

ÉTUDE DE L'APPAREIL COMMERCIAL DE DURTAL

Restitution

Vendredi 30 septembre 2022

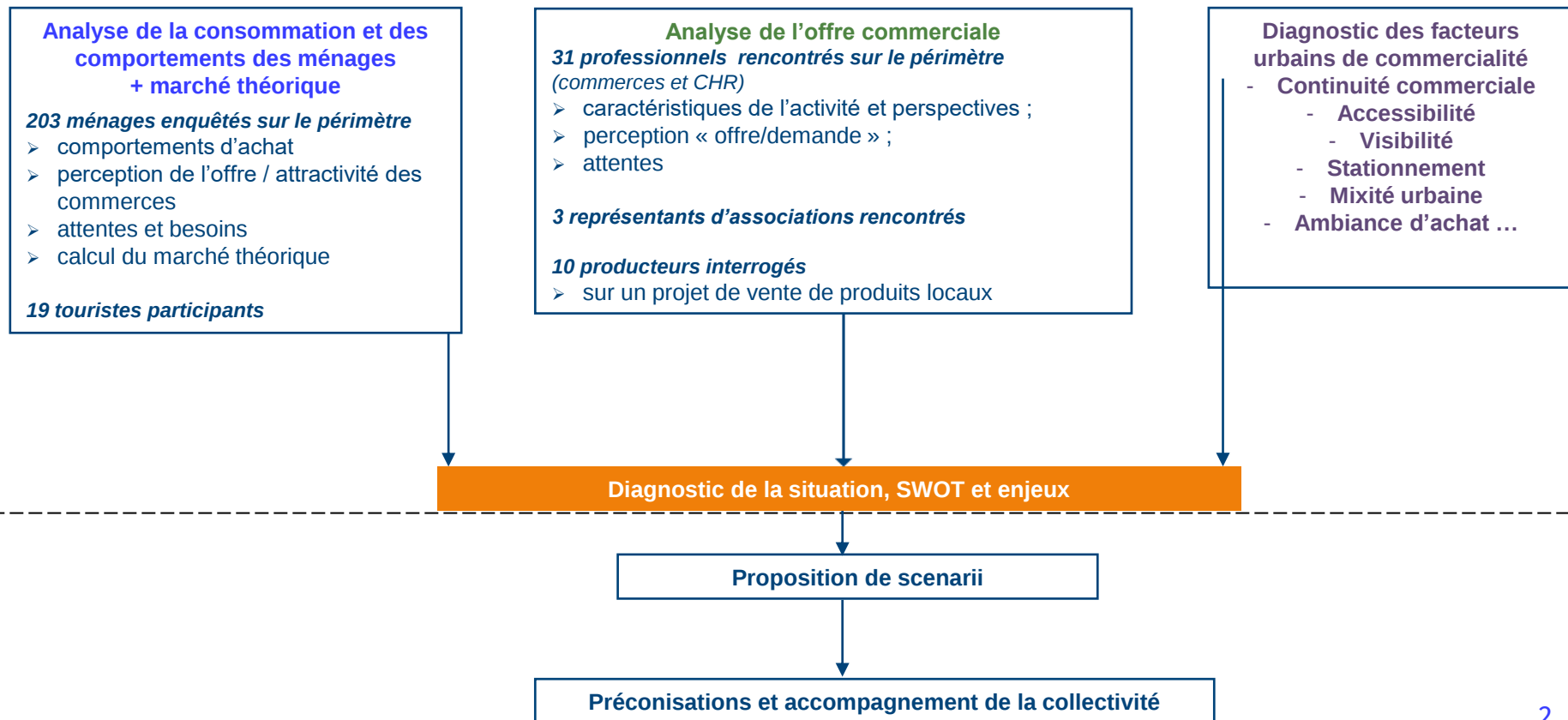


CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE

1^{er} ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES



1 – La méthodologie



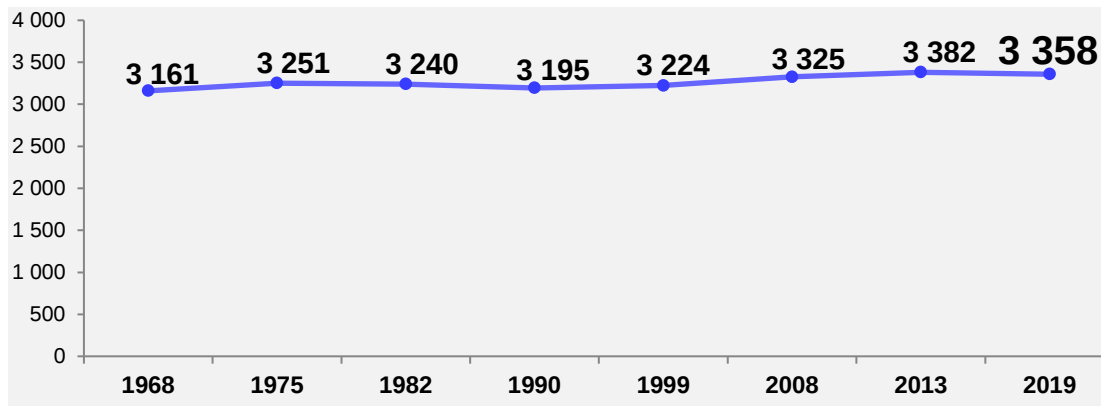
Données de cadrage





Une population qui évolue peu

Evolution de la population municipale de Durtal



Evolution 2013/2019 :

Durtal : -0,7%

Maine-et-Loire : +2,3%

CC Anjou Loir-et-Sarthe : +2,6%

Source : INSEE RP de 1968 à 2018

La population de Durtal tend à **se stabiliser**. Au cours des 50 dernières années, la commune n'a gagné que **300 habitants**. La population durtaloise s'établissait à **3 358 habitants en 2019**.

Entre 2013 et 2019, le nombre d'habitants a même légèrement diminué (**-0,7%**).

La dynamique démographique de Durtal est moins favorable que celle observée à l'échelle du département ou d'**Anjou Loir-et-Sarthe**.

A noter un relatif **rajeunissement** entre 2013 et 2019 : la part des 60 ans et plus diminue de 3% sur cette période alors qu'elle augmente dans le département (+12%). Parallèlement, les moins de 30 ans sont plus nombreux en 2019 qu'en 2013.



Autres indicateurs



Logement (2019)

Part des résidences principales

Durtal

90%

CC Anjou Loir-et-Sarthe

88%

Maine-et-Loire

90%

Part des logements vacants

3%

7%

7%

Part des ménages propriétaires

62%

71%

60%

Les indicateurs de **logement** pour Durtal sont comparables aux standards observés en **Maine-et-Loire**. Le **taux de propriété** (62%) est par exemple proche de la moyenne départementale.



Revenus (2019)

Part des ménages fiscaux imposés

52%

51%

52%

Médiane du revenu disponible

21 300 €

21 120 €

21 300 €

Taux de pauvreté

11%

9%

11%

Les données sur les **revenus** montrent que la situation de Durtal est similaire à celle du **Maine-et-Loire** : part des ménages fiscaux imposés identique, médiane du revenu analogue...



Emploi (2019)

Taux d'activité

58%

61%

58%

Taux de chômage

12%

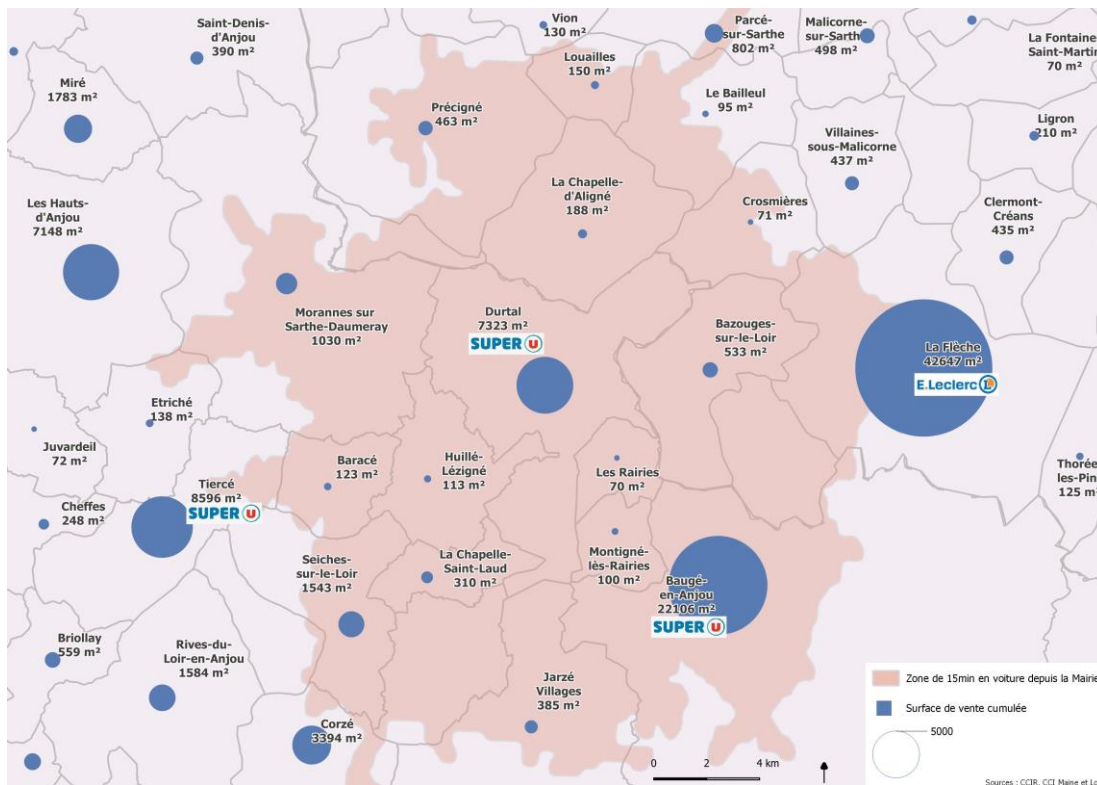
9%

12%

Si le **taux de chômage** structurel de Durtal se situe en deçà de celui d'**Anjou-Loir-et-Sarthe**, il reste conforme au niveau départemental.

Source : INSEE RP 2019

Offre commerciale autour de Durtal



Offre commerciale de Durtal

31 Commerces / 7 323 m²

Alimentaire : 7
dont Super U (2 840 m²)
Culture-loisirs : 2
Equiperment de la maison : 4
Equiperment de la personne : 2
Hygiène-santé-beauté : 2
Services à la personne : 7
Véhicules : 2
5 CHR (café-hôtel-restaurant)

Principaux pôles autour de Durtal :

La Flèche (42 467 m²) : Leclerc, Lidl, Aldi, Biocoop, Picard, Intersport, Espace Emeraude, Jardiland, Mc Donald...

Baugé-en-Anjou (22 106 m²) : Super U, Centrakor, Espace Emeraude, Mr Bricolage...

Tiercé (8 596 m²) : Super U, Aldi...



Enquête auprès des professionnels

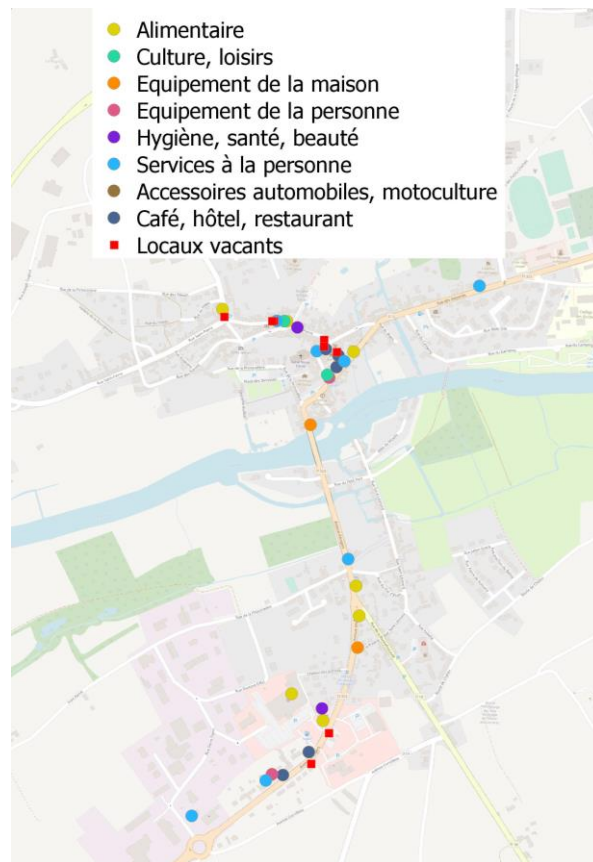
Collecte

- Enquête réalisée en face à face
du 27 juin au 13 juillet 2022
- Cible :
 - 31 professionnels : sédentaires et non sédentaires
 - 3 associations : J'aime Durtal, Mangeons Loc'ALS et Amap

➡ 29 entretiens réalisés

22 sédentaires, 4 non sédentaires et 3 associations

Taux de réponse de : 85 %





Caractéristiques des professionnels répondants



18 reprises et **7** créations



45 ans : moyenne d'âge des commerçants



2009 : année moyenne de reprise ou de création



3,9 : nombre moyen de salariés avec Super U,

2 : hors Super U

10 commerces sont sans salarié



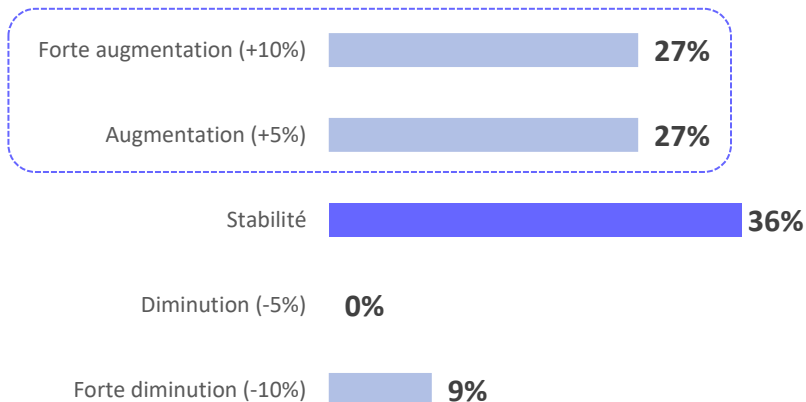
Activité des professionnels



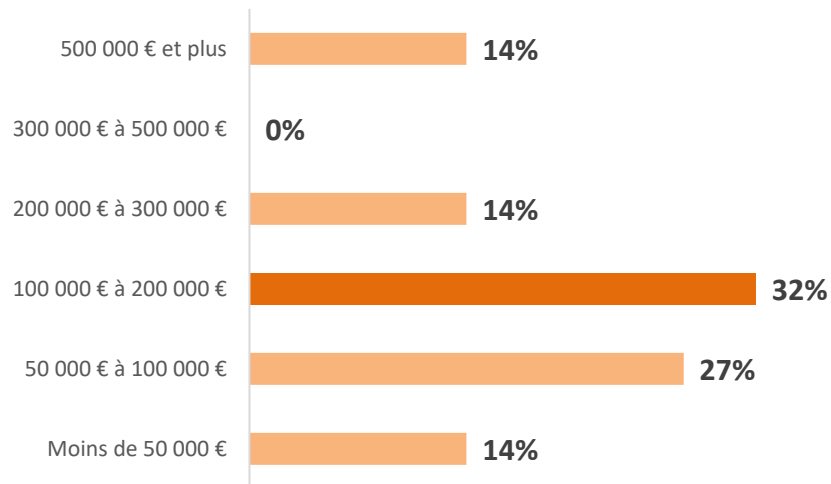
Activité en augmentation pour 54 % des répondants

Evolution du Chiffre d'Affaires

— au cours des 3 dernières années

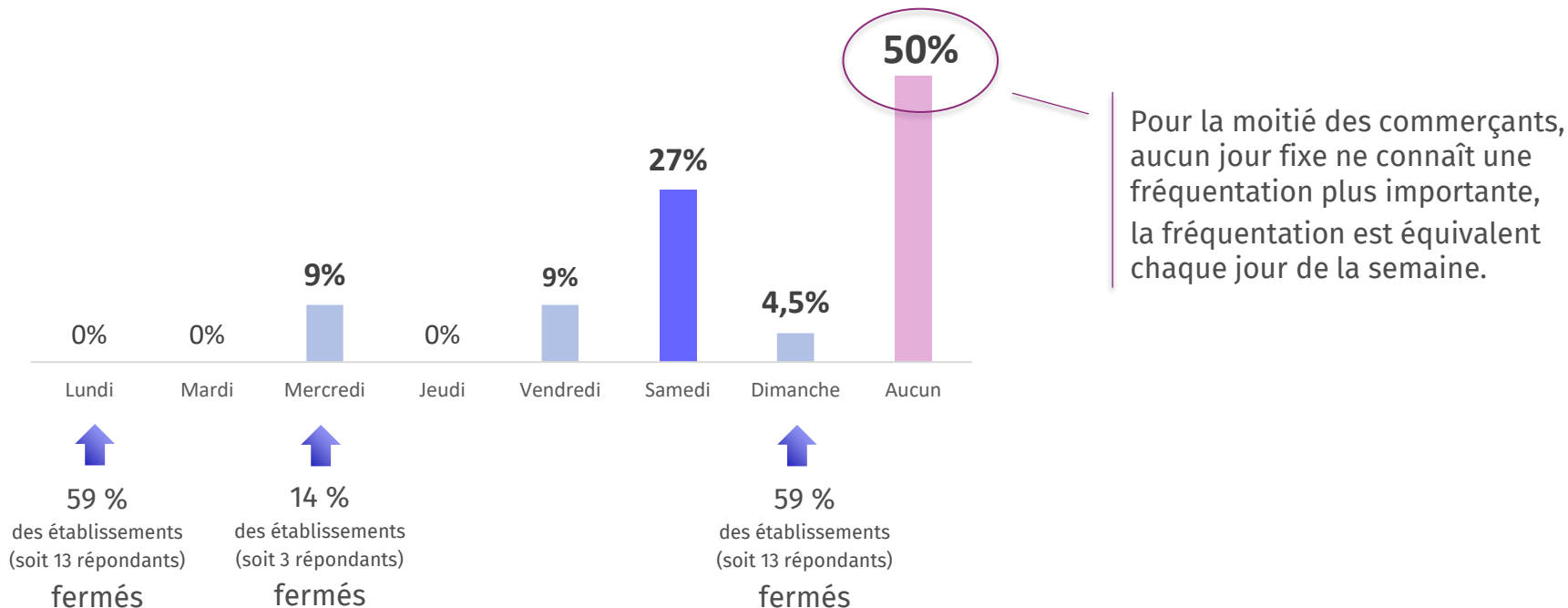


Chiffre d'Affaires annuel





Samedi : jour où la fréquentation est la plus importante





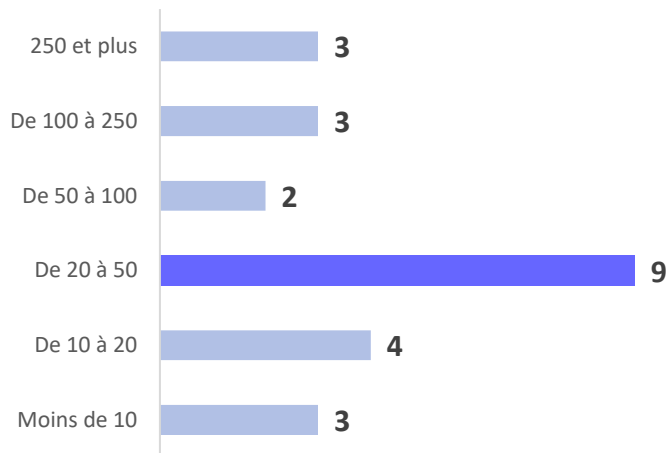
Le marché



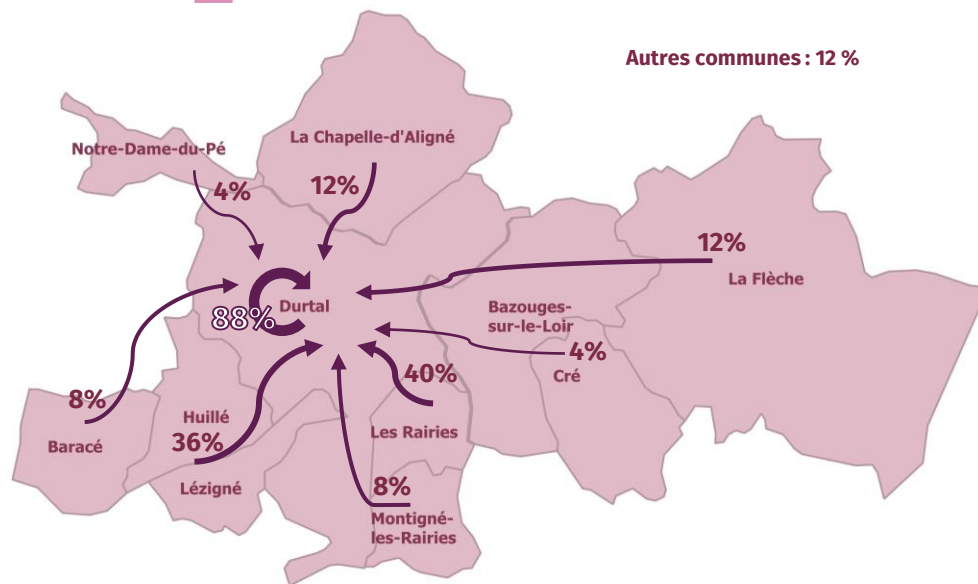
Entre 20 et 50 clients par jour, principalement de Durtal

Nombre moyen de clients par jour

— (en nombre de répondants)



Provenance de la clientèle



92 %

bénéficie d'une clientèle de passage

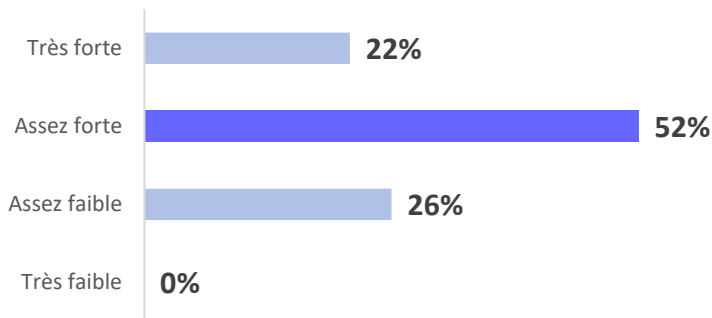
80 %

bénéficie d'une clientèle touristique



Evasion commerciale présente et ressentie

52 % des commerçants la qualifient d'assez forte



Commentaires

+ Le Covid a freiné l'évasion commerciale

- Depuis le départ du LIDL (3 citations)
- Depuis le départ de la boulangerie (2)
- Fermeture de la boucherie et du tabac-presse (1)
- Une seule pizzeria pour la restauration (1)
- Courses faites sur le lieu de travail (1)
- Le marché de La Flèche (1)

Principales raisons (en nombre de répondants)

- Offre de commerces et services insuffisante (11)
- Autre (5)
- Proximité de pôles commerciaux alentour (2)
 - ↳ La Flèche et Angers
- Habitants travaillant sur une autre commune (2)
- Attractivité de la Flèche (2)

Autres

- Les habitants ne sortent pas sur leur commune, ils ne participent pas aux événements (2)
- Les prix du Super U sont élevés (1)
- Préjugés vis-à-vis des commerçants (1)
- Restaurants fermés notamment le soir (1)

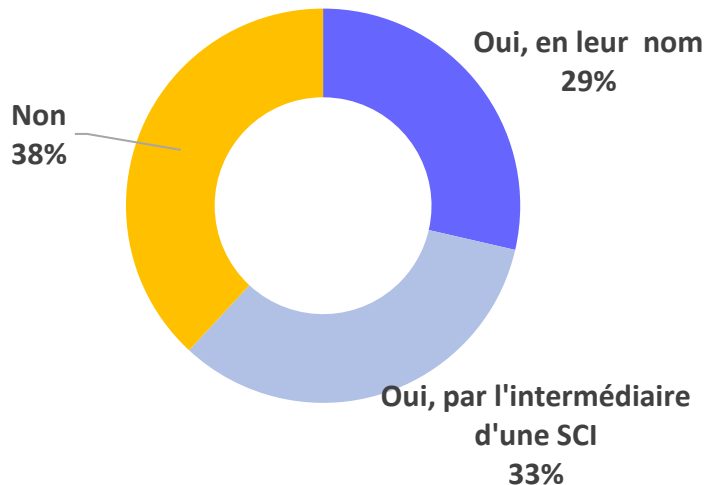


Etablissement et local d'activité



Une majorité de propriétaires

62 % des commerçants sont propriétaires



Loyer et surface de vente

10 513 €

Loyer moyen annuel HT

95 € le m²

-> Sans les valeurs extrêmes

66,6 m²

Surface de vente moyenne
(hors Super U)

77 % des commerçants sont satisfaits de leurs locaux



Peu de transfert souhaité par les commerçants

3

Transferts souhaités d'ici

1 an

Restaurant des Plantes

Raison : *Projet d'un restaurant avec un joli cadre et des chambres d'hôtes*

Où :

Local identifié : non

Loock Coiffure

Raison : *pour un local accessible*

Où : *rue St Pierre (avait été intéressé par le local de la boulangerie)*

Local identifié : non

Optic 2000

Raison : *La rue St Pierre n'est plus une rue commerçante (avant pharmacie, fleuriste, boulangerie, bijouterie, électroménager), la proximité du Super U et de la pharmacie serait un atout avec plus de passage. Des terrains sont libres près du Super U et M. CHUPIN avait été contacté pour transférer son activité. Le marché qui pourrait être créateur de flux ne joue pas son rôle : les actifs ne peuvent y aller le mardi matin.*

Où : *Près du Super U*

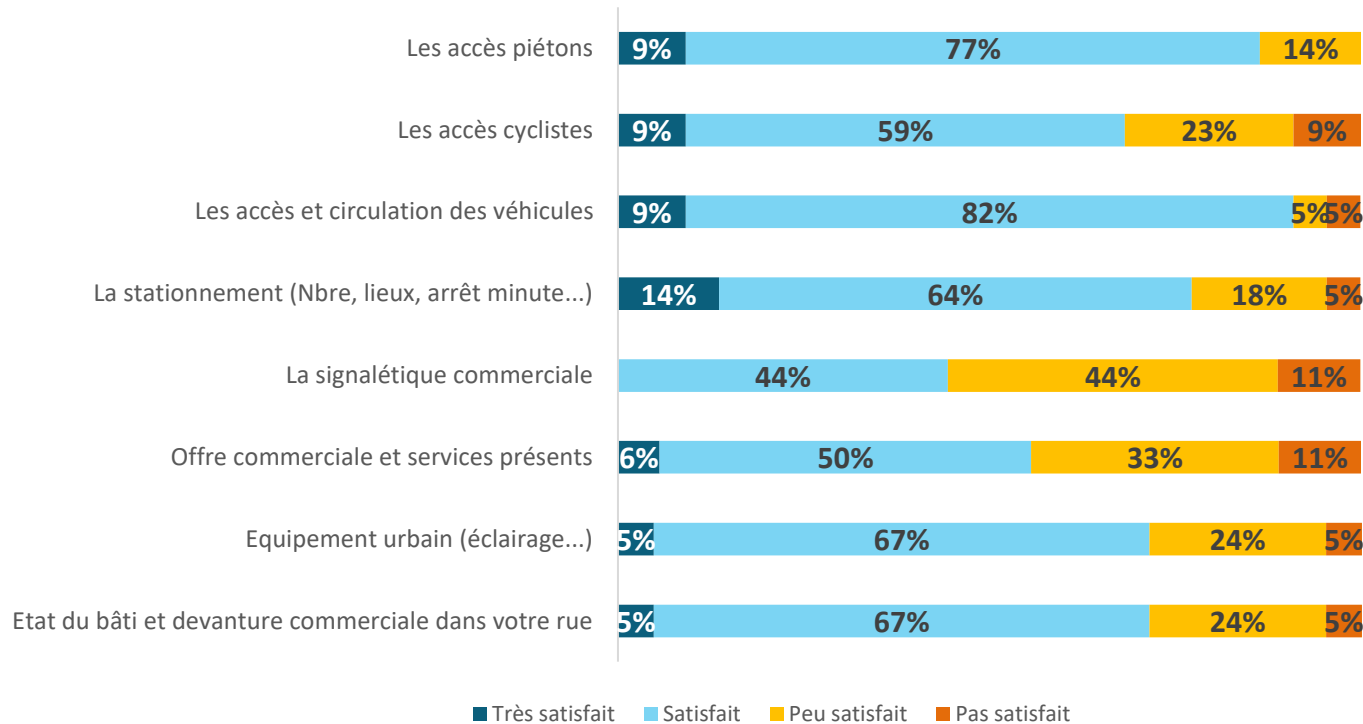
Local identifié : *ancien local du LIDL ou terrains voisins*



Local d'activité dans son environnement



Niveau de satisfaction



Marge de progression pour la signalétique et l'offre de commerces

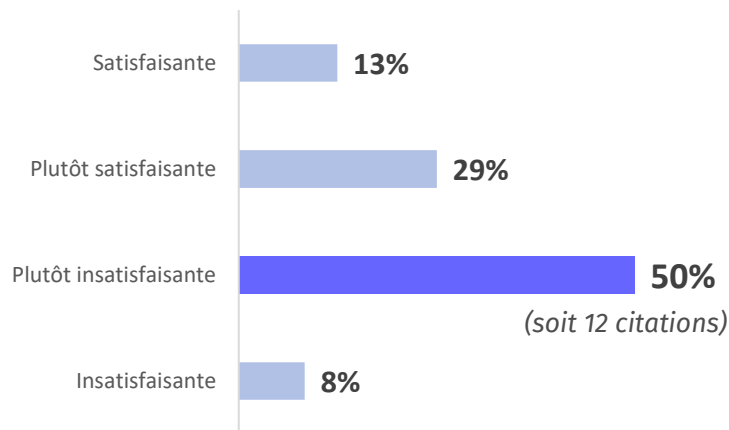


La dynamique commerciale



Dynamique commerciale qui ne donne pas satisfaction

58 % penchent vers l'insatisfaction



Commentaires



- Sent un effet nouveau depuis 1 an.
- Les commerçants essaient des choses mais s'essouffent. Certains sont très dynamiques. le potentiel existe mais n'est pas assez exploité. (2)
- Dynamique commerciale satisfaisante avenue d'Angers - pas dans le centre-ville (1)
- Très bons restaurants à Durtal (1)



- Les commerçants sont individualistes, **dynamisme individuel pas d'effet d'ensemble** (3)
- Rien n'est fait, aucune dynamique, beaucoup de laxisme (2)
- Durtal devient une **ville dortoir** (2)
- Pas d'offre dans le centre-ville, les commerces ferment (2)
- Guerre centre-ville et le reste de Durtal, l'avenue d'Angers est plus dynamique. Les élus incitent les commerçants à s'y installer (2)
- Il ne faut pas tant développer que **conserver les commerces** (1)
- La dynamique industrielle est supérieure à la dynamique commerciale. (1)
- Plutôt insatisfait depuis la reprise de l'association de commerçants (1)
- **Domage : très beau château** - OT fermé (horaires à actualiser) - logement airBnB - château pas visitable - super potentiel (1)
- Il faut développer l'offre en week-end et sur l'axe domicile-travail. Plus d'offre, plus de vie sociale. Regrette la pétition contre l'installation du food-truck sushis. (1)



Manque de commerces pour 96 % des commerçants

(soit 22 répondants)

Alimentaire

- Boucherie (11)
- Magasin de producteurs, vente direct ferme, produits locaux (2)
- Boulangerie (1)

Presse, chaussures, santé ...

- Presse (4)
- Chaussures (2)
- Pharmacie (1)
- Cycles (1)
- Magasin de proximité (1)
- Pressing (1)

Marché

- Des activités qui n'existent pas, poissonnier sur le marché (1)
- Le marché devrait se développer en changeant de jour ? (1)

Restauration

- Pas d'offre de restauration simple et efficace à emporter en semaine (ex Tiramisu et lasagnes aux Rairies) (1)
- Un lieu pour dîner le lundi soir, le soir en semaine (1)

Nouveaux commerces pour les locaux et les touristes

- Il manque des commerces qui soient viables, pas assez de clients - il faut des commerces - ça marcherait - liés aux habitudes de consommation et au nombre de personnes (1)
- Il faut créer des commerces plus culturels, des boutiques de déco, trouver un équilibre entre attractivité pour les touristes et pouvoir d'achat (1)

Bord du Loir et tourisme

- Un lieu en bord de Loir (guinguette), un bar pour les jeunes (1)
- Chambres d'hôtes, hôtels pour le tourisme (1)
- Il faut développer les activités sur le Loir (1)
- Tout se déplace vers le Super U - pizzeria va ouvrir en saison (1)

Aménagements à réaliser



- Créer une place de village, avec une terrasse, proche de la porte Véron, redynamiser en repensant au passé (1)

Axes de flux (2)

- Déviation des axes de flux (1)
- Pas de difficulté de stationnement mais il y n'y a plus de commerce de flux dans le centre-bourg (1)

Marché (3)

- Un autre aménagement du marché qui est très peu fréquenté. Idée de l'installer le soir. En comparaison, le marché de Mazé est très attractif (1)
- Redynamiser le marché avec plus de commerçants et l'organiser quand les actifs sont disponibles (2)

Château, tourisme (3)

- Le château qui est une pépite, le poumon de Durtal, n'est pas suffisamment exploité (2)
- Développer le potentiel touristique, les pistes cyclables (1)

Stationnement (8)

- Stationnement dans le centre-bourg, nombre de places insuffisant, la place voisine semble être un espace de covoiturage (4)
- Création de places de stationnement pour les habitants notamment (les gens ne veulent pas se garer au château) (1)
- Conflits d'usage entre riverains et clients - suppression de places pour des fleurs - clients ne s'arrêtaient pas - changement d'emplacement : + 40 % (1)
- Créer des espaces de stationnement vélos (1)
- Le stationnement n'est pas un problème en centre-bourg (1)

Façade, vitrine (6)

- Il faut maintenir des vitrines commerciales si elles sont vacantes tout en évitant les vitrines vides qui ne renvoient pas une bonne image (2)
- Le centre-ville a été refait, travailler sur le visuel des façades de la rue, plus "joli" faire des travaux (2)
- Les pas de porte des commerces existants n'auraient pas du être transformés en logement, interdire la transformation des vitrines en logements (2)

Présence des commerces (7)

- La rue St Pierre est morte, faire revenir des commerces sédentaires (3)
- La boulangerie, la boucherie et la maison de la presse n'ont pas fermé par manque d'activité mais pour des départs à la retraite. S'il y a une rentabilité économique, il faut aider à l'installation. Il faut trouver un repreneur. (2)
- Le centre-ville est lié aussi Super U. (1)
- Un pôle avec plus de commerces (1)



Association de commerçants « J'aime Durtal »

48 % des commerçants sont adhérents

(soit 12 citations)

Si pas adhérent, pourquoi :

- *La quinzaine commerciale n'a pas fonctionné*
- *Pour l'instant, le Super U n'adhère pas pour éviter que des commerces refusent d'adhérer. Super U a pris à sa charge la distribution du mailing de la quinzaine commerciale via MédiaPost.*
- *Pas assez d'actions concrètes et l'activité vient d'être lancée*
- *A prévu de le faire*
- *La Mairie s'implique trop dans l'association - elle devrait simplement verser une subvention*
- *Une pétition a circulé pour dénoncer l'offre de restauration non sédentaire qui se développait à Durtal*
- *Ne lui ont pas demandé*
- *Pas eu le temps*

Animations souhaitées

(réponses des commerçants adhérents)

- *Pas d'attente particulière - l'association bouge bien, les animations en place sont bien (3)*
- *Des quinzaines commerciales (offres particulières) mais la dernière n'a pas fonctionné (peu de participation des habitants) (2)*
- *Inscrit dans la dynamique, encourage les actions même s'il ne peut participer aux réunions. Les clients d'un commerce sont les clients des autres commerces. (1)*
- *Toute initiative - a été trésorier pendant des années - ne participera pas (1)*
- *Made in Durtal (1)*
- *N'a plus entendu parler de l'association - il faut communiquer sur les commerces - fait partie également de 'j'aime mon territoire' qui propose des tombolas (1)*
- *Regret pour la fête de la musique que le monopole de l'organisation soit resté aux commerçants de la rue St Pierre. Avait trouvé un groupe gratuit, mais pas retenu. regrette que les commerçants ne veuillent pas de CNS avec une activité similaire lors des événements : l'offre attire les consommateurs (1)*



Projets et perspectives

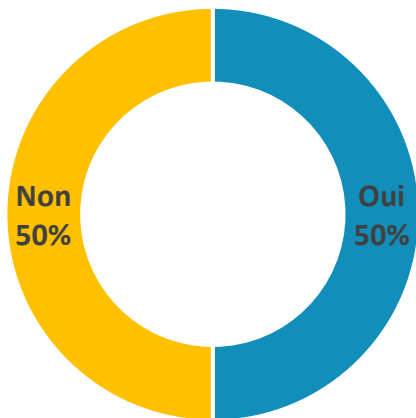
Investissements dans les 3 ans à venir

22 %

sont intéressés par
l'accompagnement CCI
(soit 5 commerçants)



50 % des commerçants ont prévu des investissements



Nature des investissements souhaités

Visibilité, design

- Relooking - installation d'ombrières sur le parking sur 1 500 m² (installation de bornes électriques il y a 15 jours).
- Renforcer la visibilité du restaurant
- Agencement

Recrutement

- Recrutement d'un salarié et d'un apprenti - souhait de développer un concept salon de coiffure "cocooning"

Travaux

- Parking
- Aménagement d'une grange pour la création d'un whisky
- Isolation du restaurant
- Réfection de la façade

Matériel

- Changement des fauteuils massants : 10 à 12 000 EUROS
- Achat d'un four électrique pour cuire plusieurs fois dans la journée
- Matériel
- Un camion
- Création d'une unité de production et achat d'un ou deux foodtrucks

Transfert

- Délocalisation à Durtal
- Transfert de la boutique corse à un emplacement visible sur 30 à 40 m²



Transmission envisagée pour 36 % (soit 9 répondants)

6

En Vente de fonds

3

Dans les 5 ans

4

Pour Retraite

Enseigne	Echéance	Raison	Précisez	Sous quel mode	Information complémentaire
BAR DU CHATEAU	Dans l'année	Retraite		Ne sait pas	
LE MARIGNY		Autre		Vente du fonds	
VIVECO				Autre	en vente depuis 2/3 ans
LA PETITE FRINGALE	Dans les 5 années à venir	Retraite		Vente du fonds	
ART NEO COIFFURE	Dans les 5 années à venir	Autre	le recrutement est compliqué, notamment des apprentis qui ne sont pas toujours motivés	Vente du fonds	le recrutement est compliqué
LE LOUVIO				Vente du fonds	
TENDANCES MODE		Autre	si proposition de rachat par quelqu'un	Vente du fonds	
AUX TEMPS FLEURIS	Dans les 5 années à venir	Retraite		Ne sait pas	
EPICERIE route de Sablé	Dans les 3 années à venir	Retraite		Vente du fonds	



Zoom sur les professionnels non sédentaires



Profil des professionnels non sédentaires

Boucher

Créé en 2022
Présent sur le marché
CA : stable

Restauration rapide

Présent depuis 1 an
Présent en soirée
CA : stable

Horticulture, maraîchage

Présent depuis 6 ans
Présent sur le marché
CA : forte augmentation (+10%)

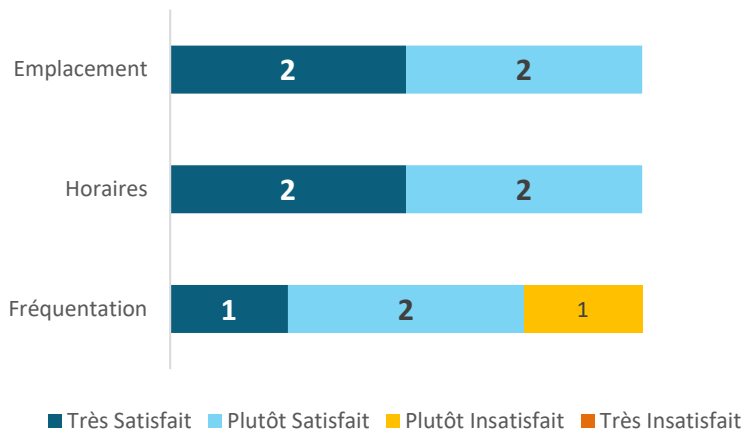
Vente de sushis

*Pas de réponse sur ces
items pour la vente de
Sushi créée en 2022*



Niveau de satisfaction des non sédentaires

En nombre de répondants



Appréciation sur l'activité à Durtal — par rapport aux autres communes

- *Marché correct* : 2 citations
- *Les droits de place sont offerts* : 1 citation
- *Un des emplacements qui marche le mieux avec Jarzé, compte rester* : 1 citation
- *Ce n'est pas la commune où l'activité est la plus importante* : 1 citation

Le stationnement est un problème : le parking voisin est toujours complet



Zoom sur les associations

Description et avis



AMAP

Mangeons Loc'ALS

J'aime Durtal

*48 % des commerçants répondants
sont adhérents*

Dynamisme commercial

- Disparition de commerces, peu de concurrence
- On ressent un manque d'envie des commerçants

- A existé
- Consommation trajet domicile-travail
- Durtal, ville dortoir
- Attractivité des grandes villes avec une offre plus développée
- Importance de l'associatif (cf. les Rairies dont les habitants sont très investis)
- Si magasin de producteurs : peut-être concurrence supplémentaire, mais pas un problème

- Durtal, ville dortoir.
- A force de ne pas avoir d'évènement, les Durtalois ne sortent pas (contrairement à Daumeray, Baracé, aux Rairies)
- Clivage entre le centre-bourg et l'avenue David d'Angers.
- Horaires de marché pas adapté aux horaires des actifs (Baracé, bon exemple)

Aménagements

Revoir le centre-ville, proposer autre chose que les commerces : expositions, rue piétonne pour que les bars et restos aient une terrasse, pour en faire un lieu de promenade, mais il est difficile de changer les habitudes

Nombreuses cellules vacantes : la collectivité devrait racheter des locaux et les louer.

Vitesse excessive parfois

Durtal est à potentiel pour la création d'hébergements. Il n'y a pas de bar pour les 18 - 25 ans. Le club de foot ne se rend jamais dans un bar dans le centre contrairement à d'autres communes. L'aménagement de la place des terrasses pour certaines manifestations n'est pas adapté : la place est trop grande, ce qui ne crée pas d'ambiance conviviale. Il faut une place de vie.



Zoom sur les producteurs locaux



14 producteurs et/ou porteurs de projets identifiés Et les adhérents de l'AMAP et Mangeons Loc'als

10 répondants :

- Jean-Rémi KESSE, maraîcher à Durtal
 - Jérôme DEHONDT, maraîcher à Durtal
 - Grégoire RIOUS, Les Jardins d'ô Malo, maraîcher à Beauvau
 - Anne Lise MONTAY, producteur laitier bio et viande,
 - Mathieu COCQUERELLE, maraîcher
 - Martine DESMARRES, éleveur de bovins et transformation viande circuits courts
 - Julien TARTOUET, GAEC O Miel à Durtal
 - Anne Catherine CHEVRE, ancienne gérante de Tata coud et Tati pèse épicerie Vrac à La Flèche
 - Christian MORIN, intéressé par une épicerie solidaire
-
- Katia Le LEVREUR, projet de création d'une épicerie alimentaire

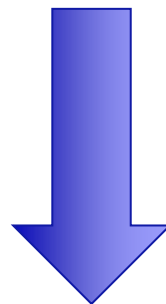


8 sont intéressés par un projet à Durtal en lien avec les produits locaux



1

local individuel



7

local collectif

C'EST UN POINT DE VENTE COLLECTIF;
CRÉÉ PAR UN GROUPE D'AGRICULTEURS LOCAUX QUI SE SONT ASSOCIÉS



3

marché



ETUDE DURTAL

Enquête auprès consommateurs



CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE

1^{er} ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES



Collecte

Population cible

Les habitants de Durtal et communes proches

Outils d'investigation

Un questionnaire sur les lieux d'achat, la perception de l'offre commerciale et les nouvelles tendances de consommation



 **Collecte** du 6 juillet au 1er septembre **203** questionnaires exploitables



Phoning

1 enquêteur pendant 2 jours



Questionnaire en ligne

- Site internet de la commune
- Page Facebook de la commune
- Mailing

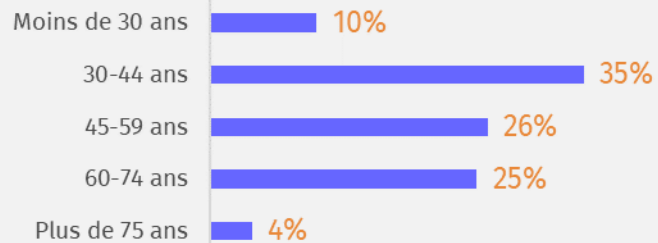


Questionnaire papier

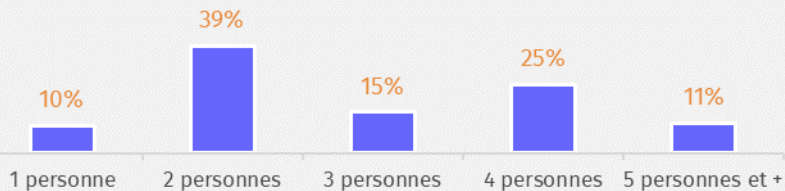
Profil des répondants



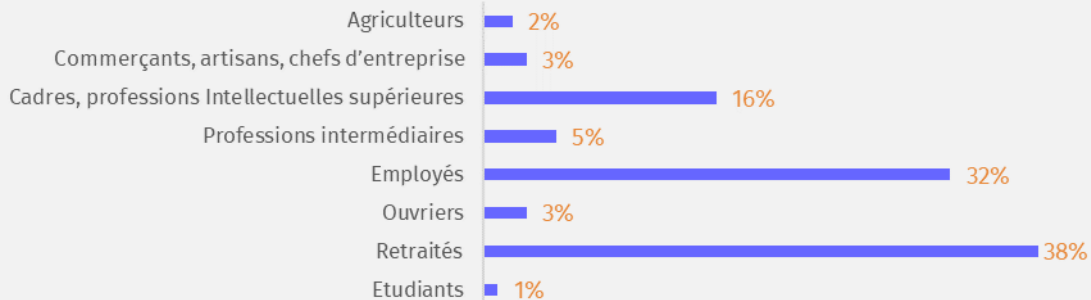
Répartition des répondants par âge



Composition du foyer



Répartition des répondants par CSP



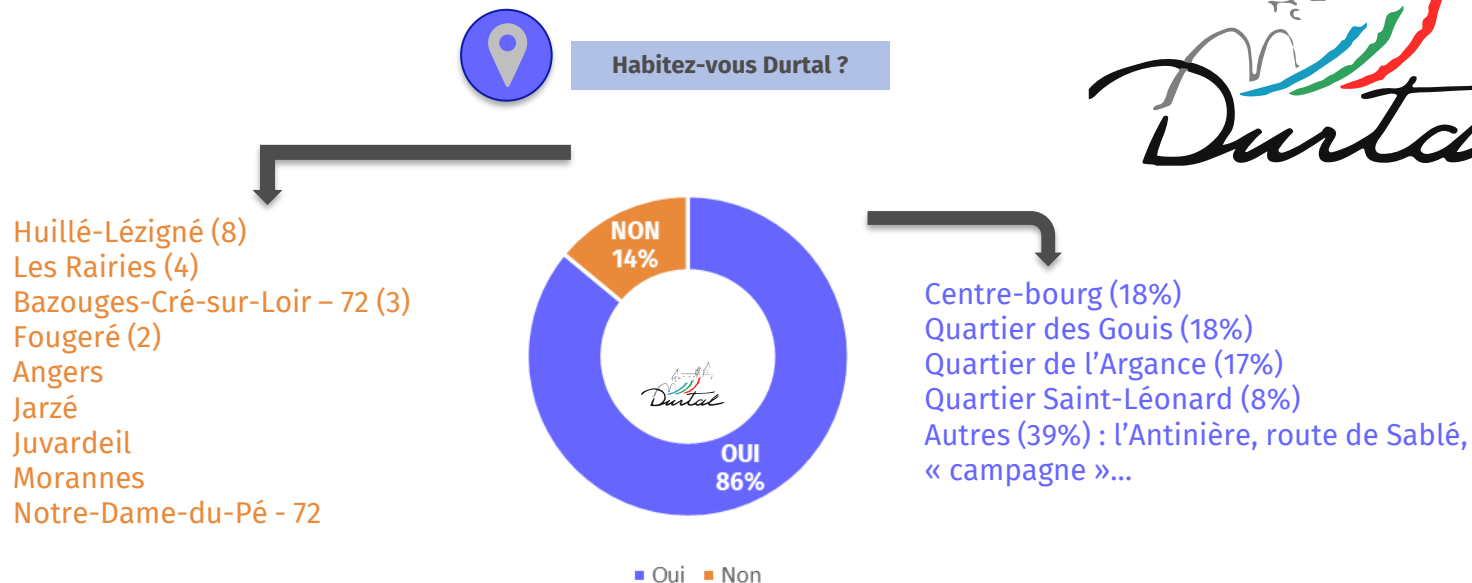
73%



27%



Profil des répondants (2)



32%



La part des actifs durtalois **travaillant à Durtal** parmi les répondants



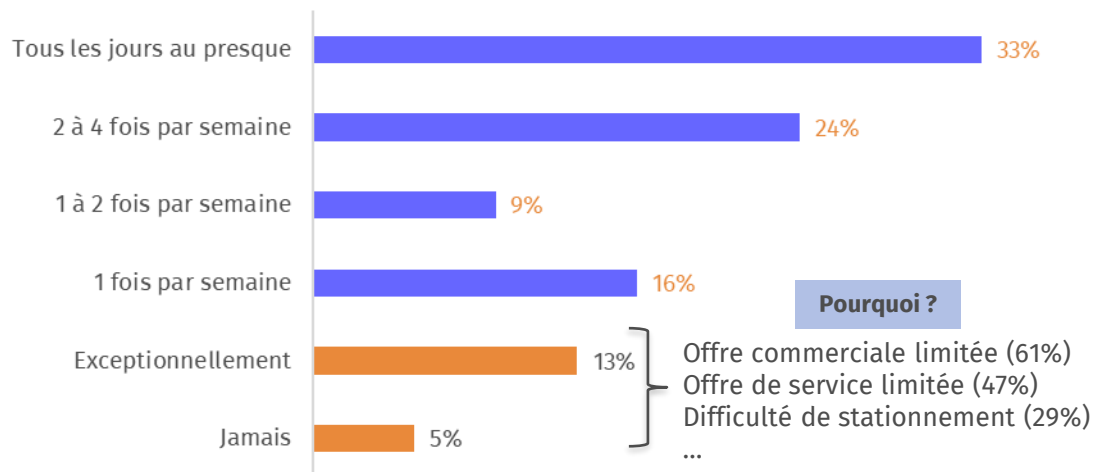
Des habitants qui fréquentent le centre-bourg...

95%



La part des répondants fréquentant le **centre-bourg de Durtal**

A quelle fréquence vous rendez-vous dans le centre-bourg de Durtal ?



Nombre de répondants : 203

La quasi-totalité des habitants (95%) se rend dans le centre-bourg de Durtal. Pour un tiers d'entre eux, il s'agit d'une fréquentation quotidienne. Cette part s'élève à 56% pour la population âgée de moins de 30 ans et à 43% pour les Durtalois travaillant au sein de la commune.

Parmi les répondants ne fréquentant qu'**exceptionnellement**, voire **jamais** le centre-bourg, 61% jugent **l'offre commerciale trop limitée**. Le manque de services (47%) mais également les difficultés de stationnement (29%) sont d'autres raisons invoquées.



... pour y effectuer surtout des achats

Quels sont les motifs qui vous amènent à venir dans le centre-bourg ?

58% pour les achats

38% pour la banque / assurance / Poste

18% pour des formalités administratives (mairie...)

18% pour se rendre au domicile

17% pour les rendez-vous médicaux

15% pour aller au restaurant / boire un verre

10% pour la scolarité et la petite enfance

10% pour les activités culturelles, sportives ou de loisirs

9% pour se rendre sur le lieu de travail

7% pour aller au marché

4% pour des rendez-vous professionnels

Motifs

Dans **près de 6 cas sur 10**, la population se rend dans le centre-bourg de Durtal pour y effectuer des **achats**. Les autres principaux motifs de déplacement sont notamment les **formalités administratives** ou des démarches auprès de la **banque, assurance ou la Poste**.

A noter que le **marché** ne représente que 7% des réponses.

Les achats demeurent le premier motif de venue quel que soit l'âge de la de la population.

Nombre de répondants : 188



Consommation selon le type de commerce



Commerces de proximité



1^{er} lieu d'achat pour :

Boulangerie-pâtisserie
Optique
Coiffure-esthétique-soins beauté
Cordonnerie-pressing
Plantes, fleurs et jardinage
Restaurant
Café - bar - tabac
Pharmacie



Durtal



1^{er} lieu d'achat pour :

Boucherie-Charcuterie
Poissons, crustacés
Fruits et légumes frais
Epicerie alimentation générale
Surgelés
Vins - Bières - Spiritueux
Culture, loisirs (presse, librairie, jeux jouets)



Autre grande surface



1^{er} lieu d'achat pour :

Habillement
Equipeement de la maison :
meuble, literie, appareils
Bricolage, peinture, sols, murs

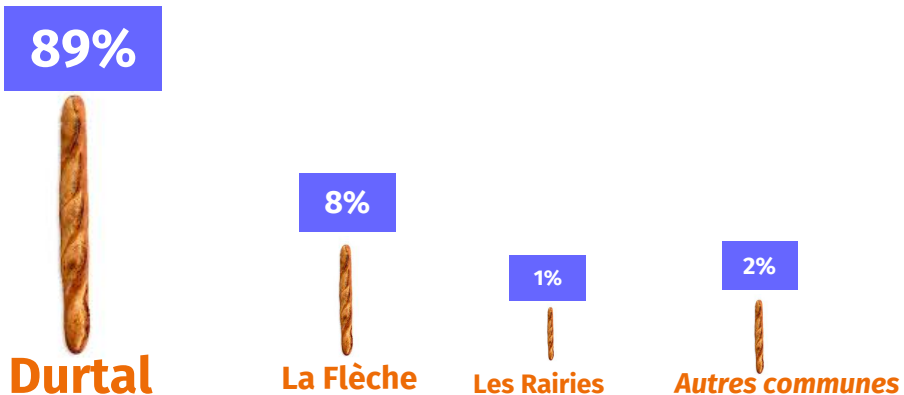
Nombre de répondants : 167 (uniquement habitants de Durtal)



Boulangerie-pâtisserie

En général, où réalisez-vous principalement vos achats en boulangerie-pâtisserie ?

Clef de lecture : 89% des habitants de Durtal consommant en boulangerie achètent leur pain à Durtal



Près de 9 habitants de Durtal sur 10 achètent le pain et les pâtisseries au sein de la commune.

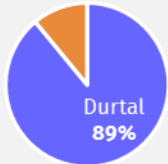
Si les boulangeries de Durtal absorbent près de la moitié de la consommation sur ce poste, la part de marché du magasin Super U n'est pas négligeable (23%).

Une légère évasion vers la Flèche est observée (Leclerc, Lidl).

Nombre de répondants : 169
(uniquement habitants de Durtal)

Boulangerie-pâtisserie :
Taux de consommation = 98%

Hors commune 11%



Répartition des
lieux d'achat



45% des achats effectués
en commerce de proximité



23% des achats effectués

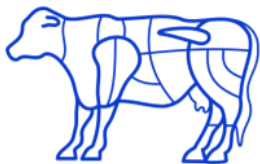
Boucherie-charcuterie



En général, où réalisez-vous principalement vos achats en boucherie-charcuterie ?

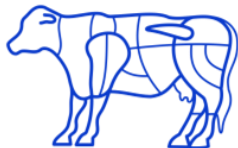
Clef de lecture : 43% des habitants de Durtal consommant en boucherie font leurs achats à Durtal

43%



Durtal

37%



La Flèche

9%



Les Rairies

3%



Angers

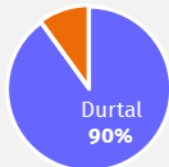
8%



Autres communes :
Morannes, la Chapelle
d'Aligné...

Boucherie-pâtisserie :
Taux de consommation = 90%

Hors commune 10%



Répartition des
lieux d'achat



41% des achats effectués



23% des achats effectués
en commerce de proximité

43% des achats en boucherie-charcuterie des Durtalois sont effectués dans la commune, essentiellement au sein du magasin Super U.

La Flèche capte une part relativement importante de la clientèle grâce à ses commerces de proximité ou ses supermarchés (Leclerc et Lidl notamment).

Les Rairies représentent le 3^{ème} lieu d'achat grâce à sa boucherie.

Nombre de répondants : 165
(uniquement habitants de Durtal)



Epicerie-alimentation générale

En général, où réalisez-vous principalement vos achats en épicerie-alimentation générale ?
Clef de lecture : 69% des habitants de Durtal consommant en alimentation générale font leurs achats à Durtal



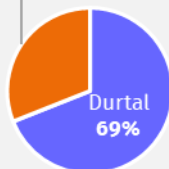
Près de **7 habitants sur 10** font leur plein de courses en alimentaire dans les commerces de Durtal. Cette part est encore plus élevée pour la population de plus de 60 ans (80%).

Super U concentre l'essentiel des achats réalisés à Durtal.

Une partie de la population durtaloise (30%) consomment à **la Flèche**, notamment dans les magasins Leclerc ou Lidl.

Epicerie-alimentation générale :
Taux de consommation = 96%

Hors commune 31%



Répartition des lieux d'achat

SUPER U
Durtal

➔ **66%** des achats effectués

E.Leclerc

➔ **14%** des achats effectués



➔ **11%** des achats effectués

Nombre de répondants : 161
(uniquement habitants de Durtal)



Fruits & légumes frais

En général, où réalisez-vous principalement vos achats en fruits & légumes frais ?

Clef de lecture : 53% des habitants de Durtal consommant des fruits et légumes font leurs achats à Durtal

53%



Durtal

41%



La Flèche

5%



Morannes-sur-Sarthe-Daumeray

1%

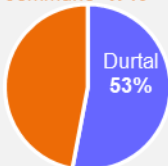


Autres communes

La majorité des Durtalois achète ses fruits et légumes sur la commune (53%). Si Super U constitue le 1^{er} choix, une partie de la population s'approvisionne à l'AMAP ou dans les épiceries de la commune pour ce type de produits. La part du marché est faible sur ce poste (4%)

Fruits & légumes frais :
Taux de consommation = 93%

Hors commune 47%



Répartition des lieux d'achat



32% des achats effectués



17% des achats effectués dans un magasin de producteurs



11% directement auprès des producteurs

Une évation vers la Flèche est constatée (magasin de producteurs, Biocoop...).

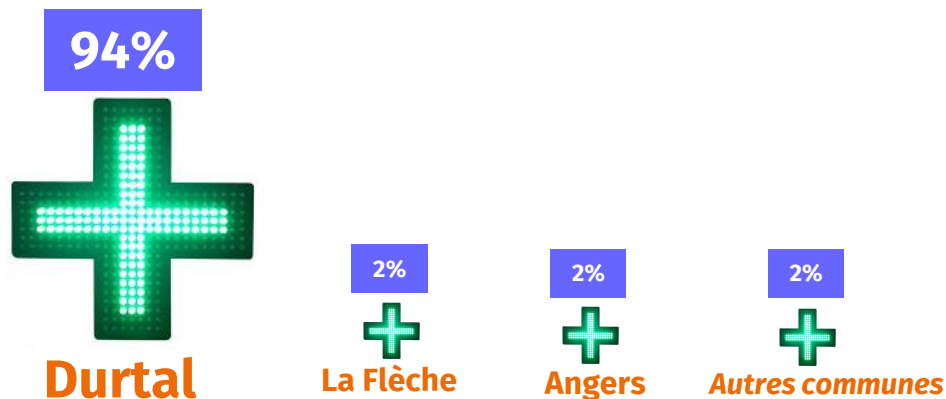
Nombre de répondants : 165
(uniquement habitants de Durtal)



Pharmacie / parapharmacie

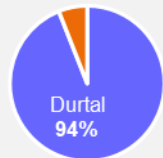
En général, où réalisez-vous principalement vos achats en pharmacie ?

Clef de lecture : 94% des habitants de Durtal consommant en pharmacie font leurs achats à Durtal



Pharmacie :
Taux de consommation = 96%

Hors commune 6%



Répartition des
lieux d'achat



50% des achats effectués
en commerce de proximité



37% des achats effectués

La consommation s'effectue très largement sur place pour la pharmacie et la parapharmacie.

94% des habitants de Durtal réalisent en effet leurs achats à Durtal sur ce poste de consommation (pharmacie de la commune et Super U).

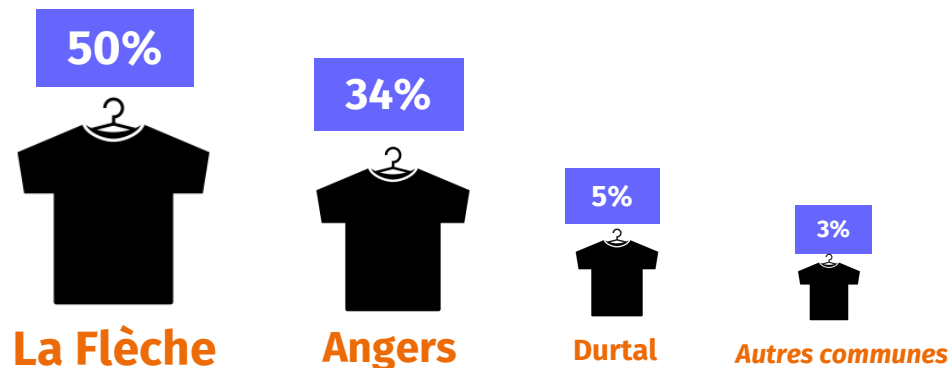
Nombre de répondants : 161
(uniquement habitants de Durtal)



Habillement

En général, où réalisez-vous principalement vos achats en habillement ?

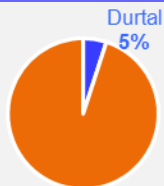
Clef de lecture : 5% des habitants de Durtal consommant en habillement font leurs achats à Durtal



L'offre en habillement étant limitée à Durtal, l'évasion sur ce poste de dépenses est logiquement forte.

La Flèche et Angers sont les deux pôles les plus attractifs avec respectivement 50% et 34% des achats.

Habillement :
Taux de consommation = 83%



Répartition des lieux d'achat



51% des achats effectués dans une autre grande surface



29% des achats effectués en commerce de proximité



10% des achats effectués en livraison (VPC, internet...)

Une partie de la consommation s'effectue via le e-commerce.

Nombre de répondants : 161
(uniquement habitants de Durtal)



Restauration

En général, où réalisez-vous principalement vos achats en restauration ?

Clef de lecture : 44% des habitants de Durtal consommant de la restauration le font à Durtal

44%



Durtal

31%



La Flèche

17%



Angers

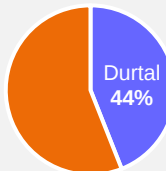
8%



Autres communes :
Bazouges-Cré-sur-Loire,
Morannes-Sur-Sarthe-
Daumeray...

Restauration :
Taux de consommation = 67%

Hors commune 56%



Durtal
44%

Répartition des
lieux d'achat



Parmi la population locale fréquentant les restaurants, 44% privilégient les établissements de Durtal.

L'offre en restauration de la Flèche et d'Angers est attractive et capte environ la moitié des consommateurs durtalois.

Nombre de répondants : 156
(uniquement habitants de Durtal)



Une offre en commerces et services à renforcer

94%

des habitants estiment qu'il manque des commerces et services à Durtal

A votre avis, y a-t-il des commerces et services manquants sur Durtal ?

NON
6%

OUI
94%

Principaux commerces et services manquants - nombre de citations



Boucherie (96 citations)



Boulangerie (34 citations)



Librairie-presse (24 citations)



Habillement (16 citations)



Poissonnerie (15 citations)

Autres principales citations : magasin type Lidl ou Aldi (12), épicerie (12), magasins de producteurs (12), primeurs (8), jardinerie (8)...

La **quasi-totalité** (94%) des répondants juge **insuffisante** l'offre en commerces et services à Durtal. Une forte demande a été exprimée sur la **boucherie-charcuterie**. Une **autre boulangerie** est également souhaitée par une partie de la population. Sur les postes de consommation non alimentaires, les besoins portent notamment sur de **l'habillement** et une **librairie-presse**.

Selon les habitants, les **efforts pour renforcer l'offre** doivent être consentis dans le **centre-bourg** (70%). Dans une moindre mesure, la zone de Super U et l'ancien site de Lidl ont également été cités.

Nombre de répondants : 202

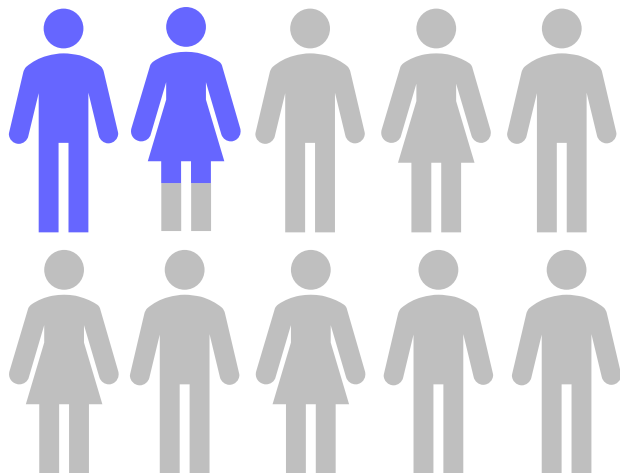


Fréquentation du marché : une marge de progression

17%

des habitants ont déclaré fréquenter le marché au cours du dernier mois

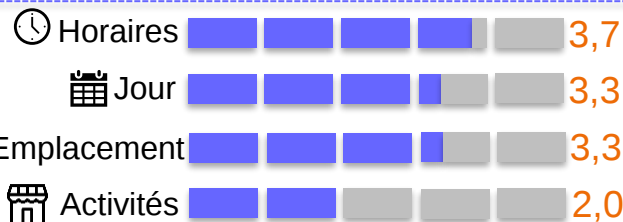
Avez-vous fréquenté le marché de Durtal au cours du dernier mois?



Nombre de répondants : 202

Note moyenne par item

Graduation de 1 (pas du tout satisfaisant / très difficile) à 5 (tout à fait satisfaisant / très facile)



« Seuls » 17% des répondants à l'enquête se sont rendus sur le marché de Durtal au cours du mois écoulé. Celui-ci se tient tous les mardis au pied du château. Si les horaires (8h00/12h30) donnent globalement satisfaction, les activités proposées ne semblent pas complètement convaincre les consommateurs.

Le marché est surtout fréquenté par les seniors : 38% de la population des 60 ans et plus s'y sont rendus contre seulement 7% pour les 30-60 ans.

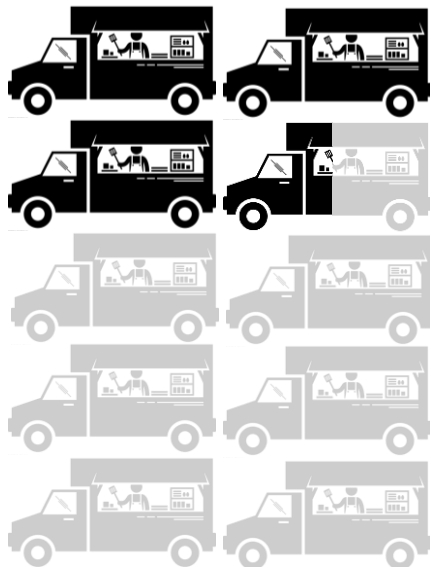


Des food trucks plutôt fréquentés

35%

La part des habitants fréquentant les food trucks de Durtal

Fréquentez-vous les food truck de Durtal ?



Une partie non négligeable de la population (35%) déclare **fréquenter les food truck** de la commune. Cette part est même plus élevée pour les habitants du centre-bourg (44%) et du quartier de l'Argance (48%).

Si **plus de la moitié** (53%) des **moins de 45 ans** ont recours aux commerces ambulants de Durtal, cette proportion n'est que de 12% pour la population âgée de 60 ans et plus.

Nombre de répondants : 188

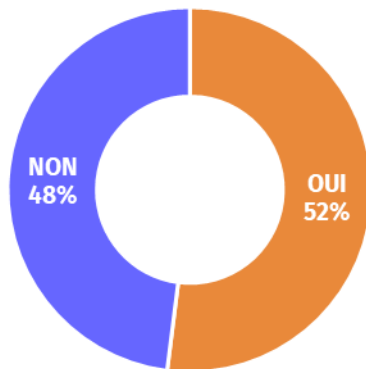


Autres activités : des besoins qui concernent l'offre médicale

52%

des répondants jugent qu'il manque des activités en dehors des commerces

Hormis les commerces, y a-t-il selon des activités manquantes (administratives, sociales, sportives, médicales, économiques...) ?



Nombre de répondants : 199

Activités manquantes - nombre de citations



Dentiste (28 citations)



Ophtalmologue (16 citations)



Orthophoniste (9 citations)



Dermatologue (5 citations)



Kinésithérapeute (5 citations)

La **majorité** des répondants estime que les **activités non commerciales** seraient à **renforcer**. Les manques identifiés par la population concernent essentiellement le secteur médical. Un **dentiste** ou encore un **ophtalmologue** sont notamment souhaités.

Parmi les **équipements de loisirs** potentiellement intéressants pour la commune, une **aire de jeux** pour enfants est notamment demandée.

Équipements de loisirs à installer à Durtal - nombre de citations

1. **Aire de jeux pour enfants** (13)
2. Piscine couverte (10)
3. Cinéma (8)
4. Base nautique (8)
5. Salle de sport / musculation (8)
6. Guinguette (6)

...

Des habitants plutôt favorables à un regroupement des commerces



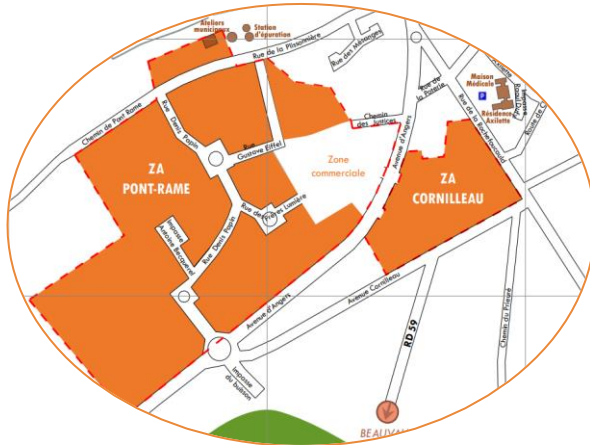
59%

Des répondants sont favorables à un regroupement des commerces

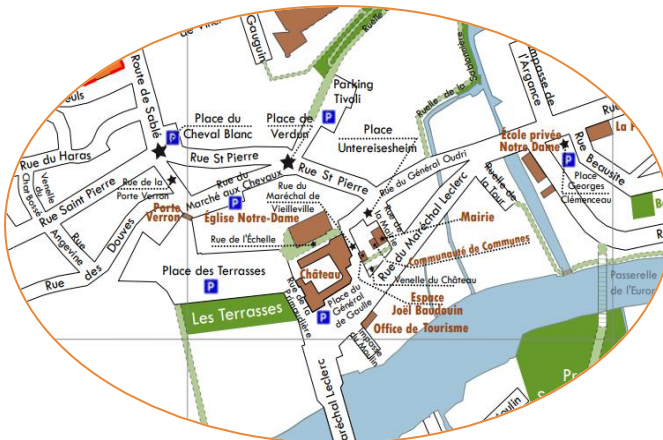
Seriez-vous favorable à un regroupement des commerces ? Si oui, où ?



Regroupement zone
Super U = 47%



Regroupement
centre-bourg = 53%



Les habitants voient plutôt d'un « bon œil » la possibilité de **regrouper** les commerces. 59% le souhaitent. Les avis sont assez partagés sur le lieu à privilégier : 47% pour la zone Super U mais 53% pour le centre-bourg.

Concernant ce dernier, **9 répondants sur 10** considèrent qu'un **renforcement de l'offre commerciale** actuelle permettrait de le dynamiser.

Nombre de répondants : 202

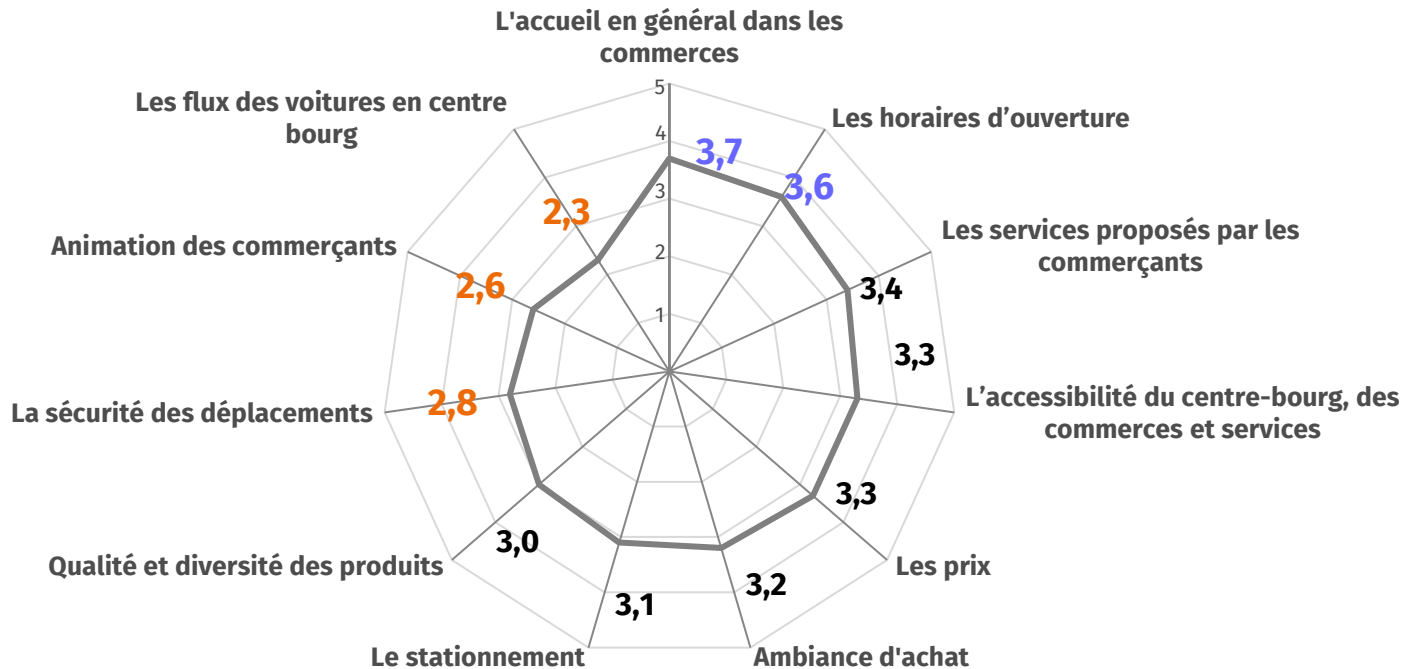
Des améliorations à apporter sur les flux automobiles, l'animation ou encore la sécurité des déplacements



Concernant les commerces et les services du centre bourg historique de Durtal, quel est votre avis ?

Note moyenne par item

Graduation de 1 (pas du tout satisfaisant / très difficile) à 5 (tout à fait satisfaisant / très facile)



Les **horaires d'ouverture** et **l'accueil dans les commerces** constituent les principaux motifs des habitants ayant répondu à l'enquête.

Les **principales réserves** portant sur le centre-bourg de Durtal concernent plus particulièrement **la sécurité des déplacements** (vélo, piétons..), **l'animation** des commerçants et surtout les **flux automobiles**.

Nombre de répondants : 148-185



Enquête auprès des visiteurs de sites touristiques de Durtal

Collecte



- **Lieu de collecte** : Office de Tourisme et camping de Durtal
- **Période de collecte** : juillet-août
- **Cible** : les visiteurs des sites touristiques de Durtal



19 questionnaires remplis

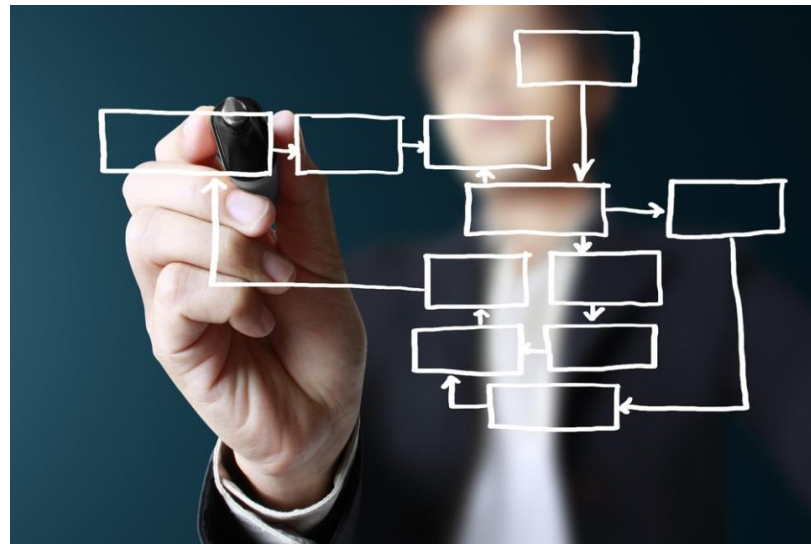


10 touristes



9 excursionnistes*

Peu de séjours en hébergement marchand



⚠ taux de retour très faible. Lecture des résultats à interpréter avec prudence. Seuls 10 questionnaires = touristes

*déplacement à la journée n'occasionnant pas de nuitée à l'extérieur de son lieu de résidence

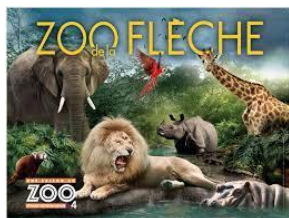


Les châteaux et le zoo de la Flèche, sites les plus visités

Quels sites avez-vous visité ou envisagez-vous de visiter ?

1. Châteaux 6
2. Zoo de la Flèche 5
3. Terra Botanica 3

 **Réponses uniquement sur les touristes**



Quels sont les critères qui vous ont incité à venir à Durtal ? TOP 3

Touristes

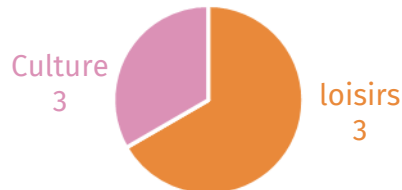
1. Visite à la famille, amis 6
2. Visiter les monuments, châteaux 5
3. Beauté des paysages 4

Excursionnistes

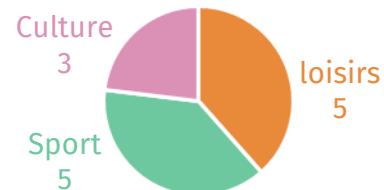
1. Douceur de vivre 3
2. Pour une manifestation 2
3. Beauté des paysages 1

Quelles activités avez-vous ou allez-vous pratiquer à Durtal ?

Touristes



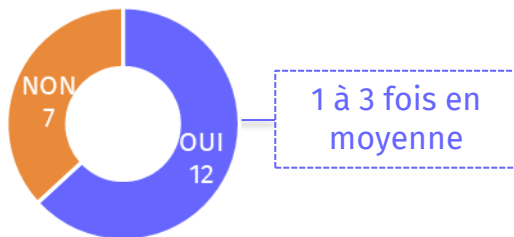
Excursionnistes



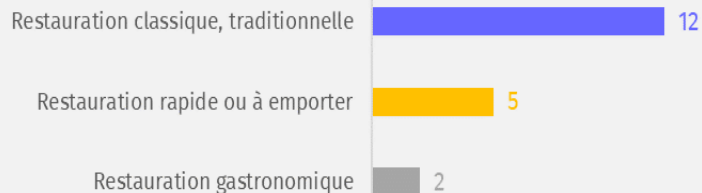


Des commerces alimentaires plutôt fréquentés

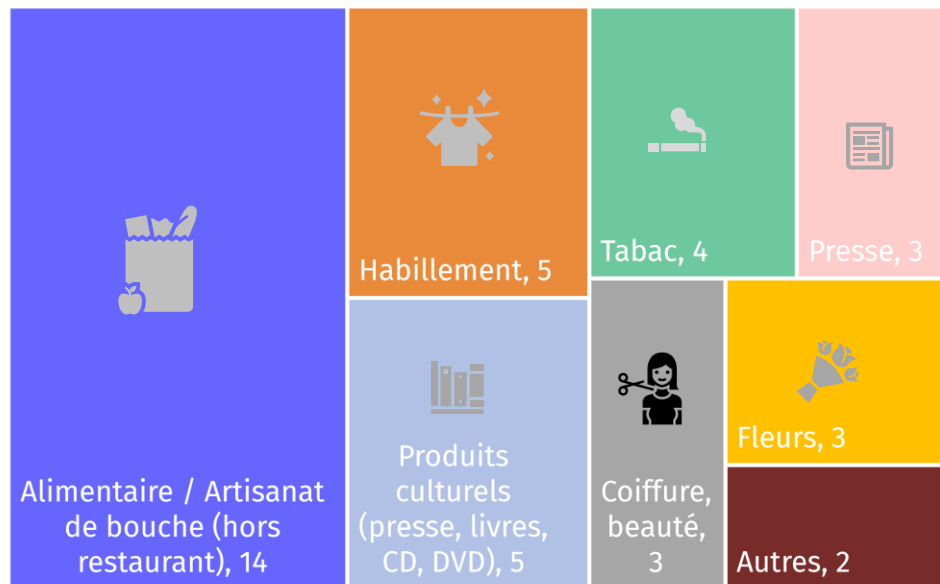
Envisagez-vous, ou êtes-vous allé au restaurant ?



Type de restaurant :



Quels types de commerce avez-vous fréquenté ou envisagez-vous de fréquenter dans la région de Durtal ?



Animalerie
Supermarché



Marché théorique & potentiel

Focus sur Durtal



Marché théorique

Définition : Dépenses des ménages réalisées par poste de consommation pour une zone définie

  **Calcul** : dépenses nationales x IDC (indice de disparité de consommation) x nombre de ménages de la zone concernée. Le calcul a été réalisé à partir des IDC 2018



Le nombre de **ménages** pour Durtal s'élève à 1 453



Marché théorique par poste de consommation

Total marché théorique à Durtal



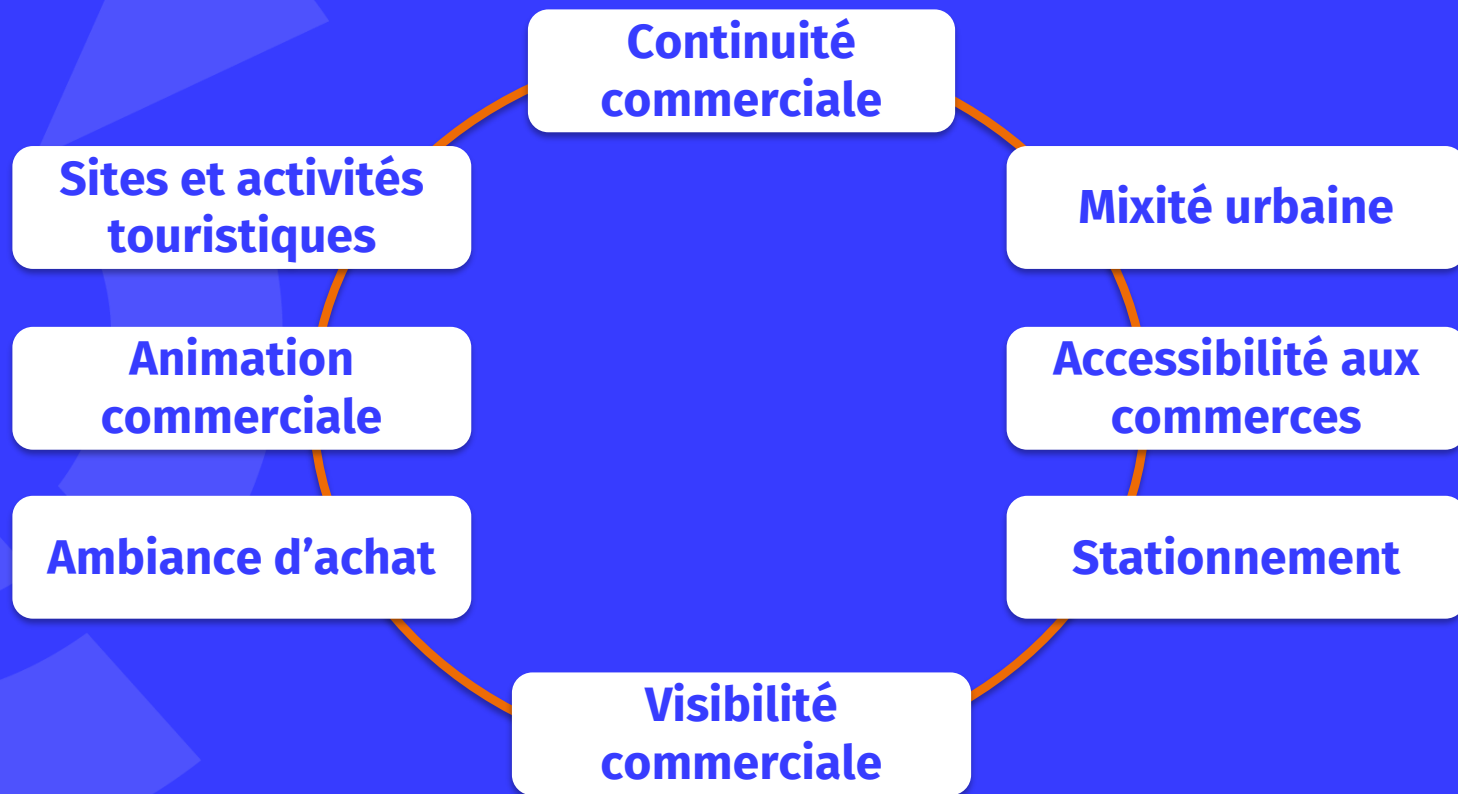
20,5 millions d'€

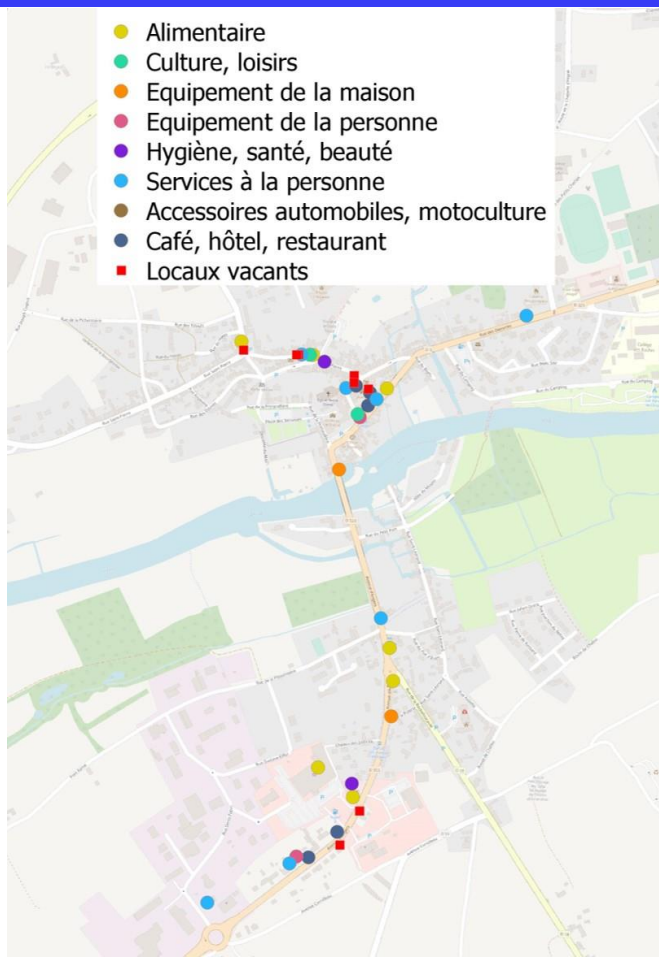
Total potentiel à Durtal

17 millions d'€

ALIMENTAIRE	8 650 179 €
EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	1 788 788 €
CULTURE ET LOISIRS	854 604 €
SOINS DE LA PERSONNE	3 102 095 €
EQUIPEMENT DE LA MAISON	3 263 506 €
RESTAURANT/TABAC	2 893 561 €
TOTAL	20 552 732 €

Diagnostic des facteurs urbains de commercialité





- Une **structure commerciale dispersée** :
 - Rues de la Mairie et Saint-Pierre
 - Rue du Maréchal Leclerc
 - Avenue d'Angers
- Une **offre commerciale et de services diversifiée** regroupant des activités alimentaires et non alimentaires
- De multiples **ruptures dans le linéaire** dues notamment à une forte vacance commerciale



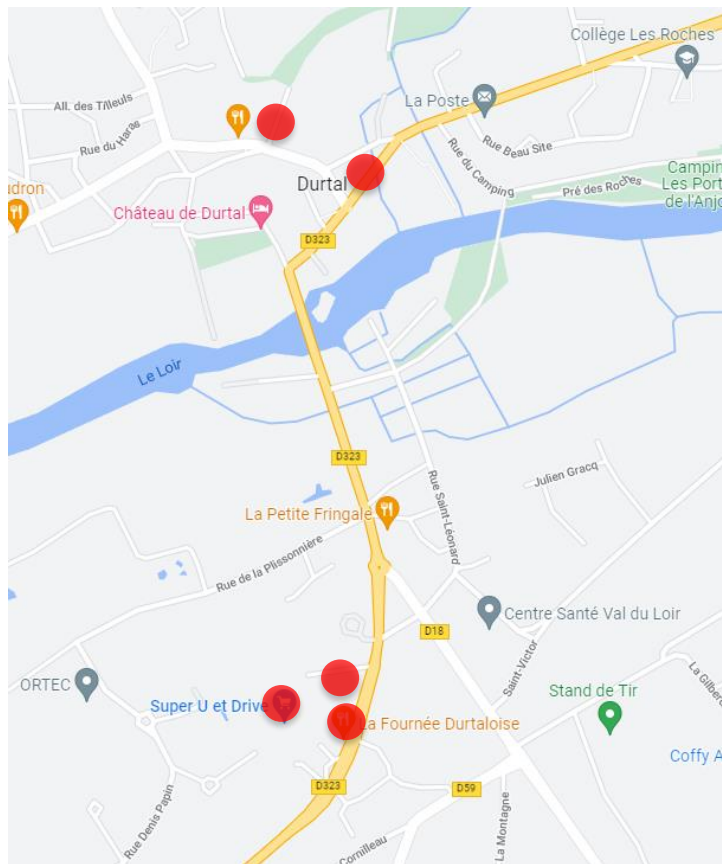
- **1 activité génératrice de flux** - Bar Le Marigny avec 200 clients/jour
- **5 commerces** : Le Louvio, Optic 2000, Vivéco, Looock Coiffure, Le Marigny et **1 distributeur automatique** de pizzas accessible 7j/7
- **5 cellules commerciales vacantes** : restaurant Le Saint Pierre, salon Marie Claire Vincent, M'Kebab, Boucherie Briffault, 3 Tacos
- Des activités tertiaires : banque, huissier de justice, agence immobilière, avocat





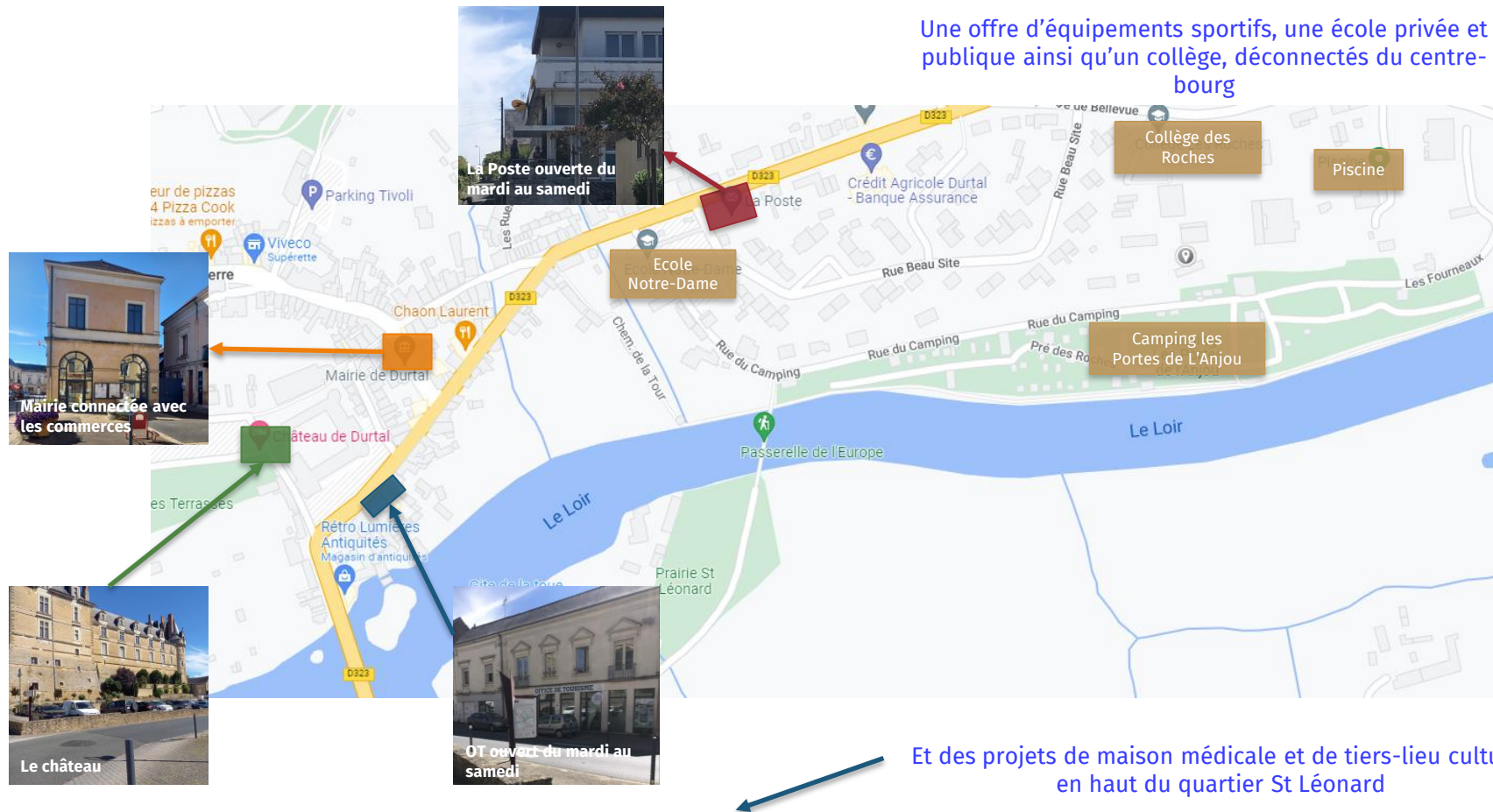
- **7 commerces** : Rétro Lumières, Tendances Mode, restaurant Ô Château, Boulangerie Chaon, Santoline institut, photographe et traiteur
- **1 activité génératrice de flux** - Boulangerie Chaon qui draine 125 clients/jour
- Absence de vacance commerciale
- Présence d'activités tertiaires : taxi, cabinet d'ostéopathe, agence immobilière





Les 5 commerces générant le plus de flux, principalement concentrée Avenue d'Angers

1 – SUPER U	1400 clients/jour
2 – BOULANGERIE LA FOURNEE DURTALOISE	400 clients/jour
3 – PHARMACIE DURTAL	250 clients/jour
4 – BAR TABAC LE MARNY	200 clients/jour
5 – BOULANGERIE PATISSERIE CHAON	125 clients/jour



Une offre d'équipements sportifs, une école privée et publique ainsi qu'un collège, déconnectés du centre-bourg

Et des projets de maison médicale et de tiers-lieu culturel en haut du quartier St Léonard



- Environ **635 véhicules** entrants/jour dans la rue Saint Pierre - source Elancité
Environ 2615 véhicules/jour place des terrasses qui évitent la rue Saint Pierre et rejoignent l'avenue d'Angers – source Elancité
Environ 2 594 véhicules sortants/jour avenue d'Angers – source Elancité
- Une vitesse moyenne excessive mesurée à 40 km/h, malgré une zone 20 km/h et une entrée de bourg différenciante - source Elancité
- Un cheminement doux sécurisé à proximité de la mairie
- Du stationnement vélo vieillissant Place du Général de Gaulle et vétuste devant la Mairie



Zone 20



Marquage au sol entrée Durtal



Emplacement vélo Mairie



Cheminement doux



Plusieurs parkings organisés en poche de stationnement

- Une poche de stationnement peu visible près de la rue Saint Pierre, Place Tivoli - 50 places
- Une poche de stationnement en face du Vivéco rue Saint-Pierre - 10 places

Du stationnement complémentaire

- Environ 12 places de stationnement longitudinal
- 3 arrêts 15 minutes devant l'ancienne boulangerie
- 3 autres arrêts 15 minutes devant la pizzeria



Parking Tivoli



Parking face au Vivéco



Arrêts 15 minutes



Stationnements le long des commerces



Une bonne signalétique des commerces et des services en centre-bourg

- Une signalétique relativement visible depuis les axes de flux (offre de restauration, commerces, camping...)
- Une cohérence et homogénéité de la signalétique
- Une signalétique identitaire sur l'Avenue d'Angers
- Un panneau d'affichage désuet près de la rue de la Mairie



Signalétique rue du
Maréchal Leclerc



Panneau désuet



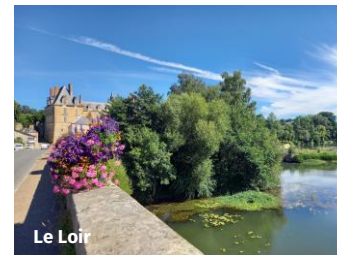
Pizzeria et commerces



Signalétique identitaire
« Commerce & Artisanat »



- Un cadre agréable avec des espaces paysagers (Le Loir, verdure...), mais à l'écart du cœur de bourg
- Du mobiliers urbains disparates - très qualitatifs avenue d'Angers et vieillissants sur les autres rues
- Des flux routiers importants qui n'incitent pas aux mobilités douces et à la flânerie
- Des mauvaises herbes sur les trottoirs devant les façades commerçantes et les habitations
- Des façades vieillissantes, voire délabrées, et des locaux vacants qui sont parfois devenus des logements mais qui ont conservé leur vitrine





- Présence de commerçants non-sédentaires
 - Lors du marché alimentaire du mardi matin au pied du château avec seulement deux commerçants – maraicher Cailleau et boucher Dalibon
 - Foodtrucks Supergreen et O coin sushi
 - AMAPassion du Loir
 - Drive fermier Mangeons Loc'ALS
- « J'aime Durtal », l'association de commerçants et artisans relancée avec une quinzaine commerciale
- Un panneau d'affichage numérique Avenue d'Angers indiquant les manifestations locales
- Des évènements ponctuels : fête des terrasses, fête de la musique, fête du Loir, brocante nationale, course à l'hippodrome
- Un engagement auprès du programme « Petites Villes de Demain »





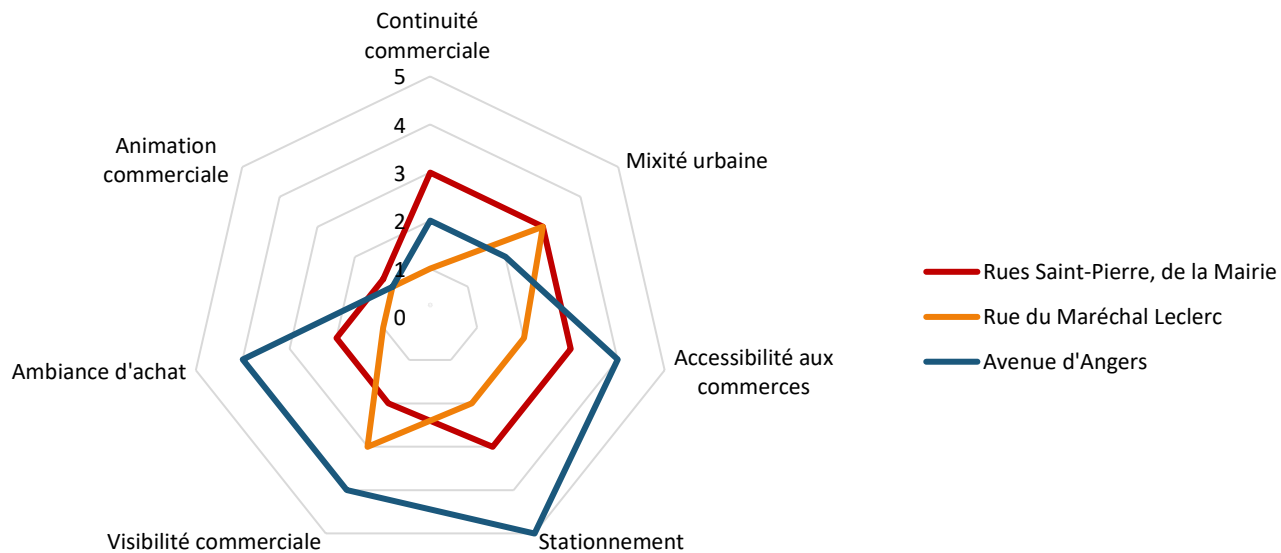
Synthèse des facteurs de commercialité par zone

- * **Pas satisfaisant**
- ** **Peu satisfaisant**
- *** **Moyennement satisfaisant**
- **** **Satisfaisant**
- ***** **Très satisfaisant**

	Rues de la Mairie et Saint-Pierre	Rue du Maréchal Leclerc	Avenue d'Angers
Continuité commerciale	***	*	**
Mixité urbaine	***	***	**
Accessibilité aux commerces	***	**	****
Stationnement	***	**	*****
Visibilité commerciale	**	***	****
Ambiance d'achat	**	*	****
Animation commerciale	*	*	*
Total/35	17	13	22



RADARS DES FACTEURS URBAINS DE COMMERCIALITÉ PAR PÔLE



A stylized graphic on the left side of the slide, consisting of several overlapping circular segments in different shades of blue, creating a dynamic, geometric pattern.

Forces/faiblesses
Opportunités/menaces
et enjeux



Points forts

- **Une grande surface alimentaire, locomotive commerciale**, qui retient une partie de la consommation sur Durtal
- **Un ressenti de l'activité positif** pour une grande majorité des commerçants : **un chiffre d'affaires en augmentation pour 53 % et** stable pour 38 %
- **Une clientèle locale, également liée au tourisme**
- 60 % des répondants sont propriétaires, une grande partie d'entre eux sont **satisfaits de leurs locaux**
- Des commerçants non sédentaires **satisfaits** de leur activité à Durtal

Points faibles

- Une **évasion commerciale ressentie** par les commerçants avec pour principale raison le **manque de commerces et de services** proposés
- **Une absence de dynamique commerciale** pour 52 % des répondants : commerçants individualistes, château pas exploité vu son potentiel ...
- **Une forte proportion -plus de 30 %- de commerçants qui souhaitent transmettre leur activité**
- **Un marché avec seulement 2 professionnels non sédentaires**



Points forts

- Des habitants qui **fréquentent le centre-bourg**
- Une consommation globalement « **sur place** » en alimentaire, pharmacie, coiffure et cafés-bar-tabac
- Des **food trucks** plutôt fréquentés, notamment par les actifs
- Un **accueil** et des **horaires** d'ouverture qui donnent satisfaction

Points faibles

- Un manque d'**offre** en commerces et services, une **boucherie** notamment
- Un **marché** du mardi matin restreint avec deux étals et fréquenté par une clientèle de seniors principalement
- Une offre de **restauration jugée insuffisante** par près de la moitié des répondants
- Une perception de **flux automobiles trop importants**, un manque d'**animation** des commerçants et **des déplacements peu sécurisés**



Points forts

- **L'avenue d'Angers** qui répond à plusieurs facteurs de commercialité : visibilité, accessibilité, stationnement
- **Du stationnement en centre-bourg** : places longitudinales, stationnements minutes, parkings à optimiser cependant
- Une **signalétique relativement visible**
- Un cadre avec des **espaces paysagers** au bord du Loir, mais à l'écart du centre-bourg

Points faibles

- Une **offre commerciale éclatée et peu visible avec peu d'interactions entre les activités**
- Une **vacance commerciale** importante en centre-bourg : 50 % dans les rues de la Mairie et St Pierre
- Des **façades de logements vieillissantes voire délabrées**
- Du **mobilier urbain** désuet
- Une **vitesse parfois excessive**
- Des **équipements structurants à l'extérieur du centre-bourg**



Opportunités

- **La création d'une association de commerçants** pour fédérer les professionnels avec aujourd'hui la moitié des répondants adhérents
- Des producteurs intéressés par un espace pour la vente de **produits locaux**
- **Deux friches commerciales** près du Super U qui peuvent être réutilisées pour renforcer l'attractivité commerciale de Durtal

Menaces

- La **disparition progressive des commerces du cœur de bourg actuel** : souhaits de transmission des deux épiceries, du bar-tabac...
- **Le maintien des cellules vacantes délabrées et des façades de logements vétustes en l'état** dans le cœur de bourg
- **L'absence de collaboration entre les commerçants** du centre-bourg et de l'avenue d'Angers, entre les adhérents de l'association et les autres
- L'absence de **commerces de flux** rues St Pierre et de la Mairie



Opportunités

- Une tendance générale de **retour des consommateurs vers la proximité**
- Une **offre boucherie très attendue**
- **Des projets immobiliers** qui viendront renforcer le potentiel de consommation
- Des habitants favorables à un **regroupement des commerces**
- Une commune avec **du potentiel économique, par conséquent de consommation**

Menaces

- Une population qui rajeunit et **qui consommerait avant tout sur son lieu de travail ou sur son trajet domicile-travail**
- **Un potentiel de consommation restreint qui limite l'implantation de certaines activités**
- **Une évasion de plus en plus forte** vers la Flèche et vers Angers pour le non alimentaire
- Le **développement de la e-consommation**



Opportunités

- L'inscription dans le **dispositif Petite Ville de Demain** qui va permettre d'accompagner la stratégie de revitalisation
- Durtal est sur un **axe de flux** qui peut permettre de capter une clientèle de passage
- Un **château** qui pourrait être un **atout majeur** pour la commune

Menaces

- **Une absence de stratégie d'aménagement**
- **La disparition des commerces dans le centre-bourg**
- **La transformation de cellules commerciales vacantes en logements** sans stratégie
- **Des activités commerciales qui s'implanteraient sur les axes de flux en dehors des polarités existantes et favoriseraient l'éclatement de l'offre**
- **L'absence de connexion :**
 - **entre les polarités commerciales**
 - **entre le centre-bourg et les équipements**



**Est-ce que les rues Saint Pierre et de la Mairie
peuvent encore être
commerciallement attractives ?**

**Est-ce qu'une offre commerciale éclatée en plusieurs
pôles peut répondre aux attentes des habitants ?**



ENJEUX



ENJEU D'AMÉNAGEMENT

Proposer à Durtal un lieu de rencontre, une place de vie

Renforcer la commercialité :
- ambiance d'achat
- mixité urbaine
- continuité commerciale



ENJEU DE VALORISATION ET PERENNISATION DE L'OFFRE

Accompagner le maintien et le renouvellement des activités commerciales de proximité

Optimiser la captation des actifs travaillant sur la commune et des clientèles de passage et touristiques

Animer Durtal notamment par la relance d'une dynamique commerciale collective



ENJEUX



Echanges



CCI de Maine-et-Loire 8 boulevard du Roi René CS 60626 49006 Angers Cedex 01 – www.maineetloire.cci.fr