



En savoir  pour offrir encore  plus



Résultats de l'enquête de novembre 2010 auprès des clients PMS

Objectifs : connaître les habitudes d'achats des clients et leurs souhaits en matière de nouveaux produits et services. 471 questionnaires clients collectés par 32 commerces PMS.

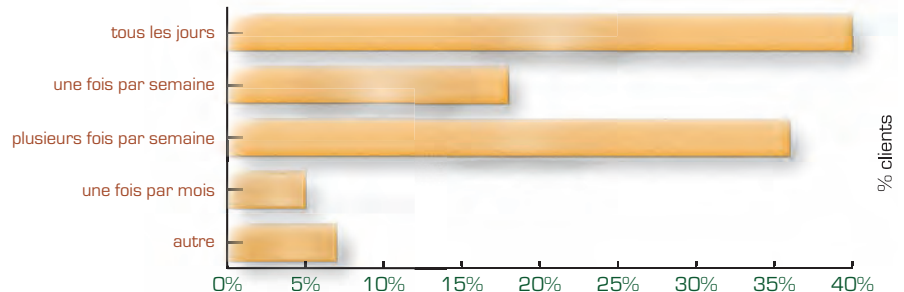
Des clients assidus au quotidien...

76%
viennent
plusieurs
fois par
semaine

Trois clients sur quatre fréquentent leur PMS plusieurs fois par semaine. **40% d'entre eux y vont même tous les jours.**

NB : les vacanciers et les touristes étaient peu représentés parmi les clients, la période d'enquête se situant au mois de novembre. Toutefois, la présence de cette clientèle, liée notamment aux résidences secondaires nombreuses dans les communes d'implantation des PMS, permet de renforcer la fréquentation de ces établissements sur l'année.

Les retraités, les agriculteurs et les demandeurs d'emploi ont tendance à venir tous les jours, les cadres/professions supérieures, les étudiants/élèves et professions libérales plusieurs fois par semaine.

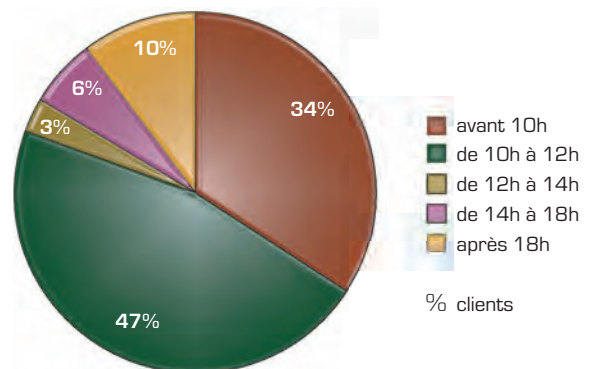


... plutôt matinaux...

80%
viennent
avant midi

C'est surtout en matinée que les clients réalisent leurs achats dans les PMS : **34% avant 10 heures et 47% entre 10 et 12 heures.**

Ce sont surtout les moins de 40 ans (43%) qui sont des clients tardifs (achats après 18 heures), ainsi que les étudiants/élèves (36%) et les professions libérales (33%).



... pour garnir leur panier.

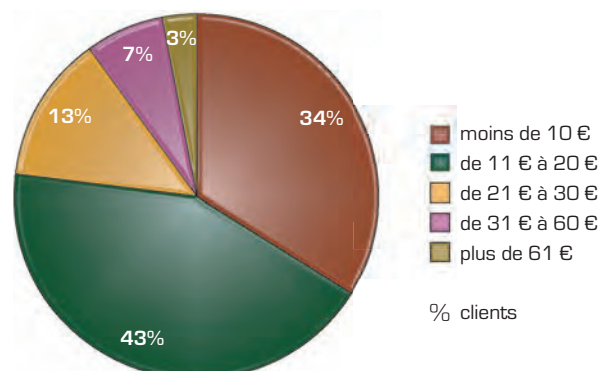
43%
dépendent
entre 11
et 20 €

Le montant moyen des achats est **inférieur à 10 € pour 34% des clients et compris entre 11 et 20 € pour 43%** d'entre eux.

Les clients les moins dépensiers (moins de 10 €) se situent dans les tranches d'âge de **moins de 40 ans**. C'est pour certains un achat plaisir avec leur argent de poche, pour d'autres un achat de dépannage, évitant d'aller dans une grande surface plus éloignée.

Les clients de plus de 40 ans dépensent en moyenne de 11 à 20 €. Ces montants plus élevés peuvent s'expliquer par le côté pratique et plaisant du PMS, «à côté de chez soi», sans avoir besoin de prendre son véhicule, et par une mobilité moindre et une absence de motorisation pour les plus âgés.

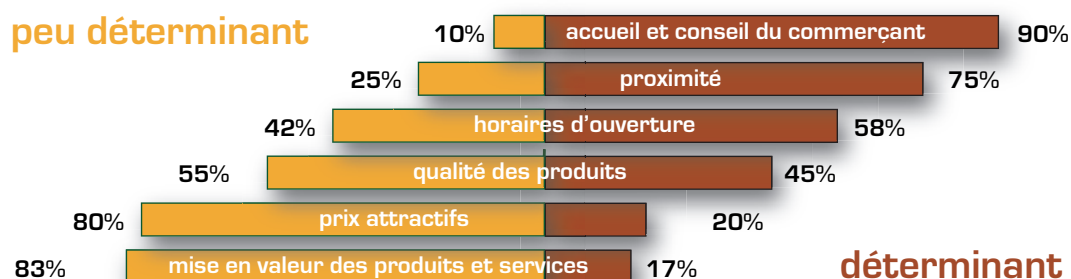
A noter que **31% des retraités et 30% des professions libérales dépensent plus de 21 euros.**



Des clients sensibles à l'accueil et à la proximité...

Le **facteur humain** joue un rôle déterminant dans la fréquentation des PMS.

83%
de
plébiscites



... en quête de fraîcheur, de loisirs et de proximité.

Trois clients sur quatre sont satisfaits de l'offre de leur PMS et ne mentionnent donc pas de besoins particuliers.

Toutefois, les clients ont fait part de suggestions et souhaiteraient trouver en priorité les produits et services suivants :

- ➔ **des produits frais**, tels que pain, légumes, fruits, fromage, viande, charcuterie, poisson... (25% des suggestions)
- ➔ **un point Poste** (15%)
- ➔ **un relais colis**, pour récupérer leurs commandes réalisées auprès de la vente par correspondance ou sur Internet (11%)
- ➔ **des journaux et magazines**, au moins la presse quotidienne (11%)
- ➔ **un point argent**, pour pallier l'absence de distributeurs de billets (6%)
- ➔ **des jeux de grattage** (5%)
- ➔ **des CD, DVD, jeux vidéo...** à la vente ou à la location (4%)
- ➔ **un service de développement de photos** (4%)...

74%
satisfaits





Chacun y trouve son compte...

Les moins de 18 ans

43% fréquentent le PMS tous les jours et plusieurs fois par semaine.

33% y vont entre 10 et 12 heures et après 18 heures.

85% dépensent moins de 10 euros.

Suggestions : fournitures scolaires, CD/DVD/jeux vidéo, développement photos, boissons

Les 18/29 ans

34% fréquentent le PMS une fois par semaine et 29% plusieurs fois par semaine.

45% y vont entre 10 et 12 heures et 27% après 18 heures.

50% dépensent moins de 10 euros.

Suggestions : films, journaux/magazines, développement photos, point Poste, relais colis, point argent

Les 30/39 ans

36% fréquentent le PMS tous les jours et 34% plusieurs fois par semaine.

44% y vont entre 10 et 12 heures, 31% avant 10 heures et 19% après 18 heures. 43% dépensent moins de 10 euros.

Suggestions : produits frais, point Poste, relais colis, point argent, revues, petits cadeaux, tabac, couture

Les 40/49 ans

37% fréquentent le PMS tous les jours et 30% plusieurs fois par semaine.

41% y vont entre 10 et 12 heures.

48% dépensent entre 11 et 20 euros.

Suggestions : produits locaux, boissons, point Poste, relais colis, point argent, films, presse/magazines, développement photos, jeux de grattage, gaz

Les 50/64 ans

45% fréquentent le PMS tous les jours et 36% plusieurs fois par semaine.

48% y vont entre 10 et 12 heures et 37% avant 10 heures.

47% dépensent entre 11 et 20 euros.

Suggestions : produits frais, boissons, point Poste, relais colis, point argent, jeux de grattage, films, magazines, développement photos, fleurs, gaz, articles de pêche

Les 65/75 ans

41% fréquentent le PMS plusieurs fois par semaine et 38% tous les jours.

46% y vont entre 10 et 12 heures et 41% avant 10 heures.

41% dépensent entre 11 et 20 euros.

Suggestions : produits frais, point Poste, point argent, jeux de grattage, fleurs, produits d'entretien

Les plus de 75 ans

51% fréquentent le PMS tous les jours.

52% y vont entre 10 et 12 heures et 43% avant 10 heures.

47% dépensent entre 11 et 20 euros.

Suggestions : produits frais, produits bio, produits sans sucre, point Poste, relais colis, journaux, point pharmacie, produits d'hygiène, fleurs

Le client type

- ✓ se rend tous les jours dans le PMS.
- ✓ y va entre 10 et 12 heures.
- ✓ dépense entre 11 et 20 euros.
- ✓ **plébiscite son commerce de proximité.**