

Opération de préservation de la supérette de Chizé et projet de création d'un centre multiservices en centre bourg

COMPTE-RENDU DE LA RÉUNION PUBLIQUE DU 13 SEPTEMBRE 2018

1) Restitution des résultats de l'enquête

Sur les quelques 1000 questionnaires distribués à Chizé et aux alentours, 91 questionnaires ont été récupérés, soit un rapport de presque 10% ce qui est positif. 25 questionnaires sont arrivés trop tardivement pour être exploités dans la partie quantitative, mais les suggestions et remarques ont été intégrées dans la partie qualitative. Toutes les idées ont donc été prises en compte. Les résultats ainsi obtenus, confirmés par les avis des participants à la réunion du 13 septembre, constituent à notre sens des indicateurs fiables du comportement des consommateurs de notre supérette.

Vous venez à la supérette

Jamais	3%	On pouvait s'attendre à ce que les personnes qui ne viennent jamais à la supérette répondent peu au questionnaire. Mais on constate que les personnes qui viennent assez souvent à la supérette (une ou deux fois par mois, au moins une fois par semaine, pratiquement tous les jours) soit 72% des répondants, ont tenu à répondre au questionnaire. Traduit en nombre d'habitants, cela représente 65 clients réguliers pour la supérette, ce qui est loin d'être négligeable.
Une ou deux fois par an	29%	
Une ou deux fois par mois	23%	
Au moins une fois par semaine	41%	
Pratiquement tous les jours	8%	

Tableau 1

Vous ne venez pas ou très peu souvent parce

Il n'y a pas assez de choix	38%	La combinaison Supérette/supermarché (« Ce n'est pas pratique de faire à la fois ses courses à la supérette et au supermarché ») n'apparaît pas comme un problème. Les consommateurs ne semblent pas être les abonnés d'un seul commerce et sont prêts à diversifier leurs lieux d'achat.
C'est trop cher	38%	
Ce n'est pas pratique...	8%	
Autres raisons	48%	

tableau 2

Autres raisons sur ce qui freine la venue à la supérette, par ordre d'importance :

Liées à la prestation du magasin	Liées à l'accessibilité	Liées aux prix
<ul style="list-style-type: none"> - Le manque de choix - Le manque de fraîcheur des légumes et fruits (le plus souvent cité) - La qualité générale des produits frais (dates trop courtes par exemple) - L'ambiance du magasin : un agencement qui pourrait être amélioré pour le rendre plus chaleureux, quelques clients, croyant aider la supérette, se permettent de critiquer les achats d'autres clients (jugés insuffisants) et vont même jusqu'à émettre des remarques désobligeantes (il est évident qu'un client bien accueilli et non importuné aura tendance à plus acheter). - Une seule remarque sur l'étiquetage. 	<ul style="list-style-type: none"> -Des personnes, handicapées ou non, ne conduisant plus ou pas et habitant hors Chizé -Des personnes travaillant hors Chizé et pour lesquelles il est plus facile de faire les courses sur leurs lieux de travail. La supérette reste cependant une solution de « dépannage ». -Des personnes dont la présence est irrégulière et intermittente à Chizé. Lors de leur séjour, ces personnes disent aller à la supérette. 	<p>Si les produits sont considérés comme plus chers, la plupart s'accorde à dire que PROXI ne disposant pas d'un pouvoir de négociation aussi important que celui des Grandes Surfaces se trouve dans l'obligation de pratiquer des prix plus élevés que ceux de ces dernières. Sur les produits bio, certains consommateurs se disent prêts à payer plus cher.</p>

Autres remarques

« Il est important de garder un commerce en centre bourg ».

« Certaines personnes n'ont pas de voiture et font leurs courses à pied ».

Le dépôt de pain est apprécié.

L'exemple du pôle commercial de Vouillé est cité deux fois :

- une fois pour dire que le regroupement des commerces serait un plus
 - une autre fois pour souligner que le regroupement de commerces réalisé à Vouillé n'est pas à l'extérieur de l'agglomération, mais bien dans le centre du village.
- L'aspect convivial du commerce est souligné .
 « Le commerce à Chizé dépend de la prise de conscience de la population. Plus de clients permettrait à la commerçante de proposer un choix plus large. A nous tous de travailler dans ce sens ».

Points positifs

Certaines personnes expriment également des points positifs sur le commerce actuel :

- « très bon accueil dans le magasin, c'est important pour nous »
- la viande conditionnée en petites parts est appréciée de certains consommateurs.
- « les chrysanthèmes à la Toussaint sont magnifiques »
- « si un produit manque, la commerçante fait de son mieux pour l'avoir. Il ne faut pas hésiter à demander ».

Qu'est-ce qui pourrait vous motiver à venir plus souvent ?

Assortiment de produits locaux	44%	La question du conditionnement (14%) n'apparaît pas centrale. Mais ce qui apparaît fortement est, par ordre d'importance, un souhait 1) de frais, 2) de local 3) de bio.
Assortiment de produits frais	24%	
Conditionnement mieux adapté...	14%	
Assortiment de produits frais	55%	
Autres	38%	

Tableau 3

Outre la **demande très forte en légumes et fruits frais, en viande de boucherie à la coupe, en poisson frais** (voir réponses à la dernière question du questionnaire, tableau 5), le souhait le plus souvent évoqué est « **Plus de variété, plus de choix** » et plus précisément, par ordre de citations, sans reprendre ce qui existe déjà à la supérette :

Catégories de produits, de services	Produits identifiés
Des fleurs fraîches, des plantes, des cadeaux d'appoint pour tous âges, des produits pour enfants Dépôt pressing/couturière/mercerie/un relais colis Allégés en sucre et en matières grasses Des matières grasses sans huile de palme Un rayon épicerie fine (tartines...)	Du lait frais, des bonbons miel, des bières locales Des céréales bio en vrac, plusieurs variétés de riz Des œufs, du café, du pain bio Les produits PLIM, des savons Fressimouss De l'eau dynamisée, filtrée, osmosée De la lessive non polluante

Des souhaits d'avoir à nouveau une station d'essence sont exprimés via le questionnaire. Une personne souligne : « obligés d'aller prendre leur carburant à Intermarché, nombreux sont ceux qui en profitent pour y faire leurs achats ». Cette remarque est à prendre en compte en la confrontant toutefois au Tableau 2 : les consommateurs ont tendance à diversifier leurs lieux d'achat. Cependant il est certain qu'une pompe à essence à Chizé serait appréciée de nombreuses personnes.

Ce que les consommateurs savent des produits vendus à la supérette

Fromages de chèvre de producteurs locaux	47%	Une petite moitié seulement des personnes qui ont répondu au questionnaire savent que la supérette vend déjà du local. Défaut d'information ? Défaut de mise en valeur des produits dans le magasin ? Sans doute est-il nécessaire de mieux communiquer sur ces produits attractifs
Fromages de laiteries locales	32%	
Miel local	24%	
Pâtes locale	21%	

Tableau 4

Seriez-vous prêts à y acheter Fruits et légumes frais, viande à la coupe, poisson

Des fruits et légumes frais	76 %	Pour ces produits, la demande s'exprime en terme - de produits de bonne qualité (première position) - si possible locaux (deuxième position) - si possible bio (troisième position) - et si possible à des prix raisonnables....
De la viande	61 %	
Du poisson	65 %	

Tableau 5