%	43
LAGUENNE	17	48,6%	18	51,4%			35
NAVES	13	27,7%	28	59,6%	6	12,8%	47
SEILHAC	7	14,6%	35	72,9%	6	12,5%	48
STE FORTUNADE	13	27,7%	21	44,7%	13	27,7%	47

Que ce soit sur Tulle ou dans les bourgs, le solde de fréquentation est négatif.

Plus précisément sur les localités, des disparités existent. Alors que près de la moitié des résidents de Laguenne déclarent venir de moins en moins souvent en centre-ville, le solde de fréquentation s'équilibre à Sainte-Fortunade. De même à Seilhac, 73% déclarent ne rien avoir changer à leur comportement, et ils sont peu nombreux à délaisser de plus en plus le centre-bourg.



Autres polarités commerciales



« Fréquentez-vous régulièrement d'autres polarités commerciales que le centre-ville de Tulle ? »

Base : 103 interrogés sur Tulle

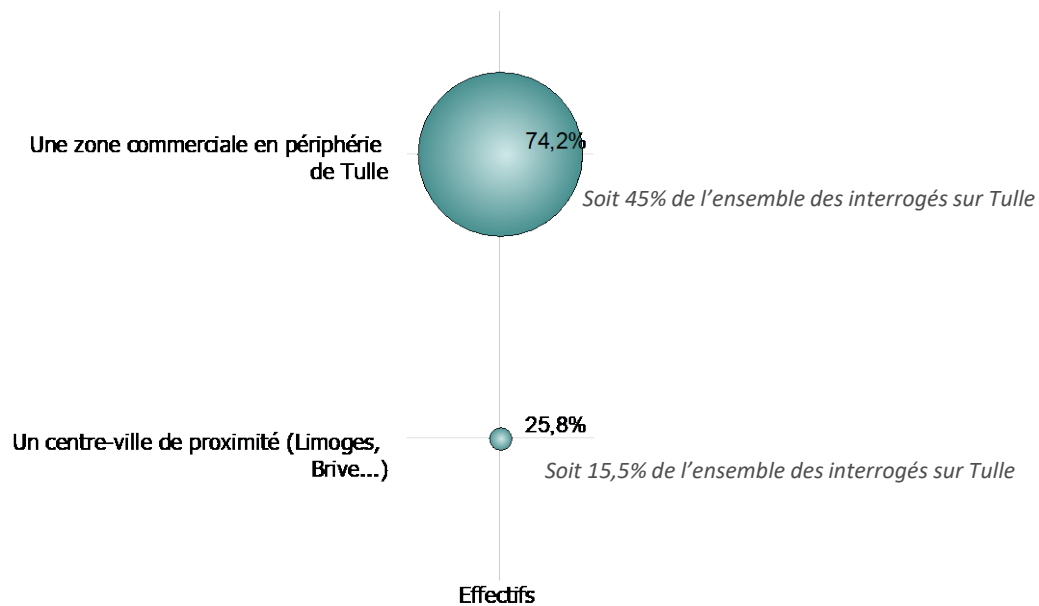


63%
65



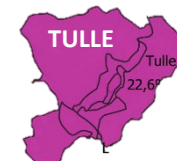
37%
38

→ « Le lieu commercial que vous fréquentez le plus souvent est : »





Autres polarités commerciales



« Pourquoi préférez-vous aller là-bas plutôt que dans le centre-ville de Tulle ? »

Base : 65 interrogés

	Z.C.	%
Plus de choix de magasins	17	27,0%
Moins cher	12	19,0%
Les commerces sont plus modernes et attractifs	8	12,7%
Les commerces, enseignes que j'aime sont là-bas	8	12,7%
Plus facile pour se stationner	8	12,7%
Plus dynamique, c'est animé	3	4,8%
Parking gratuit	3	4,8%
Les commerces sont regroupés	1	1,6%
Existence de grandes surfaces	1	1,6%
proximiter	1	1,6%
Facile d'y accéder en voiture	1	1,6%
Total réponses	63	100,0%

	autre CV	%
Plus de choix de magasins	9	30,0%
Les commerces sont plus modernes et attractifs	5	16,7%
Les commerces sont regroupés	3	10,0%
Parking gratuit	2	6,7%
Plus facile pour se stationner	2	6,7%
Moins cher	2	6,7%
J'y retrouve mes amis	1	3,3%
Plus dynamique, c'est animé	1	3,3%
Les commerces, enseignes que j'aime sont là-bas	1	3,3%
Existence de grandes surfaces	1	3,3%
Bowling	1	3,3%
Le marché est plus grand	1	3,3%
proximiter	1	3,3%
Total réponses	30	100,0%

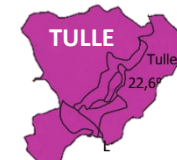
Que ce soit pour expliquer leur motivation vis-à-vis de la zone commerciale ou d'un autre centre-ville, les résidents de Tulle mettent en avant la diversité des enseignes et la qualité des boutiques (modernes et attractives).

En zone commerciale, l'aspect tarifaire joue pour 19% des éléments de motivation



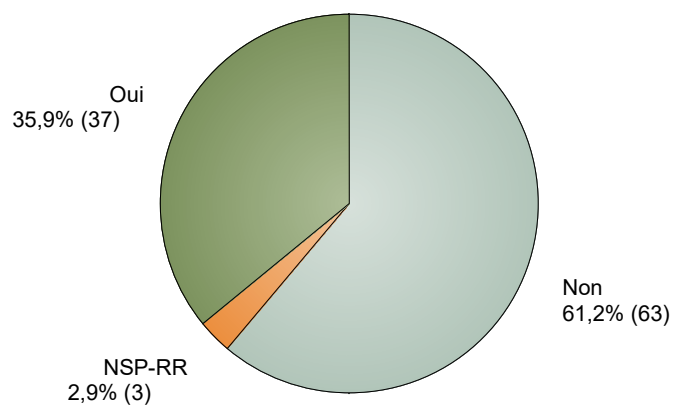


Autres polarités commerciales



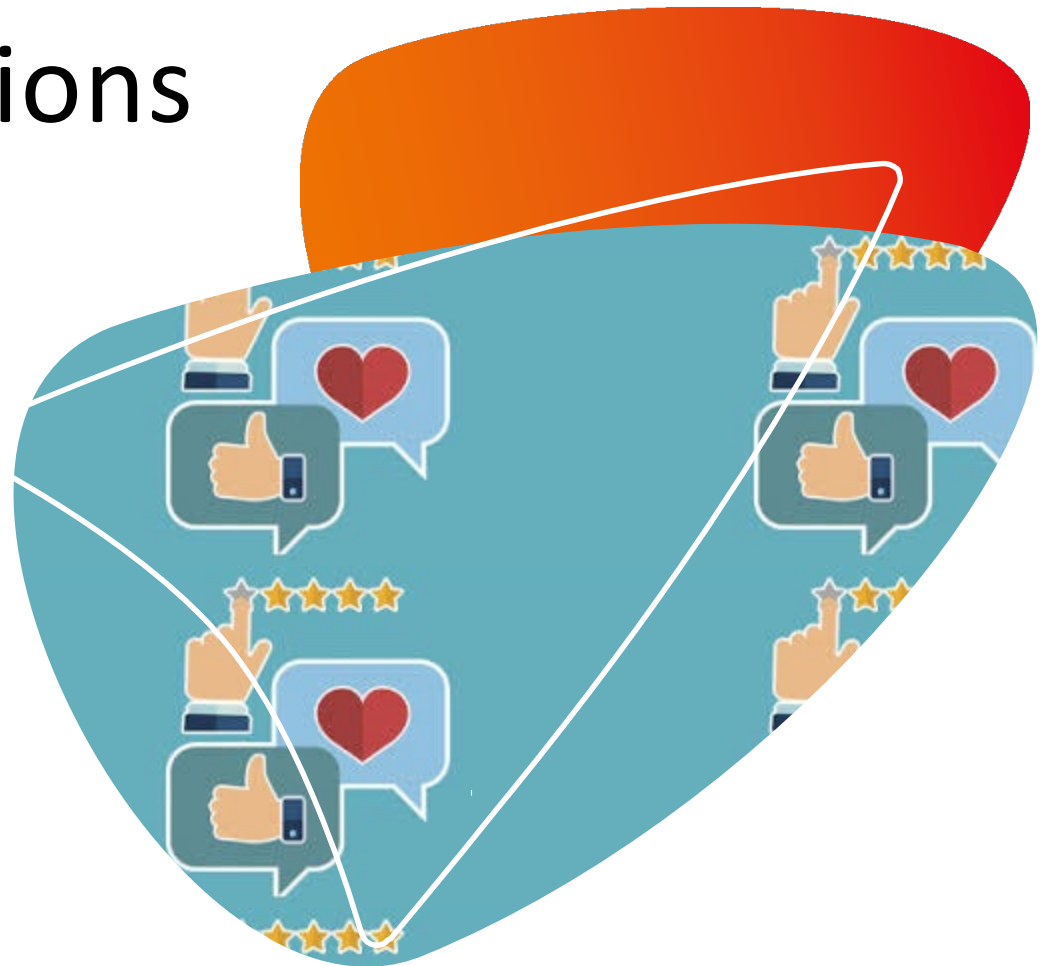
« *Considérez-vous la zone commerciale Citéa comme faisant partie du centre-ville ?* »

Base : 103 interrogés sur Tulle



04

Freins et motivations





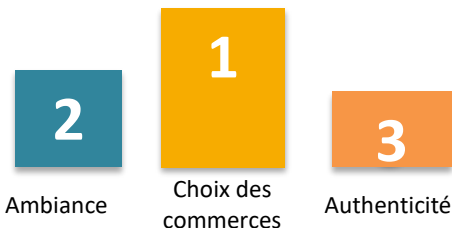
Atouts du centre

« *Quels sont les atouts du centre ? Qu'est-ce qui vous attire ?* »

Base : 451 répondants Plusieurs réponses possibles - % sur les répondants > 100% - Question ouverte (pas de suggestion de réponses)

TULLE	Effectifs	%
Le choix des commerces	30	29,7%
Pas d'atout	29	28,7%
L'architecture, l'authenticité	22	21,8%
L'accueil des commerçants	16	15,8%
Proximité, central, regroupé	11	10,9%
Le marché	11	10,9%
Les rues piétonnes	6	5,9%
L'amabilité des habitants	4	4,0%
Le patrimoine	3	3,0%
L'ambiance, le calme	2	2,0%
Les animations commerciales	2	2,0%
La sécurité	1	1,0%
Les évènements culturels	1	1,0%
La propreté	1	1,0%
La diversité des bars, restaurants	1	1,0%
Les Loisirs, activités sportives	1	1,0%
La médiathèque	1	1,0%
Total réponses	101	100,0%

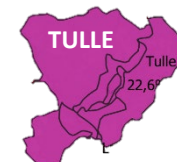
BOURGS	Effectifs	%
Le choix des commerces	88	25,1%
L'ambiance, le calme	82	23,4%
Pas d'atout	75	21,4%
Proximité de Tulle, central, regroupé	60	17,1%
L'architecture, l'authenticité	56	16,0%
L'accueil des commerçants	34	9,7%
Facilité de stationnement	17	4,9%
Le patrimoine	16	4,6%
La diversité des bars, restaurants	15	4,3%
Ecole à proximité	12	3,4%
Les magasins avec produits locaux	10	2,9%
Ne sait pas	9	2,6%
Les Loisirs, activités sportives	9	2,6%
Le marché	8	2,3%
La facilité de circulation	7	2,0%
l'Eglise	6	1,7%
Accès à la Mairie	4	1,1%
Les animations commerciales	4	1,1%
Centre médical	3	0,9%
Qualité des commerces et services	2	0,6%
Aire de stationnement pour campings cars	2	0,6%
Salle des fêtes, centre de loisirs	2	0,6%
DAB	1	0,3%
La Poste	1	0,3%
La propreté	1	0,3%
La médiathèque	1	0,3%
Tout est bien, il y a tout	1	0,3%
Total réponses	350	100,0%



Même dans les centre-bourgs où l'offre est plus réduite, plus d'1/4 des résidents met en avant le choix des commerces implantés. Mais très rapidement, on constate que les habitants ne trouvent pas de véritables atouts à leur commune (29% des gens de Tulle et 21% pour les Bourgs).



Points de fragilité du centre-ville de Tulle



« *Que faudrait-il pour améliorer le centre-ville de Tulle ?* »

Base : 103 interrogés sur Tulle - Plusieurs réponses possibles - Question ouverte (pas de suggestion de réponses)

	Effectifs	%
Plus de commerces	27	20,3%
Aménager des parkings gratuits	26	19,5%
Plus de parcs et de verdure	17	12,8%
Ajouter des activités pour les jeunes	14	10,5%
Rénover	8	6,0%
Plus de dynamisme	7	5,3%
Plus de loisirs	5	3,8%
Boutiques pour enfants	4	3,0%
Développer les pistes cyclables et les voies piétonnes	3	2,3%
Commerces alimentaires	3	2,3%
Sécurité pour les vélos	3	2,3%
Bowling	3	2,3%
Plus d'entretien et propreté	2	1,5%
Réduire l'insécurité	2	1,5%
Marché nocturne	1	0,8%
Plus de moyens de transport	1	0,8%
Plus de signalisation	1	0,8%
Trouver des médecins spécialistes	1	0,8%
Lier l'avenue Victor Hugo et le Trech	1	0,8%
Soutenir les commerçants	1	0,8%
Une grande surface	1	0,8%
Etre plus à l'écoute des habitants	1	0,8%
Une boîte de nuit	1	0,8%
Total	133	100,0%



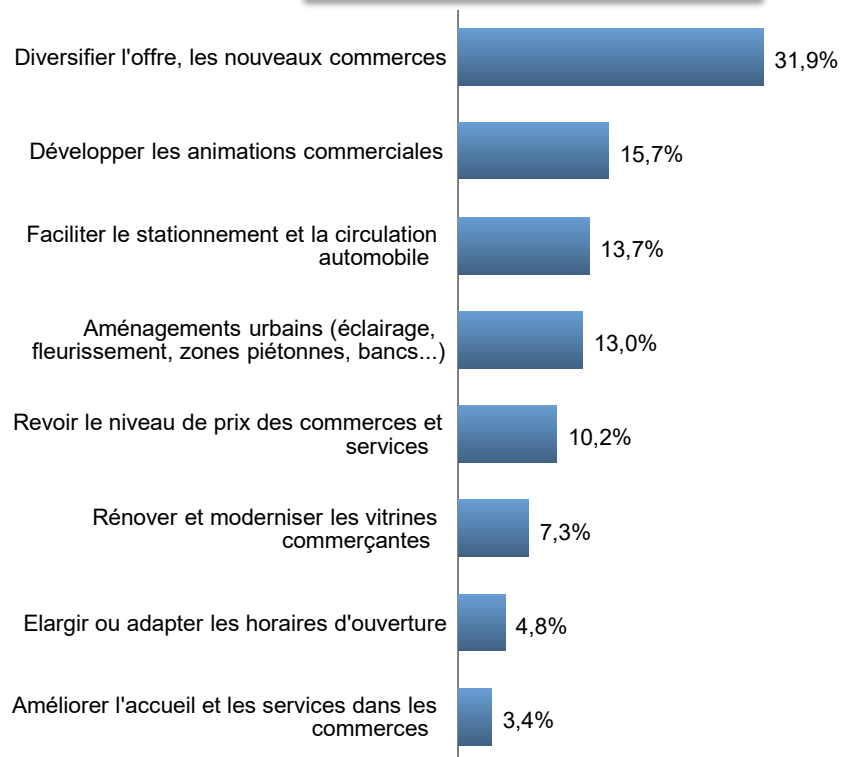
Points de fragilité des centres-bourgs

« Parmi les thèmes suivants, classer les 3 priorités pour l'amélioration de ? »

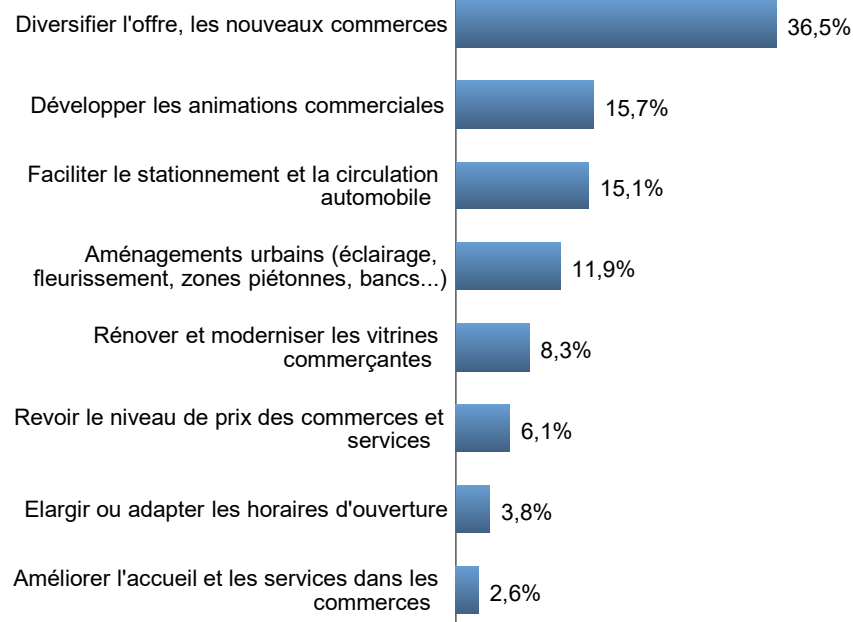
Base : 353 interrogés sur les bourgs



Citations toutes positions confondues



Cités en 1^{er} choix



Comme pour la commune de Tulle, avoir une offre commerciale plus diversifiée est sans hésitation la première attente des habitants dans les bourgs.

Trois autres demandes sont aussi assez claires : les animations commerciales, l'accès pour les automobilistes et les aménagements urbains.



Image

« Quelle note entre 1 et 10, donneriez-vous au centre sur les thèmes suivants ? »

	Effectif	Moyenne	Minimum	Maximum	Médiane
Pour se promener, flâner	446	6,8	1,0	10,0	7,0
Pour se retrouver entre amis	425	6,3	1,0	10,0	7,0
Pour les loisirs, activités	95	4,9	1,0	9,0	5,0
Shopping	98	5,6	1,0	10,0	5,0
Pour le choix et qualité des commerces alimentaires	438	6,2	1,0	10,0	6,0
Pour les démarches administratives	406	6,2	1,0	10,0	6,0
Pour les démarches médicales	323	6,3	0,0	10,0	7,0
Pour les services de proximité	338	6,1	0,0	10,0	6,0

	Effectif	TULLE		Effectif	BOURGS
Pour se promener, flâner	101	6,6	Pour se promener, flâner	345	6,8
Pour se retrouver entre amis	98	6,7	Pour se retrouver entre amis	327	6,1
Pour les loisirs, activités	95	4,9	Pour le choix et qualité des commerces alimentaires	340	6,1
Shopping	98	5,6	Pour les démarches administratives	313	6,1
Pour le choix et qualité des commerces alimentaires	98	6,2	Pour les démarches médicales	323	6,3
Pour les démarches administratives	93	6,3	Pour les services de proximité	338	6,1

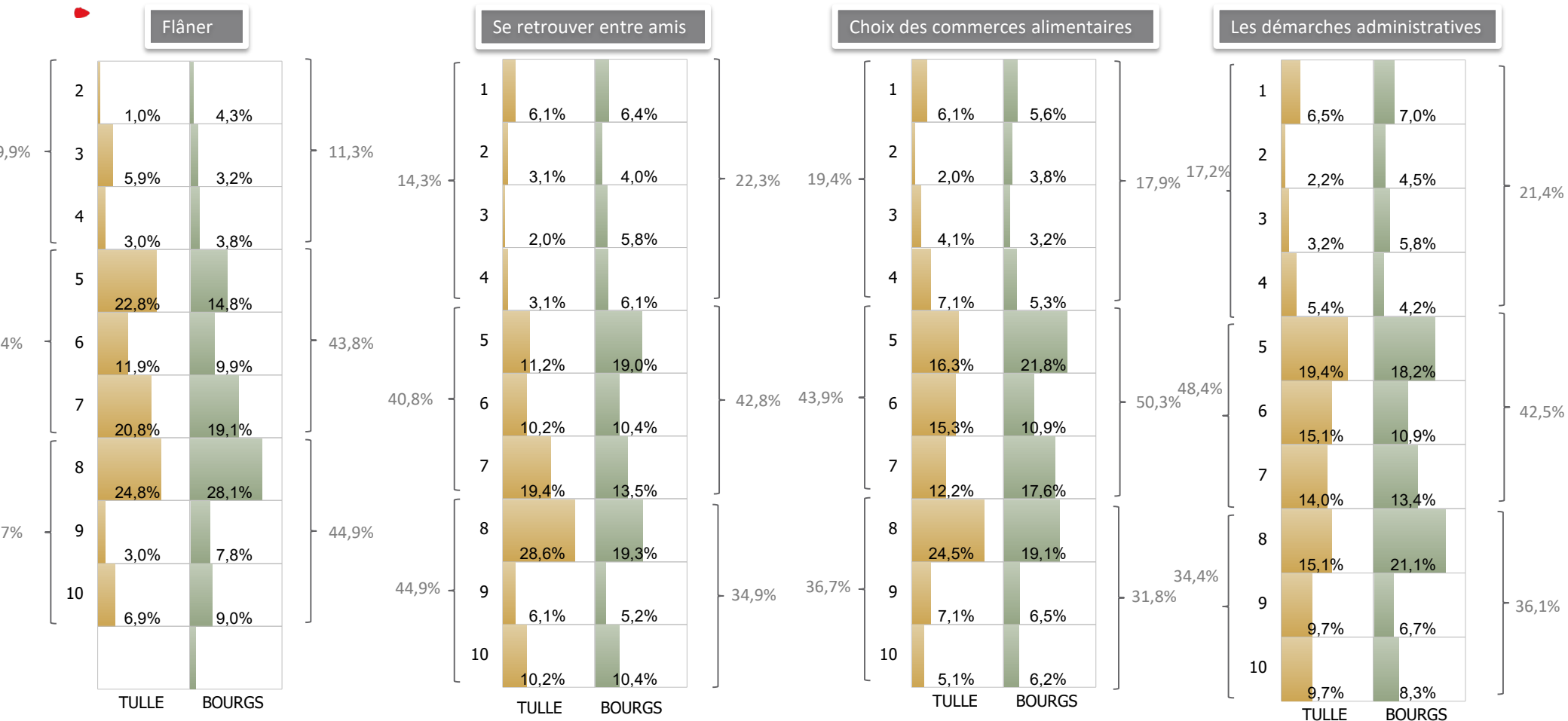
Tous les sites obtiennent une moyenne proche de 7/10 sur la possibilité de faire du centre, un lieu de promenade et de flânerie.

Tulle est aussi appréciée comme ville où il est agréable et facile de se retrouver entre amis (jugement moins partagé pour les bourgs). En revanche, les thèmes shopping et surtout loisirs ont dû mal à obtenir la moyenne.



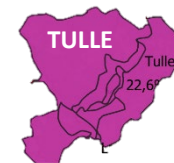
Image

« Quelle note entre 1 et 10, donneriez-vous au centre sur les thèmes suivants ? »

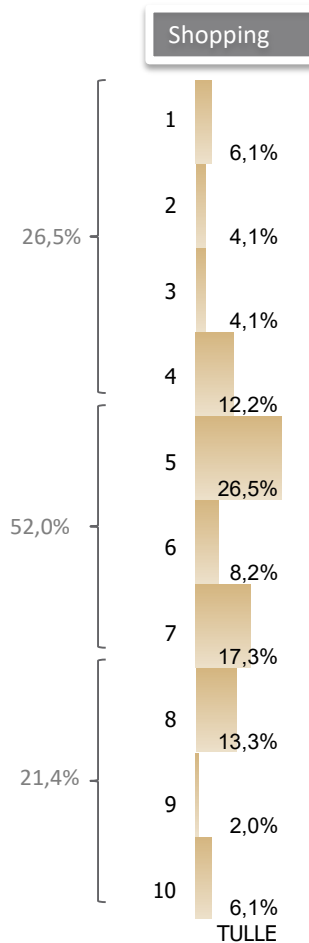
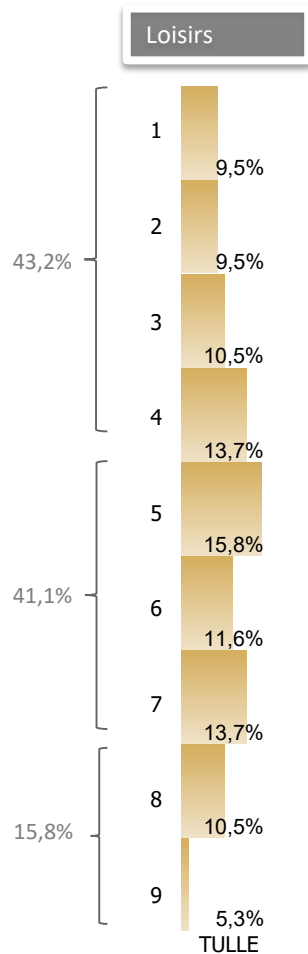




Image



« Quelle note entre 1 et 10, donneriez-vous au centre sur les thèmes suivants ? »



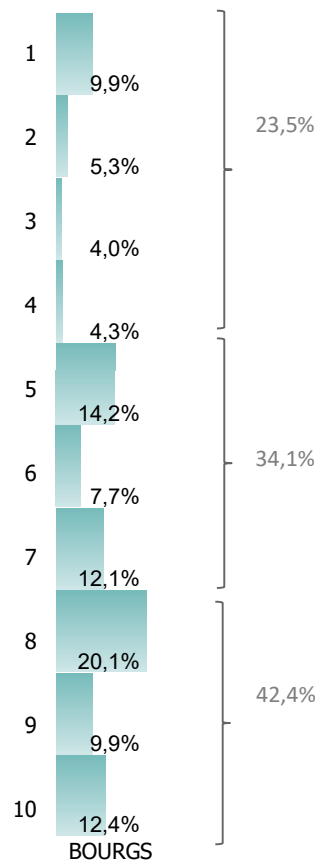


Image

« Quelle note entre 1 et 10, donneriez-vous au centre sur les thèmes suivants ? »



Démarches médicales



Services de proximité

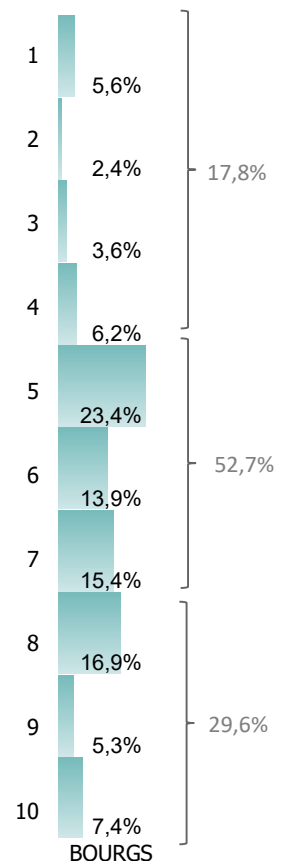
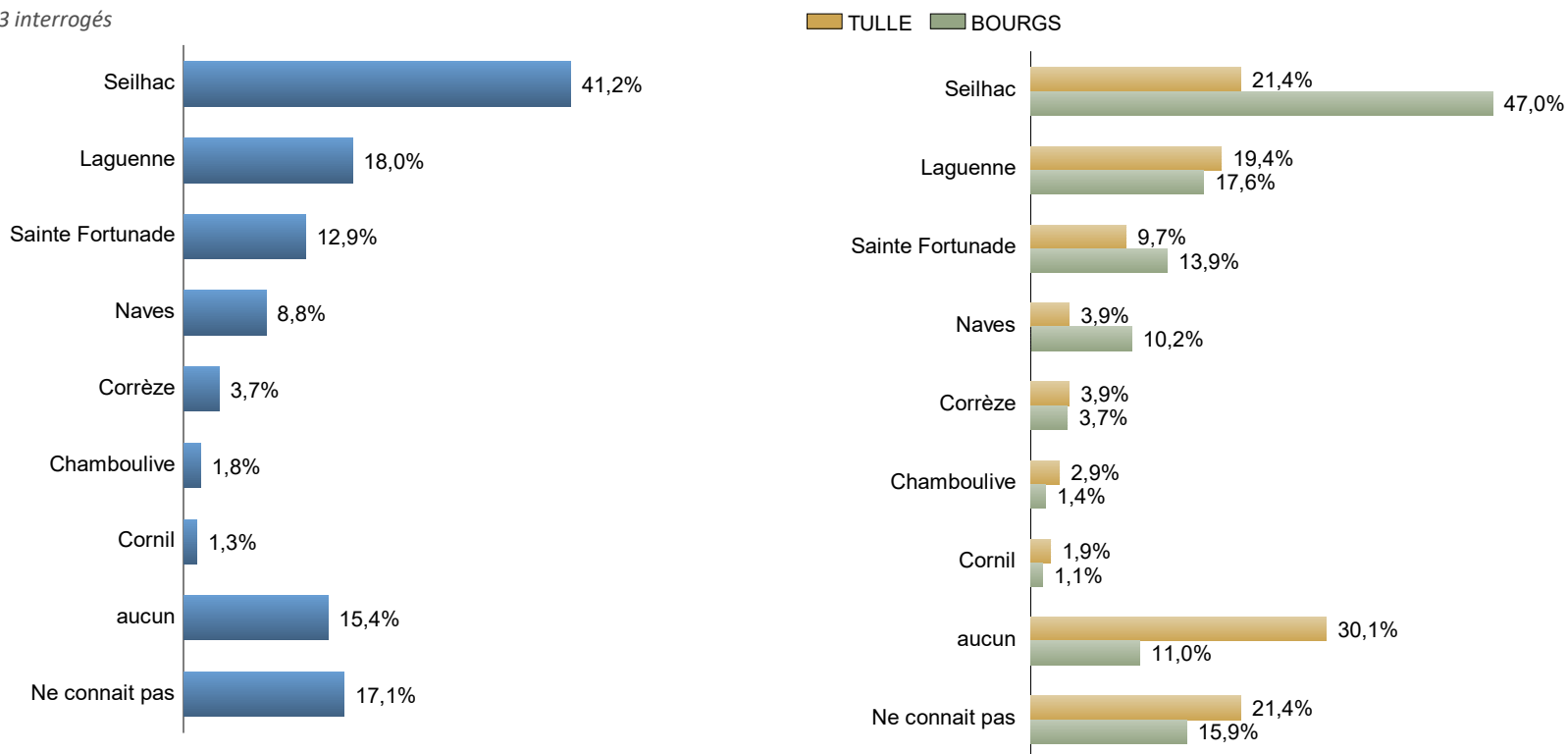




Image sur l'attractivité commerciale des bourgs

« Parmi les bourgs suivants, quels sont ceux que vous jugez les plus attractifs au niveau commercial ? »

Base : 453 interrogés



Seilhac se détache des autres bourgs pour la reconnaissance de son attractivité commerciale (**41%**), mais cette vision est surtout partagée par les habitants des autres bourgs environnants. En effet, sur Tulle, 30% des résidents rejettent l'attractivité commerciale de l'ensemble des bourgs, et en moyenne 20% sélectionnent Seilhac mais aussi Laguenne.

A une échelle géographique plus fine, la seule particularité concerne les habitants de Cornil qui votent peu pour Seilhac (19%) et préfèrent Sainte-Fortunade (46%)

NB : Comme nous le verrons dans la page qui suit, les répondants ont parfois eu tendance à confondre attractivité commerciale avec d'autres motifs d'attractivité.



Image sur l'attractivité commerciale des bourgs

« Pour quelles raisons ? »

Base : 308 interrogés - Plusieurs réponses possibles - % sur les répondants > 100% - Question ouverte (pas de suggestion de réponses)

	Effectifs	%
Plus de commerces	209	76,3%
Regroupement des commerces	46	16,8%
Présence de supermarché	31	11,3%
Plus attrayant	30	10,9%
Marché	20	7,3%
Plus de services	19	6,9%
Animations (concerts, activités...)	19	6,9%
C'est plus grand	14	5,1%
Facilité d'accès	6	2,2%
Restaurants	4	1,5%
Stationnement aisé	3	1,1%
Médecin	3	1,1%
Plus propre	2	0,7%
Belle boulangerie	2	0,7%
Magasin bio	1	0,4%
Prix plus bas	1	0,4%
Artisanat	1	0,4%
Supérette avec produits locaux	1	0,4%
Les bars sont mieux	1	0,4%
Coiffeur	1	0,4%
Bourg plus sécurisé	1	0,4%
Pharmacie	1	0,4%
Total	274	100,0%

La présence de commerces plus nombreux est surtout mis en avant sur les communes de Seilhac et de Sainte-Fortunade. Dans ce dernier bourg, les répondants justifient aussi leur choix par la présence du marché.

Sur la commune de Laguenne, le choix commercial est peu mis en avant, au profit de la présence d'un supermarché et de la qualité (attractivité) des boutiques.

Régulièrement, les bourgs ont été sélectionnés sur d'autres critères tels que leur authenticité, la présence de patrimoine naturel (lac), le calme, la convivialité et la quiétude des lieux.



Présence des commerçants sur internet

« Utilisez-vous internet pour faire vos courses ou vous aider dans vos achats ? »



45%
204



Supports et outils utilisés :



55%
244

	Effectifs	%
Marketplace généraliste	99	34,3%
Drive	91	31,5%
Site des franchises	49	17,0%
Marketplace locale	24	8,3%
Site web indépendant des commerçants	14	4,8%
Réseaux sociaux	5	1,7%
Google Map	5	1,7%
Compareurs	2	0,7%
Total	289	100,0%

L'usage d'internet est de même niveau quel que soit le lieu géographique étudié, sauf sur Laguenne-sur-Avalouze où seulement 27% des habitants utilisent internet pour leurs achats.



Présence des commerçants sur internet

« Pensez-vous que les commerçants du centre sont suffisamment présents sur les réseaux internet (communication et / ou vente) ? »



26%

118



46%

212



28%

126

	Oui	Non	NSP-RR	Total
TULLE	28 27,2%	54 52,4%	21 20,4%	103
CHAMBOULIVE	14 28,0%	21 42,0%	15 30,0%	50
CORNIL	4 8,3%	26 54,2%	18 37,5%	48
CORREZE	9 19,1%	26 55,3%	12 25,5%	47
LAGUENNE SUR AVALOUZE	9 17,6%	29 56,9%	13 25,5%	51
NAVES	11 21,2%	23 44,2%	18 34,6%	52
SEILHAC	22 41,5%	16 30,2%	15 28,3%	53
STE FORTUNADE	21 40,4%	17 32,7%	14 26,9%	52

Près de la moitié des répondants estiment que la présence des commerçants de proximité sur internet est insuffisante.

Les commerçants de Seilhac et Sainte-Fortunade ont une meilleure visibilité, avec plus de 40% de jugements positifs sur leur présence web.

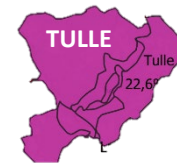
Au contraire, les commerçants de Cornil ne sont quasiment pas présents.

Conclusion





En conclusion...



Tulle bénéficie d'une forte attractivité de ses commerces et services (54%) mais **les motifs de déplacement en centre-ville peuvent être divers** : flâner, y travailler, y habiter. D'ailleurs, la visite aux commerces et services se fait majoritairement de façon **hebdomadaire** (et rarement quasi-journalier). Pour compléter cet aspect, on retiendra que les visites sur Tulle seraient privilégiées le samedi ou le mercredi.

3 commerces sont moteurs des flux : boulangerie, bureau de tabac et pharmacie. Tulle propose quelques boutiques de prêt-à-porter, ce qui permet de tirer le panier moyen des dépenses vers le haut ; mais même sans ce type de commerces, **le panier moyen est déjà assez élevé**.

Si le choix des commerces est le 1^{er} atout mis en avant, **développer l'aspect commercial est aussi la première attente**.

Les résidents de Tulle n'ont pas une très bonne image de leur ville en termes d'offres de loisirs et sur l'aspect shopping. Une attente est aussi fortement exprimée pour **faciliter l'accès et le stationnement** (aménagement de parkings gratuits).

La tendance va vers une **moindre fréquentation des commerces et services** en centre ville. Il faut dire que le développement des zones commerciales a sans doute favoriser cette évasion, et par exemple, 45% des gens de Tulle fréquentent en plus du centre-ville, **la zone commerciale de Tulle** (principalement pour la diversité des points de vente et pour un critère économique).

Internet est un appui important dans l'acte d'achat pour près de la ½ des répondants. Et à ce titre, 46% des répondants regrettent le **manque de présence des commerçants locaux sur le web**.



En conclusion...

Les commerces et services permettent de maintenir la dynamique dans les centre-bourgs. 75% des résidents vont en centre-bourg pour ce motif. D'ailleurs, la visite aux commerces et services se fait plusieurs fois par semaine pour la moitié des répondants. Ainsi, 81% des résidents des bourgs **sont indifférents au jour de venue** dans leur centre.

Sur l'ensemble du territoire, **3 commerces sont moteurs des flux** : boulangerie, bureau de tabac et pharmacie, avec des paniers moyens assez faibles (celui-ci prend en compte le montant lors de la dernière visite ; les visites étant fréquentes, il est compréhensible que ce montant soit faible).

Si le choix des commerces est le 1^{er} atout mis en avant, **développer l'aspect commercial est aussi la première attente** dans les bourgs environnants. Dans les bourgs, on constate le rôle limité des bars et restaurants, et l'image peu positive des bourgs comme lieu adapté pour se retrouver entre amis. Une attente est aussi fortement exprimée pour **faciliter l'accès**.

Laguenne-sur-Avalouze est atypique. Tout d'abord sur les profils de ses habitants, on y compte une population assez récente, alors que sur les autres bourgs les résidents y ont leur racine pour y vivre depuis plus de 10 ans. Les habitants de Laguenne se déplacent peu souvent dans le bourg (23% n'y vont même jamais), et dans le cas contraire, leur passage y est très rapide. Près de la moitié des résidents avouent venir de moins en moins souvent dans le centre.

La commune de **Cornil** pourrait se rapprocher du comportement de Laguenne avec une fréquentation moindre des commerces et services (34% y vont moins d'1 fois par semaine) et des visites très courtes. A noter, en contre-partie un passage en centre-ville motivé aussi par des démarches administratives. On note par exemple, le rôle locomotive de la boulangerie qui est très limité sur Cornil, mais une pharmacie particulièrement attractive. Seulement 8% des répondants estiment que les commerçants sont suffisamment présents sur les réseaux internet.

Seilhac se différencie des autres bourgs étudiés par le fort attrait envers ses commerces et services, et le rôle important de son marché. Ainsi, près de 30% des visiteurs peuvent y rester 1h. Seilhac conserve son attrait commercial au fil des années et 73% des interrogés déclarent ne pas avoir changé leurs habitudes de fréquentation au cours de ces dernières années. Le dynamisme commercial se reconnaît aussi par la visibilité des commerçants sur le web.





En conclusion...

Ste Fortunade montre une certaine instabilité avec des évolutions importantes des comportements d'achat en centre mais autant en baisse de fréquentation qu'en hausse. Le dynamisme se reconnaît par la visibilité des commerçants sur le net.

La pharmacie est particulièrement attractive sur **Corrèze** et au-delà de ce commerce, l'attrait commercial se retrouve sur Corrèze. Le déplacement dans le centre de Corrèze est vraiment intentionnel : 76% y vont exprès pour se rendre dans les commerces et services ; il ne s'agit donc pas d'une opportunité saisie au cours d'un passage dans la commune.

Généralement, les bureaux de tabac ont un pouvoir locomotive, qu'on ne retrouve pas du tout sur Naves, mais la pharmacie est particulièrement attractive sur **Naves**.

La présence d'établissement scolaire est aussi fortement générateur de flux en centre-bourg, notamment sur **Chamboulive**.



Questionnaire TULLE



Bonjour, XX société Tryom, je vous appelle de la part de la mairie et agglomération de Tulle dans le cadre d'une étude pour connaître votre avis sur le centre-ville, et vos attentes sur ce que vous aimeriez y trouver. J'ai juste quelques questions très rapides ; vous avez 5 minutes s'il vous plaît ?

Q1 - Pour quelles raisons allez-vous dans le centre-ville de Tulle ? (pour y faire quoi ?)

Enquêteur : relancer et noter TOUS les motifs

- J'y habite.....1
- J'y travaille.....2
- Allez dans un Ets scolaire.....3
- Pour flâner, me promener sans but précis.....4
- Pour les commerces.....5 → Lesquels ?
- Pour aller au marché.....6
- Pour voir des amis.....7
- Pour mes loisirs.....8 → lesquels ?
- Pour des démarches administratives (mairies, CAF, Pole emploi.....).....9
- Pour des motifs médicaux.....10
- Pour prendre le bus.....11
- Autres (précisez).....12
- Je n'y vais jamais.....13

Q2 - A quelle fréquence allez-vous dans les commerces et services du centre-ville de Tulle ?

- Tous les jours ou presque.....1
- 2 à 4 fois par semaine.....2
- 1 fois par semaine.....3
- Quelques fois par mois.....4
- Moins souvent.....5
- Jamais.....6 → allez en Q5

Q3 - A quand remonte votre dernière visite au centre-ville ?

- Hier ou aujourd'hui.....1
- Il y a 2 ou 3 jours.....2
- Dans la semaine (3 à 7 jours).....2
- Il y a plus d'1 semaine (7 à 10 jours).....3
- Il y a environ 15 jours.....4
- Il y a environ 1 mois.....5
- Il y a plus longtemps.....6

Q4 - Quels achats avez-vous réalisés dans le centre-ville lors de la dernière venue ? Et approximativement, quel montant avez-vous dépensé ?

	Achat	Montant
Mode prêt-à-porter, chaussures		
Alimentaire		
Culture (livre, cinéma...)		
Restauration		



Bar, café		
Santé, beauté (pharmacie, coiffeur, esthétique, parfum...)		
Maison, décoration		
Autres (précisez)		
Aucun achat		0

Q5 - Depuis combien d'années habitez-vous à Tulle ?

- Moins de 2 ans.....1 → allez en Q7
- 2 à 5 ans.....2
- 5 à 10 ans.....3
- Plus de 10 ans.....4

Q6 - Sur ces dernières années, et avant la crise sanitaire qui a démarré l'an dernier, avez-vous le sentiment de privilégier vos achats sur le centre-ville de Tulle ...

- De plus en plus souvent.....1
- Toujours au même rythme.....2
- De moins en moins souvent.....3

Q7 - Quel(s) jour(s) préférez-vous venir dans le centre-ville de Tulle ? Pourquoi ?

Q8 - En général, quand vous allez dans le centre-ville de Tulle, combien de temps y restez-vous ?

- Moins d'1/2 heure.....1
- 1/2h à 1 heure.....2
- 1 à 2 heures.....3
- 2 heures ou +.....4

Q9 - Le plus souvent, avec quel mode de transport venez-vous en centre-ville ?



- Voiture.....1
- Vélo/trottinette.....2
- Bus.....3
- Piéton.....4
- Autre (précisez).....5

Si voiture : Q9Bis - Où avez-vous l'habitude de stationner ?

- Sur la voirie gratuite au cœur du centre.....1
- Sur la voirie payant au cœur du centre.....2
- Parking en centre-ville.....3 (précisez le nom)
- Parking extérieur à proximité du centre-ville.....4 (précisez le nom)
- Voinie à l'extérieur à proximité du centre-ville.....5
- Place privée.....6



Questionnaire TULLE

Tryom 		Tryom 	
Q10 - Quels secteurs fréquentez-vous le plus en centre-ville : Enquêteurs : citer les propositions -		Q13 - Considérez-vous la zone commerciale <u>Citéa</u> comme faisant partie du centre-ville ?	
Rue V. Hugo.....	1	Oui	1
Le Tech.....	2	Non	2
Rue Jaurès.....	3		
Quartier de la gare.....	4		
Quartier du Cueil.....	5		
Q11 - Pour vous, quels sont les atouts du centre-ville de Tulle ? Qu'est-ce qui vous attire ? Enquêteurs : SPONTANE et relancer		Q14 - Quelle note, entre 1 et 10, donneriez-vous au centre-ville de Tulle sur les thèmes suivants :	
Le choix des commerces.....	1	Pour se promener, flâner.....	/ /
L'accueil des commerçants.....	2	Pour se retrouver entre amis (bar/restaurant, parc, zoo).....	/ /
Les animations commerciales.....	3	Pour les loisirs/activités (cinéma, sports, activités, etc.).....	/ /
La présence de magasins indépendants (vêtements, bijoux, accessoires, décoration, etc.) ...	4	Shopping (mode, loisirs, maison).....	/ /
La présence de grandes enseignes.....	5	Choix et qualité des commerces alimentaires.....	/ /
La diversité des bars, restaurants.....	6	Pour les démarches administratives.....	/ /
La facilité de circulation.....	7		
La facilité de stationnement.....	8		
Le marché.....	9		
Les évènements culturels.....	10		
Les équipements de loisirs.....	11		
Les rues piétonnes.....	12		
L'architecture.....	13		
Autres (précisez).....			
Q12 - Fréquentez-vous régulièrement d'autres polarités commerciales que CV de Tulle ?		Q15 - Que faudrait-il pour améliorer le centre-ville (commerce et/ou l'espace public) ?	
Oui	1		
Non	2 → allez en Q13		
Si oui : Q12bis- Le lieu commercial que vous fréquentez le plus souvent est :		Q16 - Utilisez-vous internet pour faire vos courses ou vous aider dans vos achats ? et si oui, quels supports / outils ?	
une ZC en périphérie de Tulle	1	Site web indépendant des commerçants.....	1
un centre-ville de proximité (Limoges, Brive...).....	2	Sites des franchises.....	2
autres (précisez).....	3	Marketplace généraliste (Amazon, Cdiscount, <u>Ebay.com</u>).....	3
		Marketplace locale.....	4
		Réseaux sociaux.....	5
		Google <u>Map</u>	6
		Autres (précisez).....	7
Q12ter - Pourquoi préférez-vous aller là-bas plutôt que dans le CV de Tulle ? (en SPONTANE)		Q17 - Pensez-vous que les commerçants du centre-ville sont suffisamment présents sur les réseaux internet (communication et/ou vente) ?	
Les commerces sont plus modernes et attractifs.....	1	Oui	1
La zone est plus dynamique, il y a du monde, c'est animé.....	2	Non	2
Les commerces / enseignes que j'aime sont là-bas.....	3		
Plus facile pour se stationner.....	4		
Facile d'y accéder en voiture.....	5		
Parking gratuit.....	6		
Larges amplitudes horaires.....	7		
Autres (préciser).....	8		
		Q18 - Parmi les bourgs suivants, quels sont ceux que vous jugez les plus attractifs au niveau commercial ?	
		Ste <u>Fortunade</u>	1
		Cornil.....	2
		Seilhac.....	3
		Naves.....	4
		Corrèze.....	5
		Chamboulive.....	6
		Laguenne.....	7
		Aucun (ne pas citer).....	8
		Pour quelles raisons ?	



Questionnaire BOURGS



Bonjour, XX société Tryom, je vous appelle de la part de la mairie de [bourg] et de l'agglomération de Tulle dans le cadre d'une étude pour connaître votre avis sur le centre-bourg, et vos attentes sur ce que vous aimeriez y trouver. J'ai juste quelques questions très rapides ; vous avez 5 minutes s'il vous plaît ?

Q1 - Pour quelles raisons allez-vous dans le centre-bourg de [bourg] ? (pour y faire quoi ?)

Enquêteur : relancer et noter TOUS les motifs

- J'y habite..... 1
- J'y travaille..... 2
- Pour flâner, me promener sans but précis..... 3
- Pour les commerces et services..... 4 → Lesquels ?
- Pour aller au marché..... 5
- Pour voir des amis..... 6
- Pour mes loisirs..... 7 → lesquels ?
- Pour des démarches administratives (mairie, CAF, Pole emploi.....)..... 8
- Pour des motifs médicaux..... 9
- Autres (précisez)..... 10
- Je n'y vais jamais..... 11

Q2 - Quand vous vous arrêtez dans le centre-bourg de [bourg] est-ce :

- Exprès pour venir spécialement dans les commerces et services..... 1
- Vous profitez d'un déplacement à proximité pour vous arrêter rapidement dans un commerce..... 2

Q3 - A quelle fréquence allez-vous dans les commerces et services du centre-bourg de [bourg] ?

- Tous les jours ou presque..... 1
- 2 à 4 fois par semaine..... 2
- 1 fois par semaine..... 3
- Quelques fois par mois..... 4
- Moins souvent..... 5
- Jamais..... 6 → allez en Q6

Q4 - A quand remonte votre dernière visite au centre-bourg ?

- Hier ou aujourd'hui..... 1
- Il y a 2 ou 3 jours..... 2
- Dans la semaine (3 à 7 jours)..... 2
- Il y a plus d'1 semaine (7 à 10 jours)..... 3
- Il y a environ 15 jours..... 4
- Il y a environ 1 mois..... 5
- Il y a plus longtemps..... 6



Q5 - Quels achats avez-vous réalisés lors de la dernière venue ? Et approximativement, quel montant aviez-vous dépensé

	Achat	Montant
Alimentaire (épicerie produits locaux, supérette, cave, boucherie, boulangerie)		
Restauration		
Bar, café		
Santé, beauté (pharmacie, coiffeur, esthétique, optique ...)		
Tabac, journaux		
Maison, bricolage, jardin		
Autres (précisez)		
Aucun achat		0

Q6 - Depuis combien d'années habitez-vous à [bourg] ?

- Moins de 2 ans..... 1 → allez en Q8
- 2 à 5 ans..... 2
- 5 à 10 ans..... 3
- Plus de 10 ans..... 4

Q7 - Sur ces dernières années, et avant la crise sanitaire qui a démarré l'an dernier, aviez-vous le sentiment de privilégier vos achats sur le centre de [bourg] ?

- De plus en plus souvent..... 1
- Toujours au même rythme..... 2
- De moins en moins souvent..... 3

Q8 - Quel(s) jour(s) préférez-vous venir dans le centre [bourg] ? Pourquoi ?

Q9 - En général, quand vous allez dans le centre de [bourg], combien de temps y restez-vous ?

- Moins d'1/4 d'heure..... 1
- 1/4 d'heure à 1/2 heure..... 2
- 1/2h à 1 heure..... 3
- 1 heure ou +..... 4

Q10 - Pour vous, quels sont les atouts du centre-bourg de [bourg] ? Qu'est-ce qui vous attire ?

Enquêteurs : SPONTANÉ et relancer

- Le choix des commerces..... 1
- L'accueil des commerçants..... 2
- La présence de magasins avec produits locaux..... 3
- La présence des bars, restaurants..... 4
- La facilité de circulation..... 5
- La facilité de stationnement..... 6
- Le marché..... 7
- L'architecture..... 8
- L'ambiance, le calme..... 9



Questionnaire BOURGS



Q11 - Parmi les thèmes suivants, quels sont pour vous les priorités pour l'amélioration de [bourg]

Enquêteurs : Classer 3 réponses maximum

- Rénover et moderniser les vitrines commerçantes..... 1
- Développer les animations commerciales..... 2
- Faciliter le stationnement et la circulation automobile..... 3
- Revoir le niveau de prix des commerces et services..... 4
- Elargir ou adapter les horaires d'ouverture 5
- Aménagements urbains (éclairage, fleurissement, zones piétonnes, bancs ..)..... 6
- Diversifier l'offre, les nouveaux commerces..... 7 → lesquels ?
- Améliorer l'accueil et les services dans les commerces..... 8
- Autre (précisez)..... 9

Q12 - Quelle note, entre 1 et 10, donneriez-vous au centre-ville de [bourg], sur les thèmes suivants :

- Pour se promener, flâner..... / ___ /
- Pour se retrouver entre amis (bar/restaurant, parc.....)..... / ___ /
- Pour le choix et qualité des commerces alimentaires..... / ___ /
- Pour les démarches administratives..... / ___ /
- Pour les démarches médicales..... / ___ /
- Pour les services de proximité (Poste, banque, services à domicile.....)..... / ___ /

Q13 - Utilisez-vous internet pour faire vos courses ou vous aider dans vos achats ? et si oui, quels supports / outils ?

- Site web indépendant des commerçants..... 1
- Sites des franchises..... 2
- Marketplace généraliste (Amazon, Cdiscount, Ebay.....)..... 3
- Marketplace locale..... 4
- Réseaux sociaux..... 5
- Google Map..... 6
- Autres (précisez)..... 7

Q14 - Pensez-vous que les commerçants de [bourg], sont suffisamment présents sur les réseaux internet (communication et/ou vente) ?

- Oui..... 1
- Non..... 2



Q15 - Parmi les bourgs suivants, quels sont ceux que vous jugez les plus attractifs au niveau commercial ?

- Ste Fortunade..... 1
- Cornil..... 2
- Seilhac..... 3
- Naves..... 4
- Corrèze..... 5
- Chamboulive..... 6
- Laquenue..... 7
- Aucun (ne pas citer)..... 8

Pour quelles raisons ?

Signalétique :

S1 - De combien de personnes se compose votre foyer ? (réside au moins 5 jours / semaine)

/ ___ / adultes
/ ___ / enfants (moins de 18 ans)

S2 - Quelle est la profession du chef de famille ? Noter en clair puis recoder la CSP : / _____ /

S3 - Age : / ___ / ans

S4 - Sexe de l'interviewé : Homme / Femme