



**Ville de Saint-Lazare
-Sondage 2004-**

Rapport d'étude

Sondage auprès des citoyens de Saint-Lazare

Juin 2004
12159-001



MEMBRE **GALLUP**
INTERNATIONAL ASSOCIATION

Table des matières

Introduction	3
Contexte et objectifs de l'étude.....	3
Rappel méthodologique.....	3
Principaux faits saillants	4
Résultats détaillés	7
1. L'offre commerciale actuelle de Saint-Lazare	8
1.1 Degré de satisfaction à l'égard de l'offre commerciale.....	8
1.2 Principales sources d'information sur l'offre commerciale	10
1.3 Principaux motifs pour magasiner ailleurs qu'à Saint-Lazare	11
2. Le centre-ville de Saint-Lazare	12
2.1 Fréquentation du centre-ville.....	12
2.1.1 <i>Fréquentation du centre-ville au cours du dernier mois</i>	12
2.1.2 <i>Motifs de fréquentation</i>	13
2.1.3 <i>Fréquentation des restaurants au cours du dernier mois</i>	14
2.2 Évaluation des deux artères commerciales.....	16
2.2.1 <i>Chemin Sainte-Angélique</i>	16
2.2.2 <i>Route de la Cité-des-Jeunes</i>	18
3. Habitudes de fréquentations des commerces	20
3.1 Commerces les plus fréquentés à Saint-Lazare.....	20
3.2 Commerces les plus fréquentés ailleurs qu'à Saint-Lazare	22
4. L'offre commerciale potentielle de Saint-Lazare	24
4.1 Augmentation du nombre de commerces.....	24
4.2 Types de commerces souhaités	25
4.3 Types de commerces non désirés	27
4.4 Identification des incitatifs à acheter à Saint-Lazare	28
Profil des répondants	29

Introduction

Contexte et objectifs de l'étude

La Ville de Saint-Lazare et son comité de revitalisation ont mandaté Léger Marketing afin de réaliser un sondage téléphonique auprès des citoyens de Saint-Lazare afin de mieux connaître leurs habitudes de consommation.

De manière plus spécifique, les objectifs de l'étude sont de :

- Connaître les habitudes de consommation des citoyens de Saint-Lazare pour les achats de biens durables, semi-durables et les achats de biens de consommation courante ;
- Identifier les endroits les plus souvent fréquentés par les citoyens de Saint-Lazare pour les achats de biens durables, semi-durables et les achats de biens de consommation courante (types de commerces et destination géographique) ;
- Identifier les raisons qui motivent les citoyens de Saint-Lazare à ne pas faire certains achats à Saint-Lazare ;
- Connaître les opinions et les perceptions des citoyens de Saint-Lazare à l'égard de certains aspects liés aux artères commerciales de Saint-Lazare, Sainte-Angélique et Cité-des-Jeunes, notamment en ce qui concerne le choix de produits, le service, l'affichage et l'accessibilité ;
- Identifier les besoins et les attentes des citoyens de Saint-Lazare à l'égard de l'offre commerciale dans leur ville ;
- Dresser le profil des consommateurs de Saint-Lazare.

Rappel méthodologique

Afin de répondre aux objectifs de l'étude, nous avons réalisé 500 entrevues auprès des citoyens de la ville de Saint-Lazare. Les entrevues ont été effectuées à partir de notre central téléphonique situé à Montréal du 10 au 17 juin 2004. La durée moyenne des entrevues a été de 11,7 minutes.

Afin de redresser les déséquilibres et de rendre l'échantillon le plus représentatif possible de la population étudiée, les résultats ont été pondérés en fonction de la distribution réelle de la population à l'étude selon le sexe, l'âge, la langue maternelle ainsi que par les districts de résidence des répondants.

Les résultats présentés d'un point de vue global sont statistiquement fiables et peuvent être généralisés à l'ensemble de la population à l'étude. La marge d'erreur échantillonnale maximale s'appliquant aux résultats portant sur les 500 personnes interrogées s'établit à $\pm 4,4 \%$, et ce, dans un intervalle de confiance de 95%.

Dans ce rapport, le masculin est utilisé dans le seul but d'alléger le texte.

Principaux faits saillants

1^{er} constat : La population de Saint-Lazare n'est ni très satisfaite, ni très insatisfaite de l'offre commerciale de sa ville

- L'offre commerciale de Saint-Lazare obtient une note de satisfaction moyenne de **6,9 sur 10**, ce qui est correct sans toutefois signifier l'excellence. En d'autres mots, la population ne se plaint pas de l'offre actuelle, mais elle considère qu'il y a place à amélioration.
- Un peu plus du tiers de la population (36%) a exprimé une insatisfaction en accordant une note inférieure à 7 sur 10, alors que 64% donnent une note plus favorable.
- Les citoyens les plus insatisfaits en regard de l'offre commerciale sont surtout ceux qui souhaiteraient qu'il y ait **beaucoup plus** de commerces à Saint-Lazare.

2^e constat : Le journal local et le publisac sont les principales sources d'information qu'utilisent les Lazarois pour se renseigner sur l'offre commerciale de leur ville.

- Lorsqu'ils veulent s'informer sur les spéciaux, les promotions ou sur les activités commerciales de leur ville, 41% des citoyens de Saint-Lazare consultent le journal local et 36% ont recours au publisac.

3^e constat : On se rend au centre-ville de Saint-Lazare surtout pour faire son marché. Les transactions bancaires, les achats à la pharmacie ou à la quincaillerie sont les autres principales raisons pour magasiner à Saint-Lazare.

- Les répondants sont allés au centre-ville de Saint-Lazare **14 fois** en moyenne au cours du dernier mois.
- Parmi les répondants qui sont allés au centre-ville de Saint-Lazare, **94%** ont affirmé que c'était pour y faire des achats **d'épicerie**.
- Les autres types d'achats ou de transactions qu'ont faits les Lazarois au centre-ville de Saint-Lazare sont les transactions bancaires (37%), les achats à la pharmacie (36%) ou à la quincaillerie (22%).
- Quant aux restaurants, 51% des Lazarois sont allés dans un restaurant de Saint-Lazare au cours des quatre dernières semaines. Au global, ils y sont allés en moyenne 1,9 fois.

4^e constat : Plus des deux tiers des citoyens perçoivent le Chemin Sainte-Angélique comme une artère commerciale dynamique, en pleine croissance, attrayante et agréable à fréquenter

- 70% des personnes interrogées s'entendent pour dire que le Chemin Sainte-Angélique est une artère commerciale dynamique et en pleine croissance. De plus, 65% sont d'accord pour dire qu'elle est attrayante et qu'il est agréable d'y faire des achats.

5^e constat : Le caractère dynamique et attrayant de la Route de la Cité des Jeunes est toutefois moins évident.

- La majorité des répondants (56%) n'est pas d'accord pour dire que la Route de la Cité des Jeunes est une artère commerciale dynamique et en pleine croissance, contre 39% qui sont d'accord avec cette assertion.
- Près de trois citoyens sur quatre (74%) ne considèrent pas que cette voie est attrayante et agréable à fréquenter alors que 21% sont d'un avis contraire.

6^e constat : La SAQ est, de loin, le type de commerce pour lequel la population privilégie l'établissement local.

- Lorsqu'elles souhaitent faire des achats dans une SAQ, 78% des personnes interrogées le font dans leur ville.
- Les autres types de commerces pour lesquels les répondants choisissent les établissements de Saint-Lazare sont la quincaillerie (59%), le fleuriste (59%), le nettoyeur (54%), le garagiste (43%).
- En revanche, les types de commerces qui font en sorte que les Lazarois vont magasiner ailleurs sont les boutiques de vêtements (1% seulement des répondants les achètent à Saint-Lazare), les chaussures (2 %) et les articles de sport (3%). Pour se procurer ces biens de consommation, les citoyens de Saint-Lazare vont principalement dans les boutiques de Pointe-Claire (42%).
- Lorsque les Lazarois veulent se divertir, 20% vont au centre-ville de Montréal, contre 16% qui se dirigeront vers un établissement de Saint-Lazare.
- Et pour aller au restaurant, en excluant la restauration rapide, 19% des résidents de Saint-Lazare se rendront à Vaudreuil-Dorion, 17% à Hudson et 16% opteront pour un restaurant de Saint-Lazare.

7^e constat : Les citoyens de Saint-Lazare magasinent ailleurs surtout pour des raisons liées au choix et à la diversité des commerces et des produits.

- Les citoyens de Saint-Lazare sont motivés à magasiner ailleurs que dans leur ville surtout par le choix des boutiques (42%) et par la diversité des produits offerts ailleurs (30%).

8^e constat : Deux Lazarois sur trois souhaiteraient une augmentation de l'offre commerciale de Saint-Lazare.

- Si 31% de la population n'aimerait pas qu'il y ait plus de commerces de biens et services à Saint-Lazare, 69% au contraire accueilleraient positivement une augmentation du nombre de commerces dans leur ville.
- Les commerces les plus souhaités à Saint-Lazare sont les boutiques de vêtements et chaussures (29%), suivis par les restaurants (19%), les commerces appartenant au domaine du divertissement, tels que magasins de sport ou centres de conditionnement physique (15%) et les commerces de biens utilitaires comme les quincailleries ou boutiques de décoration (15%).
- En contrepartie, les commerces les moins désirés sont les magasins à grande surface (16%) et les bars, tavernes, discothèques (11%).

9^e constat : Une qualité accrue de l'offre commerciale serait le meilleur incitatif à magasiner à Saint-Lazare.

- Le quart de la population (26%) serait incité à fréquenter davantage les établissements commerciaux de Saint-Lazare si l'offre commerciale était améliorée, que ce soit en quantité ou en variété.
- L'amélioration des conditions de circulation compte également parmi les principaux incitatifs puisque 16% des répondants fréquenteraient davantage les établissements commerciaux de Saint-Lazare si les routes et les trottoirs étaient mieux aménagés.
- Toutefois, 21% des répondants ont signalé que rien en particulier ne pourrait les inciter à fréquenter davantage les commerces de leur ville.

10^e constat : La proximité pourrait jouer un rôle significatif dans l'appréciation et la fréquentation du centre-ville de Saint-Lazare.

- Dans l'ensemble, plusieurs différences significatives sont observables entre les résultats des districts 1 et 2 d'une part, et ceux des districts 4 et 5 d'autre part. Le fait de côtoyer de près le centre-ville de Saint-Lazare semble influencer positivement la perception et le comportement de consommation des résidents des districts 4 et 5 qui jouxtent le Chemin Sainte-Angélique. À l'inverse, les résidents des districts 1 et 2 localisés à une certaine distance du centre-ville, tendent à être plus critiques et à ignorer l'offre commerciale de Saint-Lazare. Les données présentées dans le tableau ci-dessous illustrent ce constat.

	Fréquentation du centre-ville au cours du dernier mois	Fréquentation des restaurants de Saint-Lazare au cours du dernier mois	Note moyenne de satisfaction
	Moyenne globale : 14 fois	Moyenne globale : 1,9 fois	Moyenne globale : 6,9 sur 10
District 1	7,1↓	1,1↓	6,6
District 2	11,0↓	1,5	6,6↓
District 4	15,8↑	1,8	7,4↑
District 5	19,1↑	2,9↑	7,2

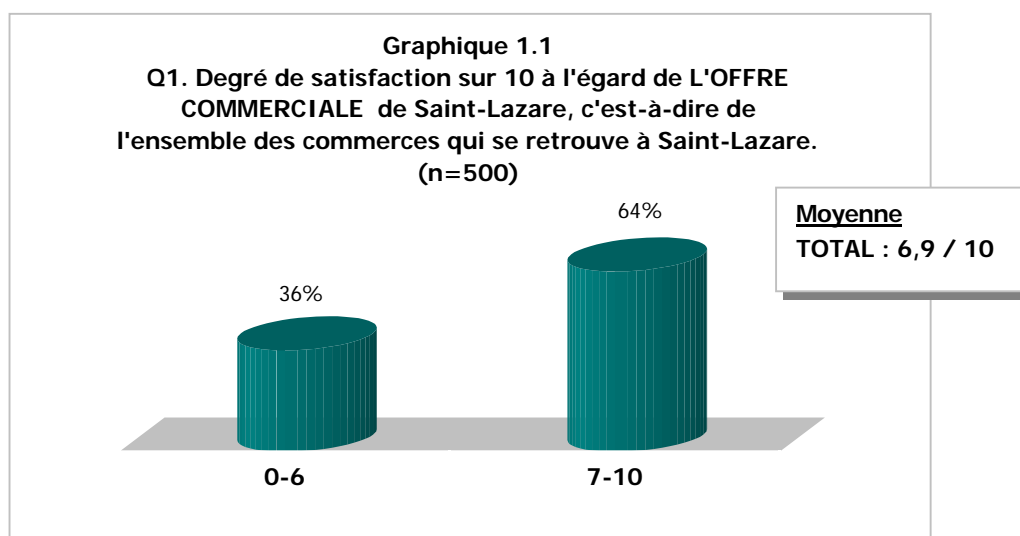
Note : Les différences significatives sont indiquées par le symbole ↑ si elles sont supérieures et ↓ si elles sont inférieures.

Résultats détaillés

1. L'offre commerciale actuelle de Saint-Lazare

1.1 Degré de satisfaction à l'égard de l'offre commerciale

- A priori, il semble que la population de Saint-Lazare soit assez satisfaite de l'offre commerciale de sa ville puisqu'elle lui accorde une note de satisfaction moyenne de 6,9 sur 10, ce qui est très près de la note générale de passage de 7 sur 10.
- De façon plus spécifique, on remarque des différences significatives quant à la satisfaction à l'égard de l'offre commerciale selon le district de résidence des répondants. Ainsi, comparativement à l'ensemble de la population sondée, les résidents du district 4 sont plus satisfaits (note moyenne de 7,4 sur 10), tandis que ceux du district 2 se montrent plus critiques (6,6 sur 10).



Note : La note 0 signifie *pas du tout satisfait* et 10 signifie *très satisfait*.

Tableau 1.1 Note de satisfaction moyenne à l'égard de l'offre commerciale de Saint-Lazare -moyenne de satisfaction sur 10-	
Au total (n=500)	6,9
Par district	
- 1 (n=68)	6,6
- 2 (n=70)	6,6 ↓
- 3 (n=101)	7,0
- 4 (n=94)	7,4 ↑
- 5 (n=83)	7,2
- 6 (n=84)	6,7

Note : Les différences significatives sont indiquées par le symbole ↑ si elles sont supérieures et ↓ si elles sont inférieures.

☞ Les répondants qui présentent le profil suivant accordent à l'offre commerciale de Saint-Lazare une note moyenne de satisfaction significativement ...

<i>... plus faible</i>
(note moyenne de 6,9 sur 10 au global)
<ul style="list-style-type: none">▪ Résidents du district 2 (6,6)▪ Personnes âgées de 45-54 ans (6,5)▪ Hommes (6,7)

<i>... plus élevée</i>
(note moyenne de 6,9 sur 10 au global)
<ul style="list-style-type: none">▪ Résidents du district 4 (7,4)▪ Habitent Saint-Lazare depuis 6 à 10 ans (7,2)▪ Personnes âgées de 18 à 34 ans (7,5)▪ Femmes (7,2)▪ Revenu annuel de 39 999 \$ et moins (7,4)

1.2 Principales sources d'information sur l'offre commerciale

- Que ce soit pour connaître les spéciaux, les promotions ou ce qui touche les établissements commerciaux de leur ville, lorsque les Lazarois veulent prendre connaissance des nouvelles commerciales, ils consultent principalement le journal local (41%), ou le publisac (36%). Les autres sources d'information sur l'offre commerciale sont moins usitées. Le tableau ci-dessous en dresse la liste.
- ➔ Nous notons que la tendance à se renseigner par le biais du publisac s'avère plus marquée chez les résidents du district 3 (46%) et, à l'inverse, elle l'est moins chez ceux qui habitent le district 6 (26%). Aussi, les résidents du district 4 sont plus portés à s'informer par le bouche à oreille.
- ☞ *Par ailleurs, les non-francophones sont proportionnellement plus nombreux à utiliser le journal local (54%) comme source d'informations commerciales alors que les francophones vont davantage chercher ces informations dans le publisac (46%).*

Tableau 1.2							
Q2. Lorsque vous souhaitez obtenir de l'information sur l'offre commerciale à Saint-Lazare, c'est-à-dire sur les commerces, les spéciaux, les promotions, quelle est votre principale source d'information ? (une seule mention)							
(n=500)							
	TOTAL (n=500)	Districts					
		1 (n=68)	2 (n=70)	3 (n=101)	4 (n=94)	5 (n=83)	6 (n=84)
• Le journal local	41%	45%	49%	33%	35%	38%	48%
• Le publisac	36%	30%	31%	46%↑	36%	45%	26%↓
• Le bottin téléphonique (les pages jaunes)	7%	13%	8%	4%	6%	7%	8%
• Sur place (en se promenant sur les artères commerciales)	4%	4%	3%	3%	3%	4%	5%
• La publicité reçue par courrier	3%	3%	4%	3%	3%	2%	1%
• Le bouche à oreille (connaissances, parents, amis)	2%	-	-	2%	6%↑	3%	-
• L'Internet	2%	-	4%	1%	4%	-	2%
• Autre	2%	3%	-	3%	4%	-	2%
• Ne sait pas	3%	3%	1%	5%	3%	-	4%

Note : Les différences significatives sont indiquées par le symbole ↑ si elles sont supérieures et ↓ si elles sont inférieures.

1.3 Principaux motifs pour magasiner ailleurs qu'à Saint-Lazare

- Lorsqu'ils vont magasiner autre part qu'à Saint-Lazare, les répondants sont motivés surtout par des raisons reliées au choix des boutiques (42%) ou à la diversité des produits disponibles ailleurs (30%). Les autres raisons qui incitent les Lazarois à aller magasiner ailleurs qu'à Saint-Lazare sont mentionnées dans une moindre mesure.
- Soulignons que les résidents du district 4 ont plus tendance à motiver leur décision d'aller magasiner ailleurs qu'à Saint-Lazare en raison du **choix et de la diversité des produits offerts** (39%). De plus, ce motif est évoqué en plus forte proportion par les femmes (36%) ainsi que par les répondants âgés de 18 à 24 ans (40%).

Tableau 1.3
Q9. De façon générale, qu'est-ce qui vous motive principalement à aller dans des commerces ailleurs qu'à Saint-Lazare ? (une réponse possible)
(n=500)

	TOTAL (n=500)	Districts					
		1 (n=68)	2 (n=70)	3 (n=101)	4 (n=94)	5 (n=83)	6 (n=84)
▪ Choix des boutiques et des magasins	42%	33%	46%	41%	49%	47%	36%
▪ Choix des produits offerts, diversité	30%	29%	24%	35%	39%↑	28%	26%
▪ Proximité du lieu de travail	7%	10%	9%	6%	5%	3%	9%
▪ Prix des produits	6%	7%	3%	4%	4%	10%	6%
▪ Disponibilité des produits	3%	4%	1%	3%	2%	5%	5%
▪ Par habitude	3%	6%	-	5%	1%	5%	3%
▪ Accessibilité, facilité de stationnement	2%	2%	5%↑	1%	-	-	3%
▪ Qualité des produits	1%	2%	3%	1%	-	-	3%
▪ Autre	5%	8%	9%	2%	-	3%	8%
▪ Ne sait pas	1%	-	-	2%	-	-	3%

Note : Les différences significatives sont indiquées par le symbole ↑ si elles sont supérieures et ↓ si elles sont inférieures.

2. Le centre-ville de Saint-Lazare

2.1 Fréquentation du centre-ville

2.1.1 Fréquentation du centre-ville au cours du dernier mois

- En moyenne, au cours du mois précédant le sondage, les Lazaïens se sont rendus 14 fois au Centre-ville de Saint-Lazare pour y magasiner. Près du quart des personnes interrogées (24%) y sont allées plus de 25 fois tandis que 6% n'y sont pas du tout allés.
- Certaines différences sont observées entre les résidents des différents districts quant à la fréquence de magasinage au centre-ville de Saint-Lazare. Ainsi, au cours du dernier mois, les résidents des districts 4 et 5 ont magasiné au centre-ville en moyenne 15,8 fois et 19,1 fois respectivement, comparativement à ceux des districts 1 et 2 qui n'y sont allés que 7,1 et 11 fois en moyenne.

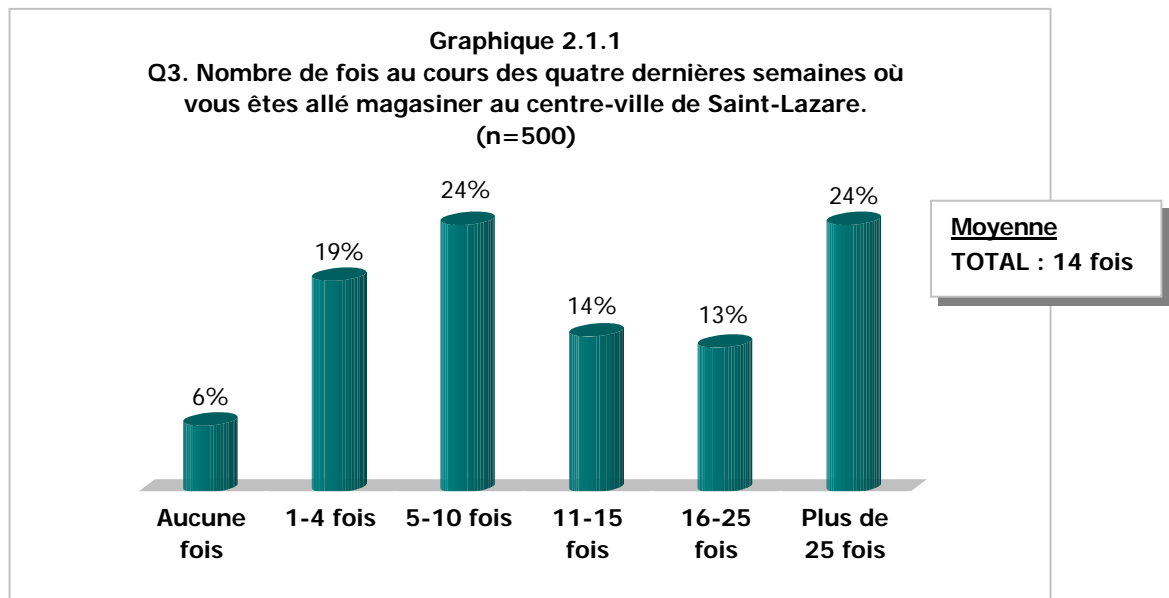


Tableau 2.1.1
Fréquence de magasinage au centre-ville de Saint-Lazare au cours du dernier mois -au total et par districts-

	TOTAL (n=500)	Districts					
		1 (n=68)	2 (n=70)	3 (n=101)	4 (n=94)	5 (n=83)	6 (n=84)
• Aucune fois	6%	18% ↑	8%	6%	1% ↓	1% ↓	5%
• 1-4 fois	19%	38% ↑	26%	12%	15%	7% ↓	19%
• 5-10 fois	24%	16%	29%	27%	27%	18%	24%
• 11-15 fois	14%	11%	10%	13%	12%	20%	16%
• 16-25 fois	13%	15%	12%	14%	12%	10%	17%
• Plus de 25 fois	24%	2% ↓	15%	28%	31%	44% ↑	18%
<i>Moyenne</i>	<i>14,0</i>	<i>7,1 ↓</i>	<i>11,0 ↓</i>	<i>15,2</i>	<i>15,8 ↑</i>	<i>19,1 ↑</i>	<i>13,5</i>

Note : Les différences significatives sont indiquées par le symbole ↑ si elles sont supérieures et ↓ si elles sont inférieures.

2.1.2 Motifs de fréquentation

- L'épicerie représente, et de loin, le principal motif de magasinage au centre-ville de Saint-Lazare puisque, parmi les personnes qui ont fréquenté le centre-ville de Saint-Lazare au cours du dernier mois, 94% y sont allées pour cette raison.
 - Les transactions bancaires (37%) et les achats à la pharmacie (36%) sont les deux autres principales raisons de fréquentation du centre-ville, suivis par la quincaillerie (22%), le Club Vidéo (14%) et la Société des alcools du Québec (12%). Les autres raisons de magasinage au centre-ville de Saint-Lazare sont mentionnées par des proportions des répondants moins importantes.
- En ce qui concerne les transactions bancaires, il est à noter que les résidents des districts 3 et 4 sont significativement plus nombreux à être allés au centre-ville de Saint-Lazare pour cette raison, comparativement à ceux qui habitent les districts 1 et 2 (respectivement 55% et 47% pour les districts 3 et 4 contre 14% et 23% chez les résidents des districts 1 et 2).

Tableau 2.1.2							
Q4. Pour quels types d'achats, de transactions ou de services êtes-vous allé au centre-ville de Saint-Lazare ? Y en a-t-il d'autres ? (3 réponses possibles)							
	TOTAL (n=475)	Districts					
		1 (n=58)	2 (n=64)	3 (n=98)	4 (n=91)	5 (n=82)	6 (n=82)
• Épicerie	94%	91%	94%	94%	96%	91%	94%
• Transactions bancaires	37%	14%↓	23%↓	55%↑	47%↑	39%	31%
• Pharmacie	36%	28%	34%	36%	42%	33%	38%
• Quincaillerie	22%	23%	19%	18%	24%	23%	25%
• Club vidéo	14%	8%	21%↑	12%	8%	18%	13%
• SAQ	12%	8%	16%	6%	17%	10%	13%
• Restaurant	7%	7%	5%	4%	8%	11%	9%
• Poste / bureau de poste	5%	10%	9%	2%	6%	2%	4%
• Salon d'esthétique / de coiffure	4%	7%	2%	5%	4%	1%	4%
• Services de santé (médecin/dentiste)	3%	3%	2%	2%	3%	4%	2%
• Stations service	2%	-	4%	-	4%	1%	3%
• Librairie	1%	-	2%	-	3%	-	3%
• Nettoyeur à sec	1%	2%	-	-	-	-	4%↑
• Fleuriste	1%	2%	-	2%	1%	1%	-
• Magasin du dollar (Dollarama)	1%	2%	-	-	2%	-	-
• Autre	6%	4%	3%	9%	3%	10%	3%

Note : Les différences significatives sont indiquées par le symbole ↑ si elles sont supérieures et ↓ si elles sont inférieures.

2.1.3 Fréquentation des restaurants au cours du dernier mois

- Au cours du dernier mois, les Lazarois sont allés manger dans un restaurant de Saint-Lazare en moyenne 1,9 fois. Si la moitié de la population y est allée au moins une fois, dont 8% au moins cinq fois, 49% en revanche n'y sont pas allés une seule fois.
- La tendance à fréquenter les restaurants de Saint-Lazare s'avère plus marquée chez les résidents du district 5 (moyenne de 2,9 fois au cours des quatre dernières semaines), comparativement aux résidents des districts 1 et 6 (moyenne de 1,1 et de 1,4 fois, respectivement).

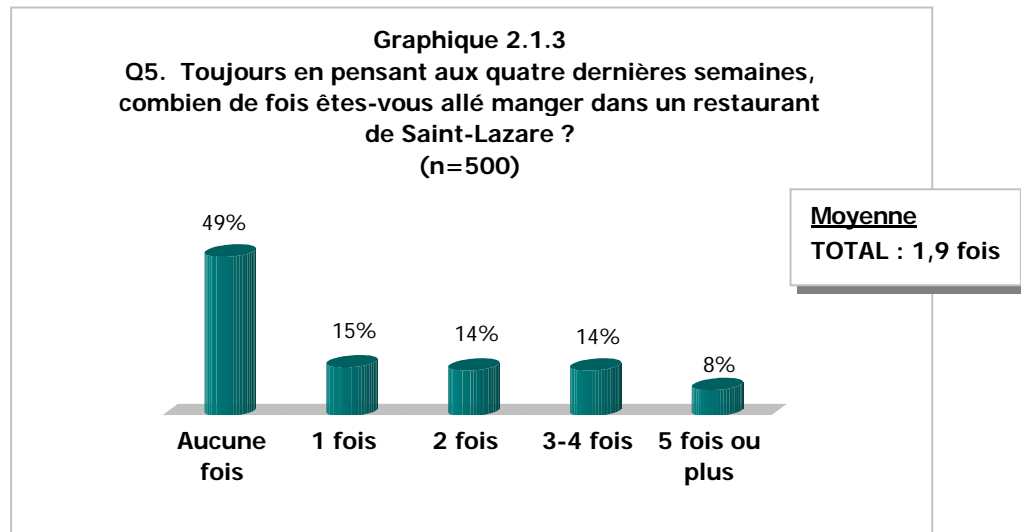


Tableau 2.1.3
Fréquentation des restaurants de Saint-Lazare au cours du dernier mois -au total et par districts-

	TOTAL (n=500)	Districts					
		1 (n=68)	2 (n=70)	3 (n=101)	4 (n=94)	5 (n=83)	6 (n=84)
• Aucune fois	49%	72% ↑	59%	40% ↓	46%	42%	43%
• 1 fois	15%	7%	13%	19%	18%	11%	19%
• 2 fois	14%	10%	11%	14%	14%	15%	19%
• 3-4 fois	14%	7%	9%	17%	16%	18%	14%
• 5 fois ou plus	8%	4%	8%	10%	7%	15% ↑	5%
<i>Moyenne</i>	<i>1,9</i>	<i>1,1 ↓</i>	<i>1,5</i>	<i>2,3</i>	<i>1,8</i>	<i>2,9 ↑</i>	<i>1,4 ↓</i>

Note : Les différences significatives sont indiquées par le symbole ↑ si elles sont supérieures et ↓ si elles sont inférieures.

☞ *Les répondants qui présentent le profil suivant ont fréquenté les restaurants de Saint-Lazare...*

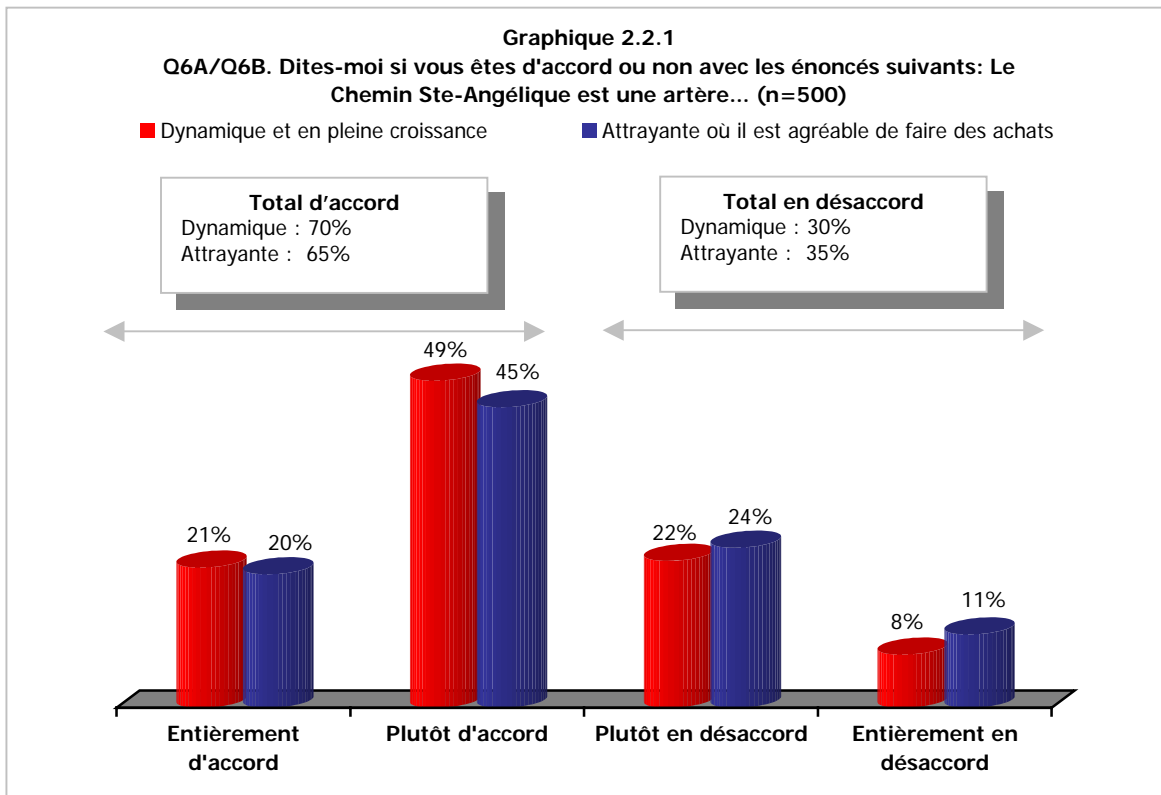
<i>... moins souvent</i> (moyenne de 1,9 fois)
<ul style="list-style-type: none">▪ Résidents des districts 1 (1,1) et 6 (1,4)▪ Femmes (1,4)▪ Personnes âgées de 18 à 34 ans (1,2)▪ Non-francophones (1,6)▪ Habitent Saint-Lazare depuis moins de 5 ans (1,2) ou de 11 à 20 ans (1,4)▪ Travaillent ou étudient dans l'ouest de l'île de Montréal (1,3)

<i>...plus souvent</i> (moyenne de 1,9 fois)
<ul style="list-style-type: none">▪ Résidents du district 5 (2,9)▪ Hommes (2,4)▪ Francophones (2,2)▪ Habitent Saint-Lazare depuis plus de 20 ans (3,7)

2.2 Évaluation des deux artères commerciales

2.2.1 Chemin Sainte-Angélique

- Plus des deux tiers des personnes interrogées (70%) sont d'accord pour dire que le Chemin Sainte-Angélique est une artère dynamique et en pleine croissance.
 - Quant à son caractère attrayant, c'est 65% des Lazois qui sont d'accord avec l'énoncé selon lequel cette artère est attrayante et qu'il est agréable d'y faire des achats.
- Précisons que nous n'observons pas de différence significative selon le district de résidence.



☞ Les répondants qui présentent le profil suivant sont significativement plus nombreux à être D'ACCORD pour dire que le Chemin Sainte-Angélique est une artère commerciale...

... dynamique et en pleine croissance (70%)
<ul style="list-style-type: none"> Personnes âgées de 18 à 34 ans (79%) Francophones (76%) N'ont pas d'enfant de moins de 18 ans à la maison (75%) Revenu familial annuel entre 40 000 \$ et 59 999 \$ (80%)

... attrayante où il est agréable de faire des achats (65%)
<ul style="list-style-type: none"> Femmes (72%) Revenu annuel de 39 999 \$ et moins (80%)

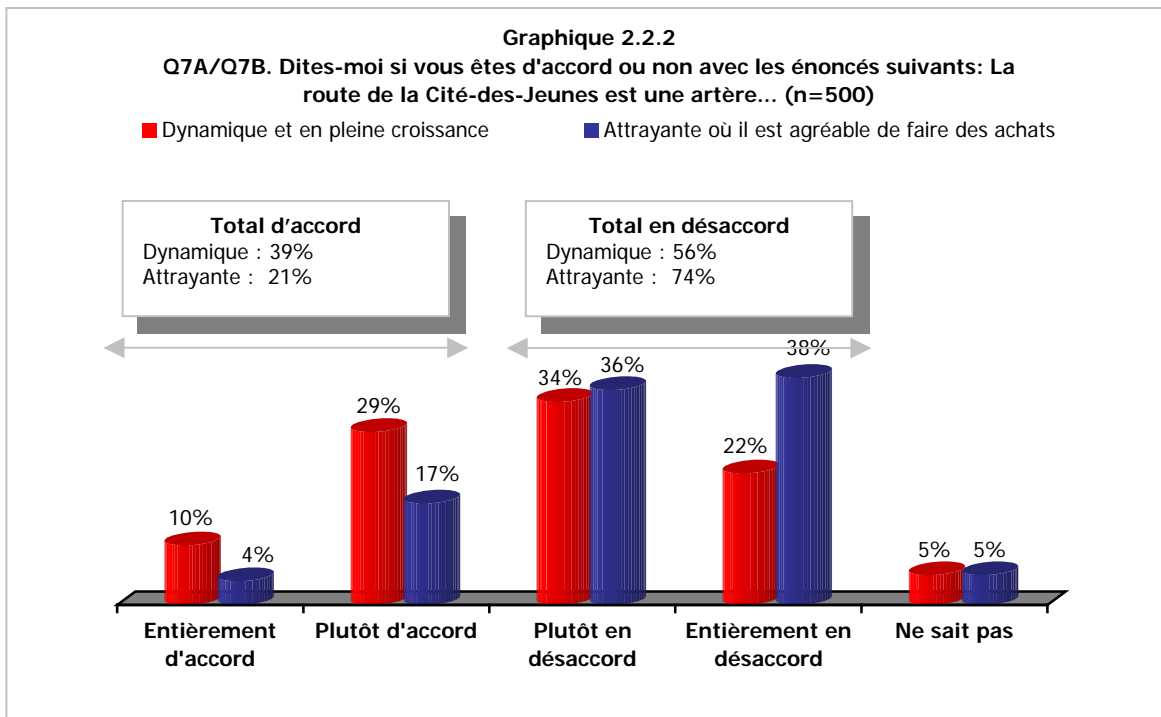
Tableau 2.2.1
Degré d'accord sur les énoncés suivants...
-au total et par districts-

Q6A. Le Chemin Sainte-Angélique est une artère commerciale DYNAMIQUE et en pleine croissance ?							
	TOTAL (n=500)	Districts					
		1 (n=68)	2 (n=70)	3 (n=101)	4 (n=94)	5 (n=83)	6 (n=84)
Total d'accord	70%	61%	62%	77%	68%	72%	73%
• Entièrement d'accord	21%	16%	19%	20%	23%	25%	18%
• Plutôt en accord	49%	45%	43%	57%	45%	47%	55%
Total désaccord	30%	38%	36%	23%	29%	27%	26%
• Plutôt en désaccord	22%	25%	22%	16%	26%	21%	20%
• Entièrement en désaccord	8%	13%	14% ↑	7%	3%	6%	6%
Q6B. Le Chemin Sainte-Angélique est une artère commerciale ATTRAYANTE où il est agréable de faire ses achats ?							
Total d'accord	65%	62%	60%	68%	64%	61%	73%
• Entièrement d'accord	20%	17%	15%	17%	24%	17%	27%
• Plutôt en accord	45%	45%	45%	51%	40%	44%	46%
Total désaccord	35%	38%	41%	31%	34%	39%	27%
• Plutôt en désaccord	24%	19%	25%	23%	26%	30%	21%
• Entièrement en désaccord	11%	19% ↑	16%	8%	8%	9%	6%

Note : Les différences significatives sont indiquées par le symbole ↑ si elles sont supérieures et ↓ si elles sont inférieures.

2.2.2 Route de la Cité-des-Jeunes

- En ce qui concerne la Route de la Cité des Jeunes, en se basant sur l'opinion de la majorité des personnes interrogées (56%), cette voie n'est pas perçue comme une artère commerciale dynamique et en pleine croissance. C'est une proportion de 39% qui est d'accord pour dire que la Route de la Cité des Jeunes est une artère commerciale dynamique et en pleine croissance.
 - Un Lazarois sur cinq (21%) est d'avis que la Route de la Cité des jeunes est une artère commerciale attrayante où il est agréable de faire des achats. Par contre, 74% de la population sondée ne partage pas cette perception.
- Il est à noter que les résidents du district 4 sont proportionnellement plus nombreux à être d'accord avec l'énoncé selon lequel la Route de la Cité des jeunes est une artère commerciale dynamique et en pleine croissance (49%).



Les répondants qui présentent le profil suivant sont significativement plus nombreux à être D'ACCORD pour dire que la Route de la Cité des Jeunes est une artère commerciale...

... dynamique et en pleine croissance
39%
<ul style="list-style-type: none"> Âgés de 55 ans et plus (49%) Francophones (47%) Habitent le district 4 (49%) Demeurent à Saint-Lazare depuis plus de 20 ans (54%) Une seule personne dans le ménage (56%) Revenu familial annuel inférieur à 40 000 \$ (57%) ou entre 40 000 \$ et 59 999 \$ (51%) Travaillent ou étudient dans la région de Vaudreuil-Soulanges ou à Valleyfield (52%)

... attrayante où il est agréable de faire des achats
21%
<ul style="list-style-type: none"> Âgés de 55 ans et plus (32%) Demeurent à Saint-Lazare depuis plus de 20 ans (34%) Une seule personne dans le ménage (46%) Revenu annuel inférieur à 40 000 \$ (43%) Travaillent ou étudient au centre-ville de Montréal (32%)

Tableau 2.2.1
Degré d'accord sur les énoncés suivants...
-au total et par districts-

Q7A. La Route de la Cité-des-Jeunes est une artère commerciale DYNAMIQUE et en pleine croissance ?

	TOTAL (n=500)	Districts					
		1 (n=68)	2 (n=70)	3 (n=101)	4 (n=94)	5 (n=83)	6 (n=84)
Total d'accord	39%	27% ↓	34%	45%	49% ↑	39%	38%
• Entièrement d'accord	10%	7%	13%	12%	11%	11%	8%
• Plutôt d'accord	29%	20%	21%	33%	38%	28%	30%
Total désaccord	56%	62%	64%	55%	50%	57%	55%
• Plutôt en désaccord	34%	30%	32%	41%	41%	34%	28%
• Entièrement en désaccord	22%	32% ↑	32% ↑	14% ↓	9% ↓	23%	27%
Ne sait pas	4%	11% ↑	3%	0% ↓	1%	5%	7%

Q7B. La Route de la Cité-des-Jeunes est une artère commerciale ATTRAYANTE où il est agréable de faire ses achats ?

Total d'accord	21%	16%	21%	23%	28%	20%	20%
• Entièrement d'accord	4%	3%	3%	2%	4%	7%	5%
• Plutôt d'accord	17%	13%	18%	21%	24%	13%	15%
Total désaccord	74%	73%	74%	87%	71%	73%	74%
• Plutôt en désaccord	36%	22% ↓	33%	49% ↑	39%	38%	30%
• Entièrement en désaccord	38%	51% ↑	41%	28% ↓	32%	35%	44%
Ne sait pas	5%	12% ↑	6%	0% ↓	1%	6%	7%

Note : Les différences significatives sont indiquées par le symbole ↑ si elles sont supérieures et ↓ si elles sont inférieures.

3. Habitudes de fréquentations des commerces

3.1 Commerces les plus fréquentés à Saint-Lazare

- Parmi les établissements commerciaux ou de services les plus fréquentés à Saint-Lazare par la population locale, la **Société des alcools du Québec** arrive en tête avec **78%** des personnes interrogées qui affirment que, habituellement, lorsqu'elles souhaitent faire des achats dans une SAQ, elles le font dans leur ville.
- Viennent ensuite la **quincaillerie** (59%) et le **fleuriste** (59%), le **nettoyeur** (54%), le **garagiste** (43%), le **salon de coiffure, d'esthétique ou de bronzage** (43%), **l'institution financière** (43%) et les **professionnels de la santé** tels que médecins et dentistes (38%).
- À l'inverse, les types de commerces à Saint-Lazare qui sont fréquentés par les plus faibles proportions de Lazarois sont les boutiques de sport (5%), de chaussures (2%), de vêtements (1%).

Le tableau présenté à la page suivante dresse la liste des commerces et services de la ville en fonction du degré de fréquentation par la population locale, au global et selon les différents districts.

- Soulignons que, de manière générale, les résidents des **districts 4 et 5** semblent plus portés à faire affaire avec les commerces et services locaux. Ainsi, ils sont significativement plus nombreux à choisir Saint-Lazare pour faire leurs achats à la SAQ (97% et 88%, respectivement), chez le fleuriste (85% et 71%), à la quincaillerie (77% et 75%), pour leurs services de nettoyeur (68% et 75%) et leur institution financière (59% et 58%).
- En contrepartie, ceux qui habitent les **districts 1 et 2** semblent avoir moins tendance à privilégier les commerces ou services de Saint-Lazare, notamment en ce qui a trait à la SAQ (55% et 60%, respectivement), le fleuriste (29% et 43%), la quincaillerie (38% et 43%), le salon de coiffure, d'esthétique ou de bronzage (26% et 33%) et les institutions financières (12% et 28%).

Tableau 3.2 Fréquentation des types de commerces et services à Saint-Lazare

	TOTAL (n=500)	Districts					
		1 (n=68)	2 (n=70)	3 (n=101)	4 (n=94)	5 (n=83)	6 (n=84)
• Société des alcools (SAQ)	78%	55% ↓	60% ↓	80%	97% ↑	88% ↑	79%
• Fleuriste	59%	29% ↓	43% ↓	64%	85% ↑	71% ↑	54%
• Quincaillerie	59%	38% ↓	43% ↓	62%	77% ↑	75% ↑	54%
• Nettoyeur	54%	34% ↓	48%	45% ↓	68% ↑	75% ↑	50%
• Garagiste	43%	24% ↓	39%	42%	52%	58% ↑	37%
• Salon de coiffure / Esthétique / Salon de bronzage	43%	26% ↓	33% ↓	58% ↑	57% ↑	43%	38%
• Institution financière (banque, caisse)	43%	12% ↓	28% ↓	51%	59% ↑	58% ↑	38%
• Professionnels de la santé (médecin, dentiste, etc.)	38%	23% ↓	33%	29% ↓	44%	50% ↑	43%
• Épiceries spécialisées (boulangerie, charcuterie)	29%	15% ↓	21%	39% ↑	31%	38% ↑	24%
• Animalerie	28%	24%	24%	23%	36%	24%	36%
• Magasin de photos (photographe)	23%	6% ↓	17%	27%	26%	35% ↑	22%
• Magasin de meubles et d'appareils ménagers	22%	18%	16%	20%	31% ↑	30%	16%
• Restaurant autre qu'un « fast food »	16%	12%	9%	16%	18%	22%	15%
• Services professionnels (notaire, comptable, avocat, etc.)	16%	8%	16%	13%	23% ↑	16%	17%
• Lieu pour vous divertir	16%	18%	15%	13%	19%	17%	16%
• Lunetterie	15%	13%	5% ↓	15%	17%	25% ↑	10%
• Café bistro	13%	17%	9%	4% ↓	14%	16%	17%
• Cordonnerie	13%	4% ↓	19%	6% ↓	21% ↑	13%	13%
• Magasin d'accessoires pour résidence/décoration	12%	6%	11%	10%	18% ↑	15%	11%
• Centre de conditionnement physique	8%	10%	11%	3%	8%	8%	7%
• Concessionnaire de voitures usagées	8%	5%	3%	5%	13% ↑	10%	10%
• Magasin de musique et revues	6%	6%	4%	5%	6%	14% ↑	2% ↓
• Boutiques cadeaux	6%	3%	4%	5%	4%	11% ↑	6%
• Antiquaire	4%	6%	4%	0% ↓	6%	6%	3%
• Boutique de sports	3%	3%	4%	2%	0%	8% ↑	1%
• Boutique de chaussures	2%	0%	1%	0%	2%	6% ↑	2%
• Boutique de vêtements	1%	0%	2%	0%	2%	0%	1%

Note : Les différences significatives sont indiquées par le symbole ↑ si elles sont supérieures et ↓ si elles sont inférieures.

3.2 Commerces les plus fréquentés ailleurs qu'à Saint-Lazare

- Si on considère les types de commerces et services que les Lazarois fréquentent ailleurs qu'à Saint-Lazare, on constate que pour les achats de **vêtements** (42%), de **chaussures** (42%), de **cadeaux** (31%), **d'accessoires de décoration** (31%) et **d'articles de sport** (31%), les répondants choisissent surtout d'aller dans les boutiques de **Pointe-Claire**.
- **Pointe-Claire** est également la ville où se rendent surtout les Lazarois pour effectuer leurs achats dans des **magasins de musique** (29%) et les **lunetteries** (20%).
- **Vaudreuil-Dorion** apparaît comme une destination importante pour faire des achats ou transactions dans plusieurs catégories de commerces et services. Les résidents de Saint-Lazare s'y rendent principalement pour les **épiceries spécialisées** (32%), les **restaurants** autres que de restauration rapide (19%), les **services professionnels** tels que notaire, comptable, avocat, etc. (24%), les **cordonneries** (18%) et les **centres de conditionnement physique** (13%).
- Nous remarquons que, concernant les catégories de commerces et services qui sont **les plus fréquentés à Saint-Lazare** (fleuriste, quincaillerie, nettoyeur, etc.), les répondants qui ne fréquentent pas ces établissements à Saint-Lazare iront faire leurs achats ou transactions dans la région immédiate, surtout à **Vaudreuil-Dorion** ou à **Hudson**. À l'inverse, les types de commerces et services qui sont relativement **moins fréquentés à Saint-Lazare**, comme les boutiques de vêtements, de chaussures ou de sport, sont ceux pour lesquels les Lazarois sont plus portés à faire leurs achats à **Pointe-Claire** ou **Montréal-Ouest**.
- Par ailleurs, il faut préciser que les questions relatives à plusieurs catégories de commerces ou services, ne s'appliquaient pas à tous. Par exemple, 59% des répondants ne fréquentent pas de concessionnaires de voitures usagées, 54% ne sont pas inscrits à un centre de conditionnement physique et 40% ne vont jamais dans des cafés bistro. À cet effet, on remarque que 59% des répondants ne font jamais affaire avec des antiquaires, mais 31% des Lazarois vont à Hudson lorsqu'ils souhaitent en visiter un.

Le tableau de la page suivante présente les résultats de façon détaillée.

Tableau 3.2 Fréquentation des types de commerces et services à Saint-Lazare et ailleurs

	St-Lazare	Vaudreuil-Soulanges				Île de Montréal					Autre localité			Sans objet / NAP
		Hudson	Vaud. - Dorion	Ile Perrot	Pincourt	Centre-ville	Pointe-Claire	Mtl-O.	Kirkland	Autre	Salab. de Valleyfield	Laval	Autre	
Société des alcools (SAQ)	78%	6%	5%	-	-	1%	2%	1%	-	-	-	-	2%	5%
Fleuriste	59%	6%	11%	1%	1%	1%	5%	3%	-	1%	-	-	2%	10%
Quincaillerie	59%	4%	12%	1%	1%	-	14%	7%	1%	-	-	-	-	1%
Nettoyeur	54%	6%	13%	1%	-	1%	2%	3%	1%	-	1%	-	2%	14%
Garagiste	43%	5%	15%	7%	1%	2%	3%	4%	1%	1%	2%	1%	8%	7%
Salon de coiffure / Esthétique / Salon de bronzage	43%	12%	11%	1%	2%	3%	3%	4%	3%	1%	1%	1%	2%	11%
Institution financière (banque, caisse)	43%	8%	14%	2%	1%	4%	7%	6%	5%	1%	1%	-	6%	1%
Professionnels de la santé (médecins, dentistes,...)	38%	12%	17%	2%	4%	5%	5%	6%	4%	1%	2%	1%	5%	1%
Épiceries spécialisées (boulangerie, charcuterie)	29%	4%	32%	1%	1%	3%	8%	8%	2%	-	-	-	2%	11%
Animalerie	28%	4%	11%	2%	6%	-	9%	4%	2%	-	1%	-	1%	33%
Magasin de photos (photographe)	23%	4%	14%	2%	6%	2%	12%	10%	5%	-	1%	-	1%	20%
Magasin de meubles et d'appareils ménagers	22%	1%	7%	-	-	1%	22%	20%	11%	1%	2%	1%	5%	7%
Restaurant autre qu'un <i>fast food</i>	16%	17%	19%	-	-	11%	9%	11%	2%	2%	1%	-	5%	6%
Services professionnels (notaire, comptable, avocat)	16%	5%	24%	3%	1%	8%	3%	7%	2%	2%	2%	1%	10%	18%
Lieu pour se divertir	16%	3%	13%	-	1%	20%	7%	13%	12%	2%	1%	1%	5%	4%
Lunetterie	15%	6%	15%	3%	4%	3%	20%	12%	1%	1%	2%	-	5%	13%
Café bistro	13%	7%	10%	-	-	11%	5%	6%	-	1%	-	-	5%	40%
Cordonnerie	13%	1%	18%	2%	5%	2%	10%	7%	3%	-	1%	1%	2%	34%
Magasin d'accessoires pour résidence/décoration	12%	6%	7%	2%	4%	4%	31%	16%	3%	1%	1%	1%	1%	11%
Centre de conditionnement physique	8%	7%	13%	4%	3%	2%	3%	2%	1%	-	1%	-	2%	54%
Concessionnaire de voitures usagées	8%	2%	7%	7%	-	1%	1%	4%	-	-	5%	1%	5%	59%
Magasin de musique et revues	6%	2%	4%	2%	8%	9%	29%	12%	2%	2%	2%	1%	2%	19%
Boutiques cadeaux	6%	15%	8%	2%	14%	4%	31%	10%	3%	1%	1%	-	-	4%
Antiquaire	4%	31%	1%	-	-	2%	-	1%	-	-	-	-	1%	57%
Boutique de sports	3%	2%	8%	3%	9%	4%	30%	16%	4%	-	2%	1%	2%	15%
Boutique de chaussures	2%	-	4%	2%	13%	6%	42%	17%	4%	1%	2%	1%	2%	2%
Boutique de vêtements	1%	4%	3%	2%	13%	6%	42%	17%	5%	1%	3%	2%	1%	1%

Note : Lecture du tableau à l'horizontale. Pour chaque catégorie de commerces ou services, les valeurs dominantes sont indiquées en caractères gras et la valeur prédominante est encerclée.

4. L'offre commerciale potentielle de Saint-Lazare

4.1 Augmentation du nombre de commerces

- Plus des deux tiers des Lazarois (69%) souhaiteraient une augmentation du nombre de commerces de biens et services dans leur ville et même, parmi eux, 28% verraient d'un bon œil qu'il y en ait beaucoup plus. En revanche, 31% de la population n'est pas en faveur d'une telle croissance de la fonction commerciale de Saint-Lazare.

→ En ce qui concerne la perception d'une éventuelle augmentation des commerces à Saint-Lazare, nous observons que les répondants qui habitent le **district 4** sont significativement **moins nombreux** à souhaiter qu'il y ait **beaucoup plus de commerces** à Saint-Lazare.

☞ Nous remarquons de plus que les femmes ont plus tendance à souhaiter qu'il y ait plus de commerces de biens et services à Saint-Lazare (74% contre 63% chez les hommes)

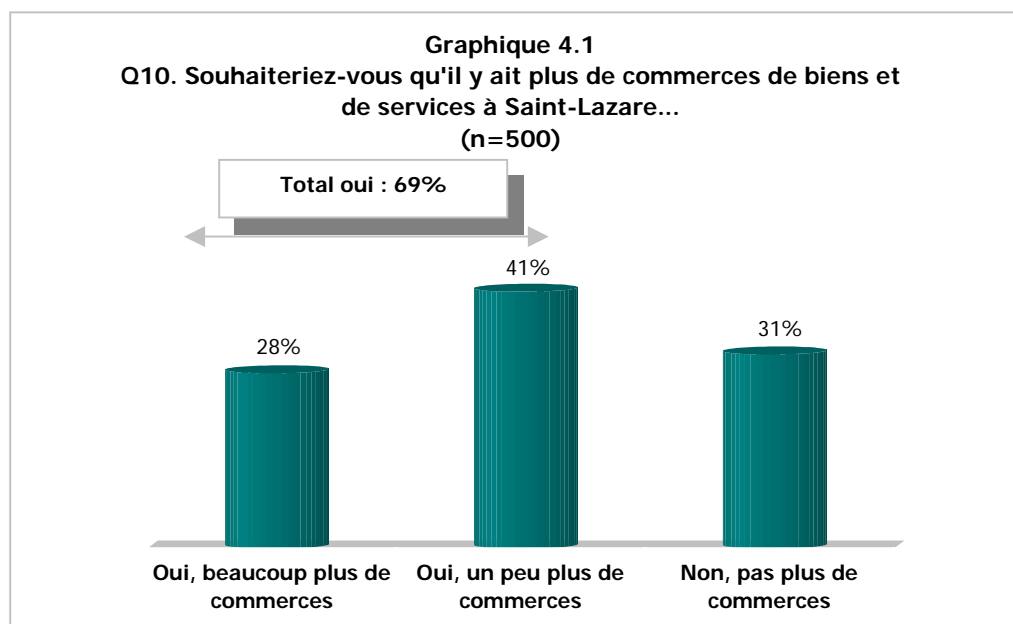


Tableau 4.1
Augmentation souhaitée du nombre de commerces à Saint-Lazare
-au total et par districts-

	TOTAL (n=500)	Districts					
		1 (n=68)	2 (n=70)	3 (n=101)	4 (n=94)	5 (n=83)	6 (n=84)
• Oui, beaucoup plus de commerces	28%	36%	26%	29%	19%↓	34%	27%
• Oui, un peu plus de commerces	40%	34%	36%	42%	43%	42%	43%
• Non, pas plus de commerces	31%	28%	37%	30%	38%	24%	30%

Note : Les différences significatives sont indiquées par le symbole ↑ si elles sont supérieures et ↓ si elles sont inférieures.

4.2 Types de commerces souhaités

- Spontanément, lorsqu'on leur demande quel est type de nouveaux commerces qu'ils souhaiteraient le plus voir s'implanter à Saint-Lazare, 29% des personnes interrogées mentionnent les boutiques de **vêtements et chaussures**, en tête des commerces souhaités.
- Au deuxième rang, les commerces reliés à la **restauration** sont souhaités par 19% de la population sondée, suivis par les établissements associés au **divertissement** (15%) tels que les magasins de sport (6%) et les centres sportifs privés (3%) ou publics (3%).

Le tableau suivant dresse, en ordre d'importance, la liste des types de commerces souhaités par la population. Celui de la page suivante présente les résultats au global et selon les districts.

Tableau 4.2	
Q11A. Quel type de nouveaux commerces aimeriez-vous LE PLUS voir ouvrir à Saint-Lazare ? Y en a-t-il un autre ? (2 mentions possibles)	
(n=500)	
Chaussures et vêtements	29%
• Boutiques de vêtements (en général, sans précision)	26%
• Boutiques de chaussures	8%
• Boutiques de vêtements pour enfants	2%
Restauration	19%
• Des restaurants	14%
• Tim Hortons	4%
• Cafés / bistro	3%
Divertissement	15%
• Magasins de sports / magasins d'articles de sport	6%
• Centre de conditionnement physique / un gym / installations sportives privées	3%
• Aréna / piscine / installations sportives publiques	3%
• Boutiques de musique / de disques	2%
• Cinéma	2%
• Librairies	1%
• Club vidéo	1%
Utilités / services	15%
• Des quincailleries / centre de rénovation	7%
• Boutiques cadeaux	2%
• Boutiques d'accessoires de décoration	2%
• Banques	2%
• Pharmacies	2%
Alimentation	11%
• Épicerie fines/alimentation spécialisée incluant magasin d'aliments biologiques, fruiteries, poissonneries, fromageries	5%
• Boulangeries / pâtisseries	4%
• Charcuteries / boucheries	2%
• Épicerie / marché d'alimentation	1%
Général	10%
• Magasins à grande surface	6%
• Centre commercial	2%
• Petites boutiques spécialisées	2%
Aucun en particulier	4%
Autres (Moins de 1% des mentions)	9%
Ne sait pas	15%
Refus	1%

Note : Le répondant ayant la possibilité de mentionner plus d'un type de commerce, le total peut excéder 100% ; de plus, le total des mentions à l'intérieur d'un groupe peut excéder le total du regroupement, le répondant ayant la possibilité de mentionner deux types de commerces du même groupe.

- En ce qui a trait aux commerces associés aux utilités et services, tels que quincailleries, boutiques de décoration ou boutiques de cadeaux, les résidents des districts 1 (24%) et 2 (26%) ont davantage tendance à souhaiter de nouveaux commerces de cette catégorie. À l'inverse, ceux des districts 3 (8%) et 4 (6%) sont proportionnellement moins nombreux à souhaiter ces types de commerces.

Tableau 4.2
Q11A. Quel type de nouveaux commerces aimeriez-vous LE PLUS
voir ouvrir à Saint-Lazare ? Y en a-t-il un autre ? (2 mentions possibles)

	TOTAL (n=500)	Districts					
		1 (n=68)	2 (n=70)	3 (n=101)	4 (n=94)	5 (n=83)	6 (n=84)
• Chaussures et vêtements	29%	26%	24%	32%	32%	33%	26%
• Restauration	19%	13%	16%	21%	22%	21%	20%
• Divertissement	15%	15%	13%	15%	17%	19%	12%
• Utilités et services	15%	24%↑	26%↑	8%↓	6%↓	13%	13%
• Alimentation	11%	8%	15%	9%	9%	9%	13%
• Général	10%	9%	9%	9%	12%	8%	13%
• Aucun en particulier	4%	8%	4%	4%	2%	2%	6%
• Autres (Moins de 1% des mentions)	9%	10%	11%	5%	11%	5%	11%
• Ne sait pas	15%	15%	13%	15%	12%	21%	13%
• Refus	1%	0%	3%↑	0%	1%	0%	0%

Note : Les différences significatives sont indiquées par le symbole ↑ si elles sont supérieures et ↓ si elles sont inférieures.

4.3 Types de commerces non désirés

- Les résultats semblent indiquer que les Lazarois tiennent à l'intégrité de leur environnement et du paysage villageois. Les magasins à grande surface, grosses chaînes commerciales ou grosses bannières occupent le premier rang des commerces non désirés, mentionnés par 16% des répondants.
 - Viennent ensuite les bars, tavernes, discothèques, clubs de nuit (11%) et les établissements de restauration rapide (9%), les bars de danseuses (6%), les concessionnaires d'automobiles et de motos (5%) et les centres commerciaux (5%). Les autres types de commerces figurant parmi les indésirables sont mentionnés par de plus faibles proportions de répondants.
 - Il est à souligner que 33% des personnes interrogées n'étaient pas en mesure de préciser quel type de nouveaux commerces ils n'aimeraient pas voir ouvrir à Saint-Lazare.
- Notons que les résidents du district 1 sont significativement plus nombreux à affirmer qu'ils n'apprécieraient pas l'implantation de nouveaux bars, tavernes ou discothèques (22%), ni de bars de danseuses (12%). Par contre, ceux qui demeurent dans le district 3 sont moins portés à dire qu'ils n'aimeraient pas voir de nouveaux bars, tavernes ou discothèques ouvrir à Saint-Lazare (5%).

Tableau 4.3
Q11B. Quel type de nouveaux commerces N'AIMERIEZ-VOUS PAS voir ouvrir à Saint-Lazare ? Y en a-t-il un autre ? (2 mentions possibles)

	TOTAL (n=500)	Districts					
		1 (n=68)	2 (n=70)	3 (n=101)	4 (n=94)	5 (n=83)	6 (n=84)
Magasins à grande surface, grosses chaînes	16%	17%	13%	14%	16%	14%	21%
Bars, tavernes, discothèques...	11%	22%↑	7%	5%↓	12%	11%	14%
Restauration rapide	9%	5%	12%	5%	8%	11%	11%
Bars de danseuses	6%	12%↑	7%	4%	6%	3%	3%
Concessionnaires d'automobiles, de motos	6%	9%	5%	5%	2%	7%	5%
Centres commerciaux	5%	2%	5%	8%	2%	10%	5%
Casinos, maisons de jeu, salles de billard	3%	2%	5%	2%%	7%↑	1%	3%
Sex-shop	2%	3%	2%	3%	1%	0%	3%
Entreprises polluantes (bruit, air,...)	2%	2%	3%	3%	2%	0%	1%
Salons de coiffure	1%	0%	1%	1%	0%	0%	2%
Autre (moins de 1% de mention)	12%	10%	16%	15%	10%	11%	13%
Aucun en particulier	4%	4%	4%	4%	1%	6%	3%
Ne sait pas	33%	29%	30%	39%	39%	35%	27%
Refus	1%	1%	0%	0%	0%	2%	2%

Note : Les différences significatives sont indiquées par le symbole ↑ si elles sont supérieures et ↓ si elles sont inférieures.

4.4 Identification des incitatifs à acheter à Saint-Lazare

- Les incitatifs à fréquenter les établissements commerciaux de Saint-Lazare pour y faire des achats gravitent principalement autour de l'augmentation et la diversité de l'offre commerciale à Saint-Lazare. Que ce soit sur le plan de la variété ou sur celui du nombre des boutiques et commerces établis à Saint-Lazare, 26% des répondants souhaiteraient des améliorations à cet effet.
- De plus, une optimisation des conditions routières et de circulation apparaît comme un important incitatif à magasiner à Saint-Lazare (16%). La population serait davantage disposée à faire affaire avec les commerces locaux si la circulation routière se conformait aux exigences d'une vocation plus commerciale.
- Précisons que 21% des personnes interrogées ne voient rien en particulier qui puisse être amélioré en vue de les inciter à fréquenter davantage les commerces de Saint-Lazare.

Tableau 4.4
Q12. Que pourrait-on faire ou améliorer pour inciter à fréquenter davantage les établissements commerciaux de Saint-Lazare ? (2 mentions possibles)

	TOTAL (n=500)	Districts					
		1 (n=68)	2 (n=70)	3 (n=101)	4 (n=94)	5 (n=83)	6 (n=84)
Qualités de l'offre commerciale	26%	22%	22%	26%	31%	24%	27%
• Plus de variété / plus de choix de boutiques	14%	16%	13%	11%	17%	12%	15%
• Plus de boutiques/commerces	5%	3%	7%	3%	4%	5%	6%
• Plus de magasins de vêtements	2%	1%	0%	4%	3%	2%	2%
• Plus de magasins à rayons / plus de magasins à grande surface	2%	2%	0%	3%	2%	5%	2%
• Plus de restaurants / plus de terrasses	1%	1%	1%	2%	3%	0%	2%
• Agrandir les magasins / les commerces / les boutiques / le centre d'achats	1%	0%	0%	3%↑	2%	0%	0%
Circulation et sécurité	16%	17%	16%	13%	26%	14%	10%
• Améliorer la circulation routière en général	11%	13%	14%	9%	16%	10%	7%
• Améliorer l'état des routes	3%	4%	2%	3%	4%	4%	3%
• Plus de trottoirs	1%	0%	0%	0%	6%↑	0%	0%
Communications	7%	6%	3%	10%	5%	6%	9%
• Plus de publicité	6%	6%	3%	9%	4%	6%	8%
• Avoir un bottin commercial régional	1%	0%	0%	1%	1%	0%	1%
Autres suggestions	19%	23%	19%	18%	11%	20%	23%
• Baisser les prix / meilleurs prix / plus de promotions	11%	12%	7%	12%	5%	15%	14%
• Rajeunir la ville / rajeunir les lieux / rendre la ville plus belle, plus attrayante	6%	7%	9%	6%	4%	3%	5%
• Étendre les heures d'ouvertures / repousser les heures de fermeture des commerces	2%	3%	3%	0%	2%	2%	4%
Autre (moins de 1% de mentions)	9%	10%	11%	8%	2%	16%	5%
Rien en particulier	21%	18%	26%	20%	21%	19%	23%
Ne sait pas	3%	3%	4%	5%	5%	2%	2%

Note 1 : Le répondant ayant la possibilité de donner plus d'une réponse, le total peut excéder 100% ; de plus, le total des mentions à l'intérieur d'un groupe peut excéder le total du regroupement, le répondant ayant la possibilité de mentionner deux types de commerces du même groupe.

Note 2 : Les différences significatives sont indiquées par le symbole ↑ si elles sont supérieures et ↓ si elles sont inférieures.

Profil des répondants

Profil des répondants							
	TOTAL (n=500)	Districts					
		1 (n=68)	2 (n=70)	3 (n=101)	4 (n=94)	5 (n=83)	6 (n=84)
Sexe							
▪ Homme	49%	56%	54%	42%	45%	57%	44%
▪ Femme	51%	44%	46%	58%	55%	43%	56%
Age							
▪ 18-24 ans	9%	5%	0%↓	14%↑	11%	17%↑	4%
▪ 25-34 ans	12%	6%		11%	16%	17%	12%
▪ 35-44 ans	39%	35%	48%	40%	40%	30%	40%
▪ 45-54 ans	23%	31%	27%	20%	15%	19%	29%
▪ 55-64 ans	10%	17%	15%	10%	8%	7%	9%
▪ 65-74 ans	4%	6%	0%	1%	5%	11%↑	1%
▪ 75 ans et plus	2%	0%	4%	3%	3%	0%	4%
Temps de résidence à St-Lazare							
▪ 5 ans et moins	29%	15%↓	29%	22%	33%	28%	43%↑
▪ 6-10 ans	22%	26%	19%	20%	23%	30%	18%
▪ 11-20 ans	32%	39%	30%	44%↑	27%	23%↓	31%
▪ Plus de 20 ans	17%	20%	12%	15%	17%	20%	9%↓
Langue							
▪ Français	55%	25%↓	40%↓	82%↑	66%↑	67%↑	40%↓
▪ Anglais	43%	73%↑	58%↑	16%↓	34%↓	32%↓	57%↑
▪ Autre	2%	1%	2%	1%	1%	1%	3%
Emploi							
▪ Temps plein	65%	68%	64%	70%	65%	61%	64%
▪ Temps partiel	12%	11%	9%	10%	15%	13%	12%
▪ Recherche d'emploi	1%	1%	2%	1%	1%	0%	1%
▪ Au foyer	7%	9%	10%	7%	3%	6%	7%
▪ Étudiant	2%	0%	0%	4%	4%	3%	0%
▪ Retraité	13%	11%	15%	8%	12%	16%	14%
Travailleur autonome *							
▪ Oui	29%	26%	31%	24%	24%	23%	45%↑
▪ Non	71%	74%	69%	76%	76%	77%	55%↓
Lieu de travail ou d'études * *							
▪ Saint-Lazare	26%	27%	27%	26%	22%	17%	36%
▪ Vaudreuil-Soulanges / Valleyfield	20%	19%	9%↓	24%	23%	35%↑	8%↓
▪ Montréal centre-ville	17%	23%	21%	19%	21%	10%	11%
▪ Ouest de l'île de Montréal	37%	31%	44%	31%	33%	38%	45%
Nombre de personnes dans le ménage							
▪ Une seule	7%	5%	4%	5%	12%	5%	11%
▪ 2	24%	26%	17%	30%	22%	21%	27%
▪ 3	19%	25%	22%	7%↓	21%	27%↑	13%
▪ 4	34%	22%↓	42%	37%	34%	32%	33%
▪ 5 et plus	16%	22%	15%	19%	10%	15%	16%
Enfants de moins de 18 ans							
▪ Oui	54%	48%	68%↑	50%	52%	48%	55%
▪ Non	46%	52%	32%↓	49%	48%	52%	45%
Revenu							
▪ 19 999\$ et moins	3%	1%	4%	3%	7%↑	1%	3%
▪ entre 20 000\$ et 39 999\$	9%	4%	5%	8%	13%	10%	11%
▪ entre 40 000\$ et 59 999\$	13%	7%	8%	24%↑	18%	11%	8%
▪ entre 60 000\$ et 79 999\$	14%	10%	14%	13%	14%	19%	12%
▪ entre 80 000\$ et 99 999\$	11%	10%	9%	16%	8%	11%	14%
▪ 100 000\$ et plus	28%	38%	41%↑	13%↓	27%	27%	28%

* : Pourcentage à partir des 371 répondants qui travaillent à temps plein ou à temps partiel.

* * : Pourcentage à partir de 351 répondants qui travaillent, à temps plein ou à temps partiel ou qui étudient.

Note : Les différences significatives sont indiquées par le symbole ↑ si elles sont supérieures et ↓ si elles sont inférieures.