

## SYNTHESE DE L'ENQUETE CONSOMMATEUR - FIN 2010

410 saumurois interrogés selon une proportion qui respecte globalement la répartition de la population du SCoT.

âge	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	5	1,2%
< 20 ans	3	0,7%
20-35 ans	44	10,7%
36-55 ans	126	30,7%
56-70 ans	98	23,9%
+70 ans	134	32,7%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>410</b>	<b>100%</b>

### Une capacité d'attraction des consommateurs

L'évasion commerciale est faible, par poste de consommation. 91,5% des personnes estiment qu'il ne manque pas de GMS

Proportion des consommateurs interrogés pratiquant leurs achats dans les commerces du SCoT :

courses alimentaires	vêtements	chaussures	électroménager	meubles
92,8%	84,4%	84%	89,7%	81,9%
sports et loisirs	informatique, photos, TV	DVD, CD, livres	bricolage	jardinerie
92,8%	84%	92,7%	94,4%	92,6%

### Des commerces de proximité manquants

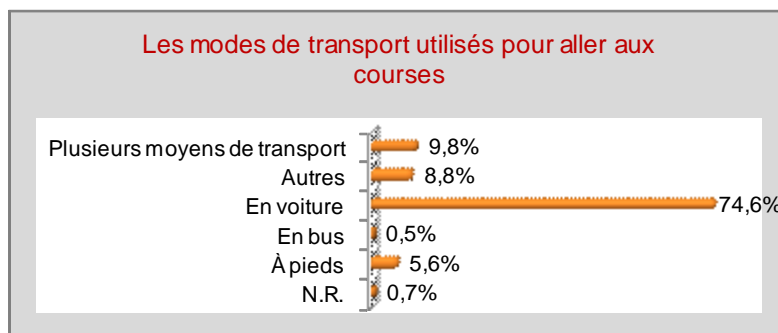
Parmi les consommateurs interrogés, ceux qui considèrent que des commerces de proximité leur manquent, citent particulièrement l'alimentaire, les boucheries et les boulangeries.

Certaines personnes ont évoqué leur goût à fréquenter les marchés ; d'autres mentionnent leurs courses en magasins d'usine ou magasins spécialisés (bio).

commerces manquants <sup>1</sup>	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	264	64,4%
Alimentation	54	13,2%
Boucherie	55	13,4%
Boulangerie	41	10,0%
Poissonnerie	22	5,4%
Autres	51	12,4%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>410</b>	

### La voiture comme principal mode de transport pour aller aux courses

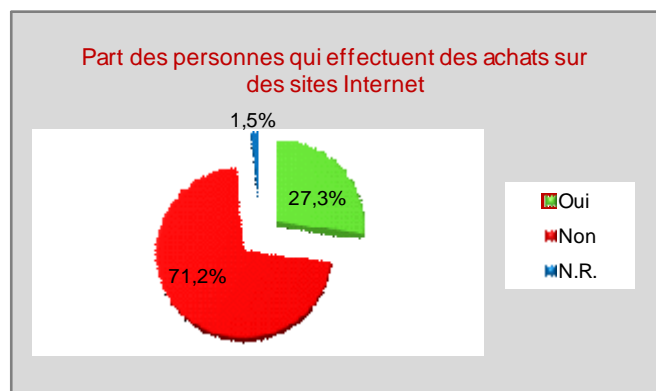
0,5 % des personnes se font livrer leurs courses, 0,5 % utilisent le bus combiné à la marche à pieds ou à la voiture. Pourtant, 19,8% des consommateurs interrogés apprécieraient une desserte en TC des lieux d'achats.



### Un quart des sondés utilise internet pour faire des achats

Pour autant, seulement 3,4% des personnes interrogées font leurs achats sur Internet plus d'une fois par semaine.

Les achats sur Internet semblent compléter l'offre commerciale du secteur du SCoT. Les achats portent sur l'équipement de la personne (vêtements, chaussures), l'informatique et l'électroménager, la culture (livres, CD, DVD, billets de spectacles).



Source : Etude urbanisme commercial – Révision du SCoT saumurois – réalisation : BEPIC 2011