

# ENQUETE SUR LA FREQUENTATION COMMERCIALE DU CENTRE-VILLE DE RENNES.

## Contexte

La CCI Rennes Bretagne, Rennes Métropole, la Ville de Rennes et la Chambre de Métiers et de l'Artisanat ont créé le Groupement d'Information et d'Etude du Commerce Rennais (GIECR) pour réaliser des travaux en commun afin de connaître et suivre les évolutions qui affectent la structure et l'évolution de l'activité des commerces de détail du centre-ville de Rennes (financement FISAC).

Chacun des membres du groupement apporte les informations dont il dispose en propre et des enquêtes sont réalisées afin d'apporter les informations manquantes, concernant en particulier l'évolution de l'activité des commerces du centre-ville de Rennes.

**Les résultats de l'enquête, complétés des informations dont chaque organisme dispose, donneront lieu à la publication d'un document en juin 2009, destiné aux commerçants et aux élus des organismes consulaires et de Rennes Métropole. Un second document est prévu au 4<sup>ème</sup> trimestre 2009**

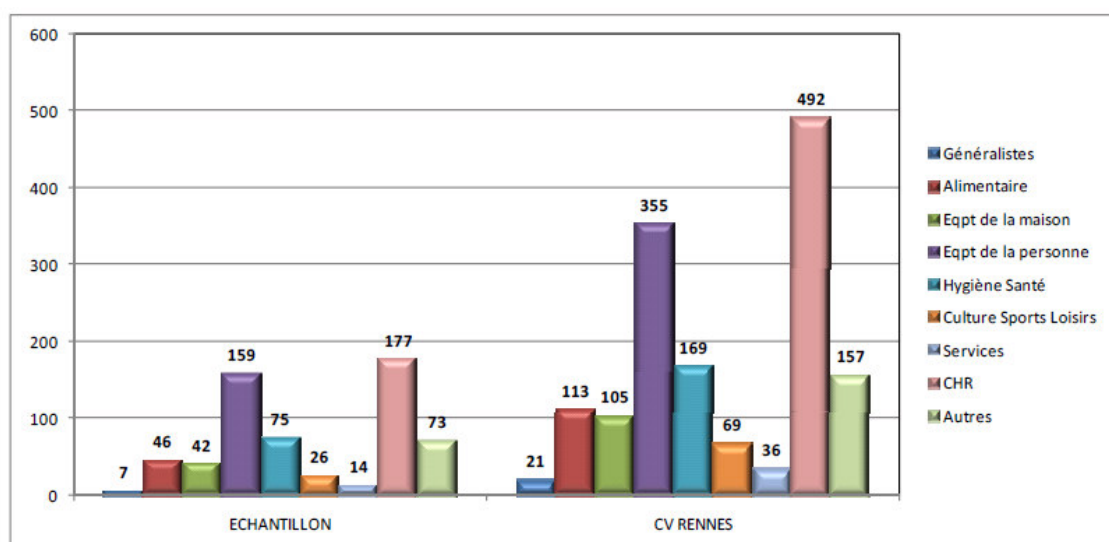
## L'enquête auprès des commerçants du centre-ville de Rennes

2 enquêtes seront réalisées au cours de l'année 2009. Une première vague a eu lieu au cours du premier trimestre 2009 auprès des 1 517 commerces de détail du centre-ville de Rennes. Elle concerne l'activité des commerces au cours de l'année 2008 et en particulier du second semestre, comparé au même semestre de l'année précédente.

## Résultats de l'enquête réalisée début février 2009

### 1 - Répartition des commerces du centre-ville de Rennes

Sur les 1 517 commerces du centre-ville de Rennes (quartier 1 au sens INSEE, de l'Hôtel Dieu au Nord au Colombier au Sud), 1 263 ont pu être contactés et 619 ont répondu, soit de très bons taux de réponse, de 41 % des établissements et de 49 % des établissements contactés (taux maximum atteignables dans ce genre d'enquête). C'est la société PIVADIS qui a réalisé cette enquête pour le compte du GIECR.



## 2 – Caractéristiques de l'appareil commercial du centre-ville de Rennes

### Répartition géographique

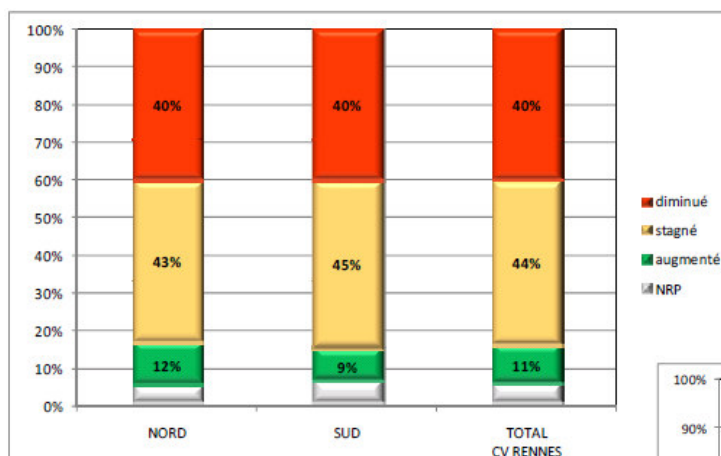
57 % des commerces sont au Nord Vilaine (55 % échantillon) ; 43 % sont au Sud (45 % échantillon)

### 3 – Evolution de la fréquentation commerciale du centre-ville de Rennes

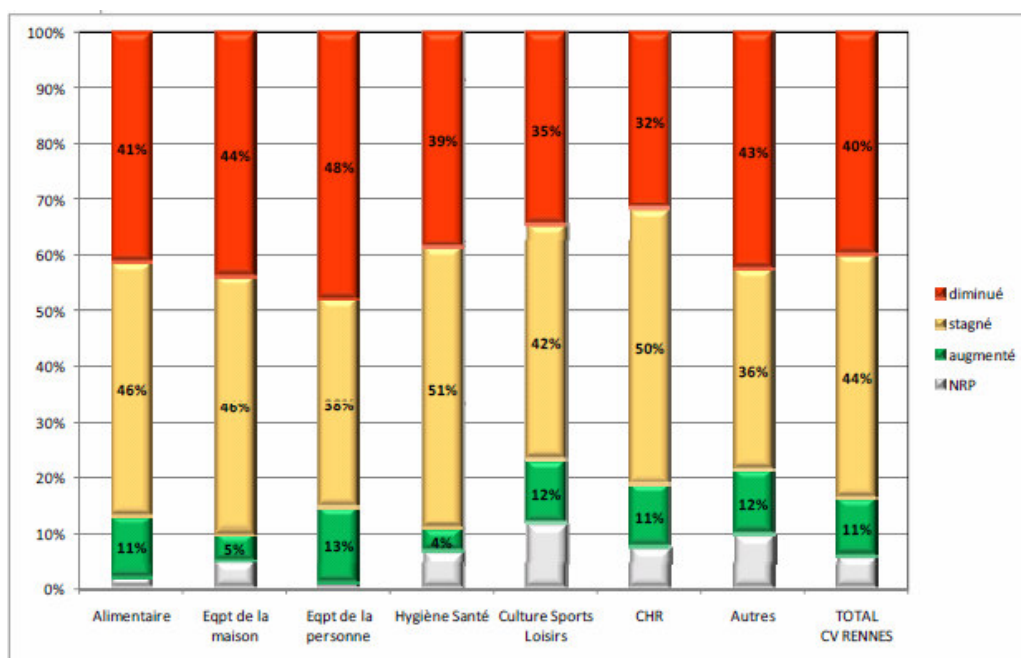
Une première question a été posée, non pas sur l'activité propre du commerce, mais sur la perception par le commerçant de la fréquentation commerciale du centre-ville.

Une perception plutôt négative de la fréquentation commerciale globale du centre-ville

- 40 % considèrent que cette fréquentation a diminué,
- 44 % qu'elle a stagné,
- 11 % qu'elle a augmenté



Pas d'écarts significatifs entre l'implantation géographique Nord Sud mais des écarts selon l'activité (baisse : 32 % pour les CHR, 48 % pour les professionnels de l'équipement de la personne).



#### 4 - Raison de la baisse de fréquentation du centre-ville

51 % des commerçants ont expliqué la baisse de la fréquentation par la mauvaise conjoncture actuelle (« Crise » et « Baisse du « pouvoir d'achat »). Il s'agissait d'une question ouverte.

Le stationnement est le 2<sup>ème</sup> thème évoqué (nombre de places et prix du stationnement) même si en 2008, Rennes Métropole explique que la fréquentation des parking s'est accrue.

THEME	% de réponses
VIE ECONOMIQUE	45%
STATIONNEMENT	22%
CADRE / ENVIRONNEMENT	12%
COMMERCES	5%
* SPECIFIQUE	5%
CIRCULATION	4%
ACCESSIBLE	3%
ANIMATION	2%

La concurrence du commerce en ligne n'est quasiment pas évoquée.

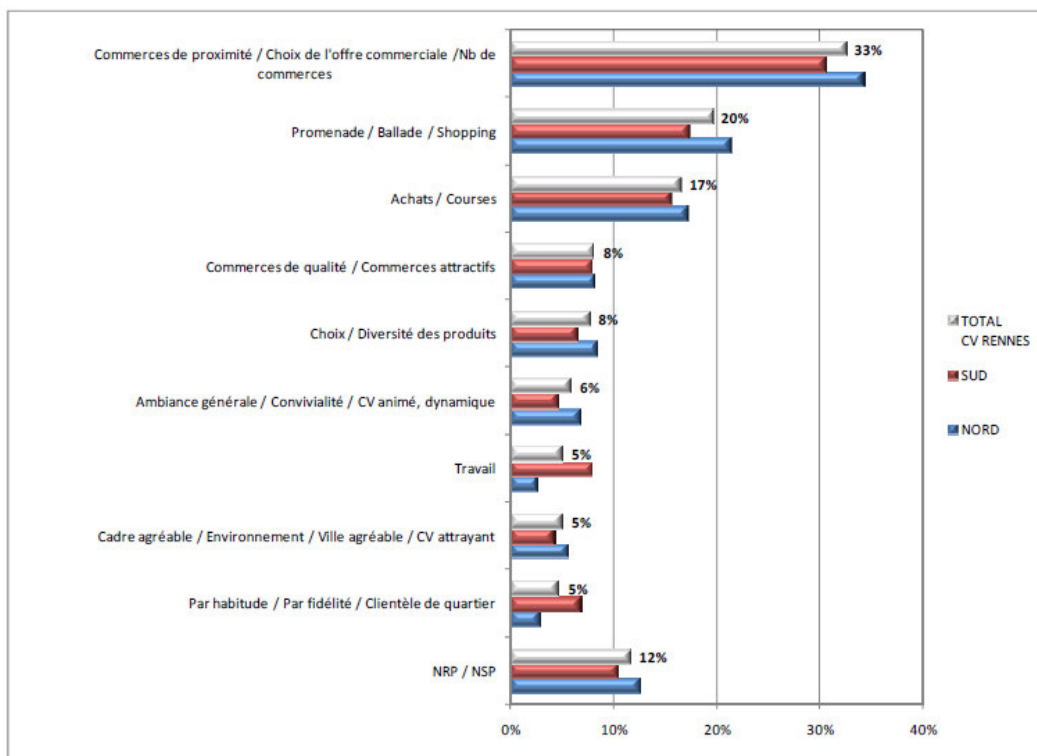
#### 5 – Motivations de la fréquentation commerciale du centre-ville

Pas de différence dans les réponses entre le Sud et le Nord du centre-ville.

1<sup>ère</sup> motivation (33 % des réponses) : commerces de proximité/ choix de l'offre commerciale / nb de commerces

2<sup>ème</sup> motivations (20 % des réponses) : promenade / ballade / shopping

**Remarque : les éléments urbains et le cadre du centre-ville ne sont quasiment pas cités par les professionnels.**



## 6 – Principaux freins à la fréquentation commerciale du centre-ville

THEME	% de réponses
STATIONNEMENT	52%
VIE ECONOMIQUE	16%
CADRE / ENVIRONNEMENT	12%
CIRCULATION	8%
COMMERCES	5%
ACCESSIBLE	4%
* SPECIFIQUE	2%
ANIMATION	1%

Le stationnement est la premier thème évoqué, loin devant la vie économique (16 %)

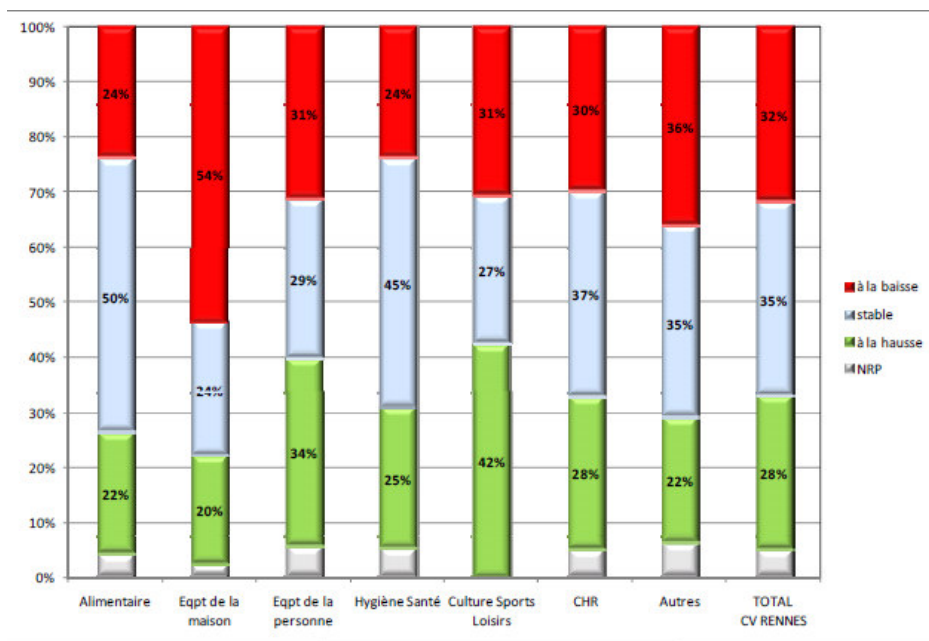
## 7 – Tendence de chiffre d'affaires entre les seconds semestres 2007 et 2008

Si la perception de la fréquentation commerciale du centre-ville est clairement orientée à la baisse, la tendance d'évolution du chiffre d'affaires sur le 2d semestre est nettement moins tranchée

- 32 % à la baisse
- 35 % stable
- 28 % à la hausse

Différence géo. : 24 % de hausse de CA pour la partie Sud, 31 % pour la partie Nord => importance de l'équipement de la personne au Nord.

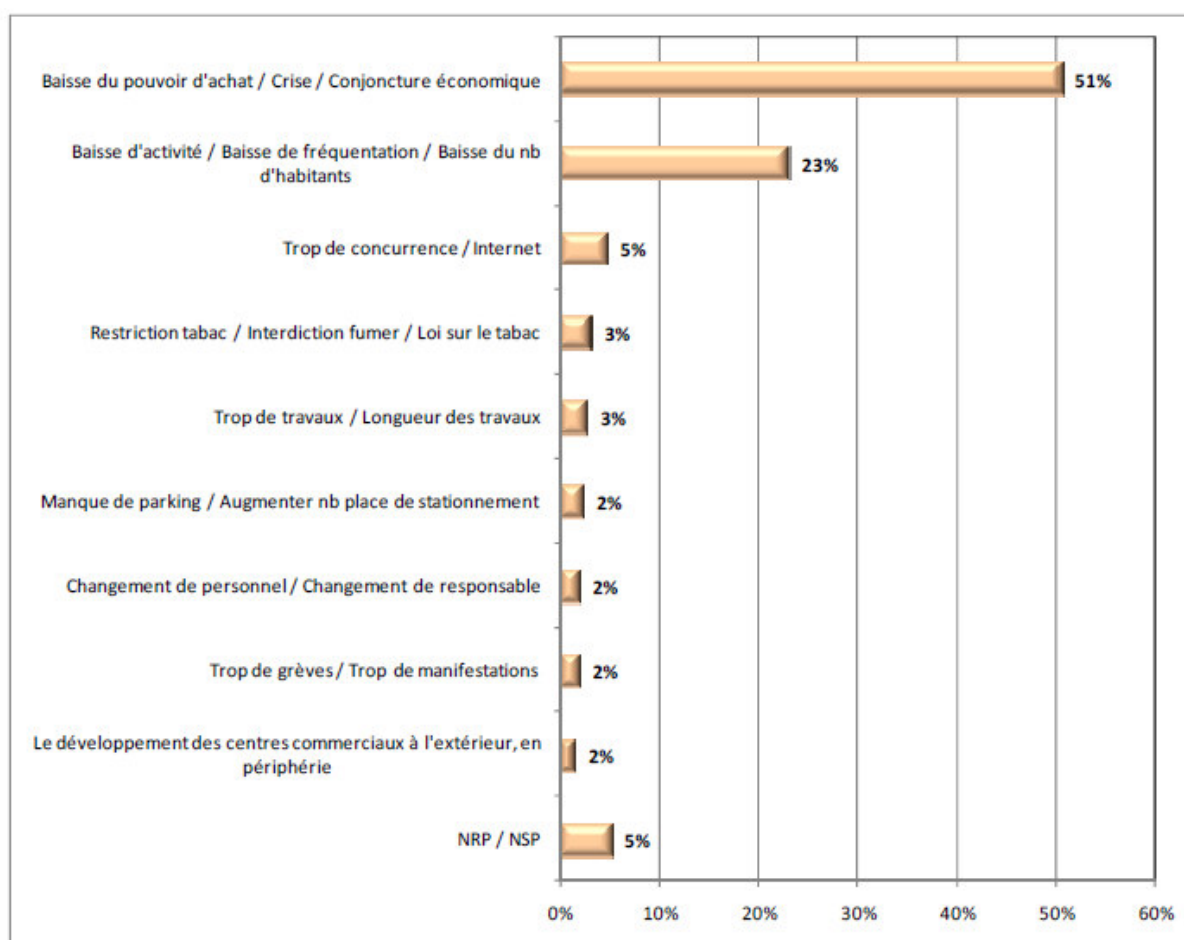
Mais surtout différence selon les activités : 54 % pour l'équipement de la maison, 24 % pour l'alimentaire



## 8 - Explication de la baisse de chiffre d'affaires au 2d semestre 2008

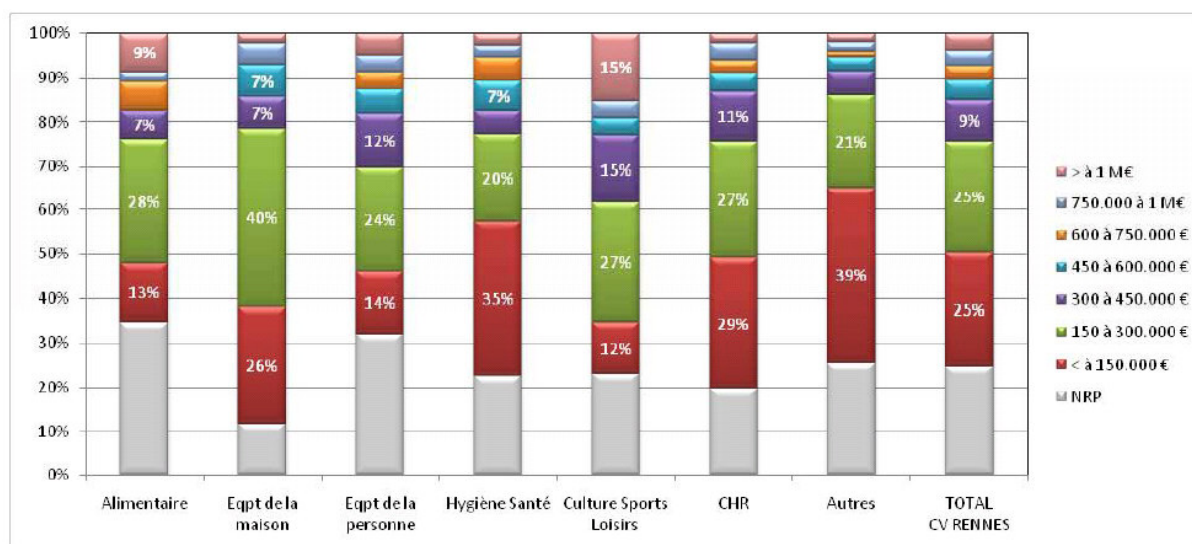
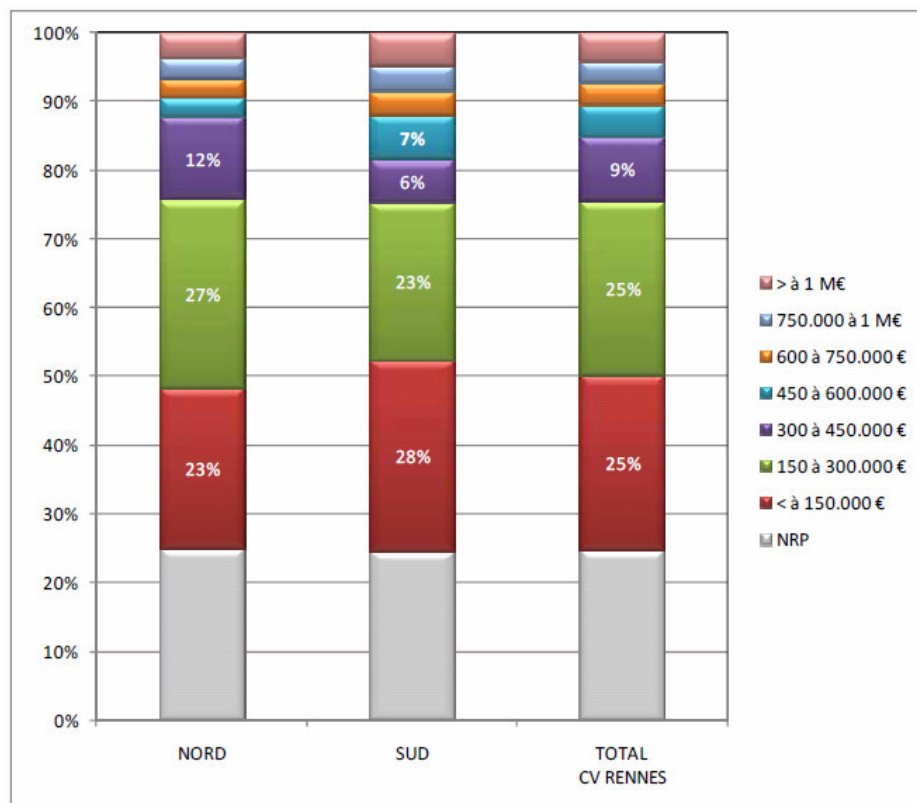
Le contexte conjoncturel est fortement mis en avant (79 %)

THEME	% de réponses
VIE ECONOMIQUE	79%
* SPECIFIQUE	8%
CADRE / ENVIRONNEMENT	7%
COMMERCES	7%
NRP / NSP	6%
STATIONNEMENT	3%
ANIMATION	1%



## 9 – Répartition du chiffre d'affaires

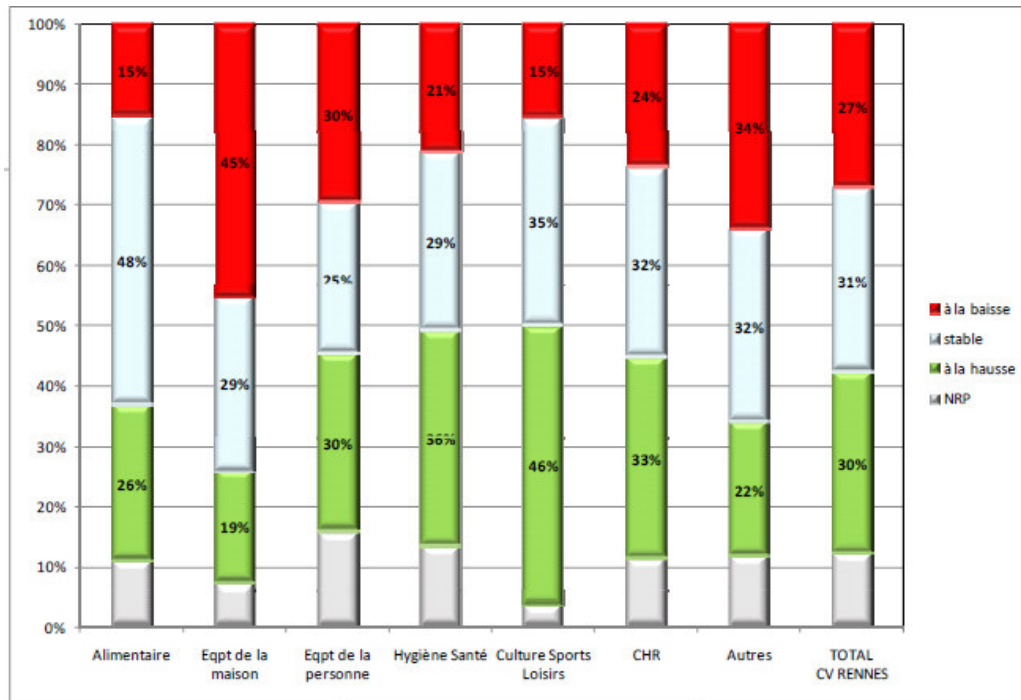
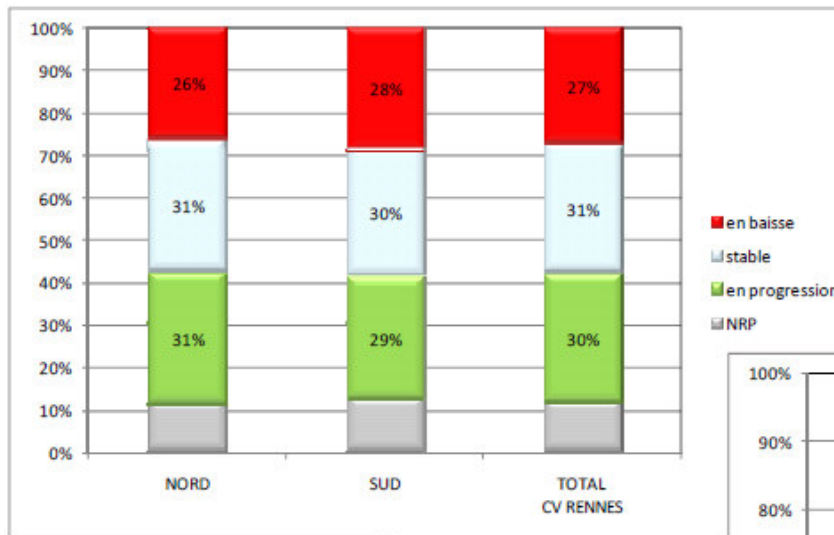
80 % des professionnels ayant répondu ont indiqué leur tranche de chiffre d'affaires.  
 Près de la moitié des commerces ont un chiffre d'affaires inférieur à 300 000 € dont la moitié à moins de 150 K€.  
 Pas de véritable différence Nord/Sud.



## 10 – Evolution du chiffre d'affaires entre 2007 et 2008

Les résultats de l'évolution sur l'ensemble de l'année 2008 sont naturellement proches de ceux du second semestre en terme de tendance générale mais **montrent bien le ralentissement observé sur le 2d semestre**. Exemple : 27 % des commerces ont un CA à la baisse sur l'année 2008 contre 32 % sur le second semestre.

Le second semestre plombe un peu plus l'activité sur la partie Sud en raison de la plus forte présence de l'équipement de la maison.



## 11 –Croisement entre le chiffre d'affaires 2008 et la tendance durant l'année écoulée

Pas de nette corrélation (peut être une tendance plus favorable pour les CA entre 600 et 750 K€). La véritable corrélation : avec l'activité exercée.

### Annexe: questionnaire.

1> Selon vous, au cours de l'année passée, la fréquentation commerciale du centre-ville de Rennes a :

- augmenté
- stagné
- diminué
- ne sait pas

2) Si Q1 = diminué => selon vous, pour quelle raison cette fréquentation a-t-elle diminuée ?

3> Quelles sont, selon vous, les motivations principales des clients pour se rendre au centre-ville?

4> Quels sont, selon vous, les principaux freins à la fréquentation commerciale du centre-ville?

5> Quelle est la tendance de chiffre d'affaires de votre établissement entre le second semestre 2007 et le second semestre 2008 ?

- à la hausse

si possible préciser par tranche :

+2 à +5% / +5 à +10% / +10 à +15% / +15 à +20% / plus de 20%

- stable (-2% à +2%)
- à la baisse

si possible préciser par tranche :

-2 à -5% / -5 à -10% / -10 à -15% / -15 à -20% / plus de 20%

- ne sait pas

6) Si Q5 = à la baisse => comment expliquez-vous cette baisse de chiffre d'affaires?

7> Pouvez-vous m'indiquer dans quelle tranche se situe le chiffre d'affaires de votre établissement, pour l'ensemble de l'année 2008:

(tranches proposées)

< à 150.000 €	150 à 300.000 €
300 à 450.000 €	450 à 600.000 €
600 à 750.000 €	750.000 à 1 M€
> à 1 M€	NRP

8> Ce chiffre était-il, par rapport à 2007:

- en progression

si possible préciser par tranche :

+2 à +5% / +5 à +10% / +10 à +15% / +15 à +20% / plus de 20%

- stable (-2% à +2%)

- en baisse

si possible préciser par tranche :

-2 à -5% / -5 à -10% / -10 à -15% / -15 à -20% / plus de 20%

- ne sait pas

## Conclusion

Avec plus de 600 répondants à l'enquête, les commerçants du centre-ville de Rennes semblent montrer une préoccupation particulière sur l'évolution de la fréquentation du site (fort de plus de 1.500 établissements) et de leur niveau de chiffre d'affaires.

Leur perception de l'évolution de la fréquentation du centre-ville de Rennes, au cours de l'année 2008, est clairement négative: 40% considèrent que cette fréquentation a baissé au cours de l'année, alors que 11% seulement la voit à la hausse. Cette perception de tendance se confirme quel que soit le secteur géographique d'implantation et quelle que soit l'activité exercée. Pour les professionnels interrogés, cette baisse de fréquentation est essentiellement liée au contexte conjoncturel, au sens large. Pour autant, 22% mentionnent un manque de parking pour eux (en particulier au centre-ville Nord: près de 30% de réponses spontanées), et 15% des commerçants du Nord du centre-ville mentionne la longueur des travaux. Pour eux, les motivations de fréquentation du centre ville est tout à la fois la densité de commerces et la notion de balade, mais rares sont les professionnels qui citent le cadre urbain et aucun quasiment ne parle de son accessibilité. Bien au contraire, une large majorité des réponses concernant les freins à la fréquentation se portent sur la question du stationnement, quantitativement ou en termes de prix.

La tendance de chiffre d'affaires, que ce soit sur l'année ou pour le second semestre, est moins tranchée que la perception d'évolution de la fréquentation. Pour autant, le second semestre montre, d'une manière générale, un ralentissement relatif de l'activité (32% des établissements à la baisse pour 28% à la hausse), qui dégrade le résultat annuel (30% à la hausse pour 27% à la baisse). L'amplitude des hausses comme des baisses n'est pas négligeable: de l'ordre de -12% en moyenne non pondérée pour les établissements à la baisse; de l'ordre de 8 à 9% pour les établissements à la hausse.

Mais on constate des écarts significatifs en fonction des familles d'activités, au-delà de la naturelle hétérogénéité des situations, avec une tendance particulièrement baissière en équipement de la maison, alors que les activités du groupe culture loisirs sport sont plus nettement à la hausse, ainsi que dans une moindre mesure l'hygiène santé (avec un ralentissement plus net au second semestre). L'incidence du second semestre est moins forte pour l'équipement de la personne, très dépendant des périodes de solde, mais le ralentissement pourrait être plus net au premier semestre, au vu des tendances.