



COMMUNE  
D'ICOGNE



COMMUNE  
DE LENS



COMMUNE  
DE CHERMIGNON



COMMUNE  
DE MONTANA



COMMUNE  
DE RANDOGNE



COMMUNE  
DE MOLLENS

# Etude de marché

## Rapport final

« *Achetez mieux en roulant moins* »



Etude de marché réalisée par :

Achoumi Mohamed  
Bruttin Samuel  
D'Urso Jennifer  
Godat Marco  
Savioz Frédéric

*Juillet 2002*

## **Plan d'Action Environnement et Santé**

« Achetez mieux en roulant moins »

Synthèse du rapport d'étude

### **Introduction**

Dans le cadre du Plan d'Action Environnement et Santé (PAES), une étude concernant les habitudes de consommation et les habitudes de déplacement des habitants des six communes de Crans-Montana-Aminona a été réalisée.

Dans le cadre du projet "Achetez mieux en roulant moins", cette étude a été menée en mai 2002 dans les principaux commerces de la région pilote. 195 personnes ont été interrogées, parmi lesquelles une majorité de femmes (68.2%). Une répartition proportionnelle à la population des six communes a été respectée dans la mesure du possible. La population a été interrogée autant dans les villages que sur le territoire de la station de Crans-Montana.

### **Habitudes de consommation**

A l'exception des villages ne disposant pas de point de vente, toutes les communes disposent d'un point de vente, la proximité des commerces est jugée satisfaisante, la moitié des personnes interrogées habitant à moins de 500 mètres du point de vente le plus proche. Une majorité des consommateurs fréquentent régulièrement (de 1 à plus de 3 fois par semaine) leur commerce de proximité. Ils s'y rendent autant pour des achats de dépannage que pour des achats de plus grande importance.

Les trois raisons principales qui poussent les consommateurs à effectuer leurs courses sur leur lieu de domicile sont la proximité, l'économie de temps et le soutien à l'économie locale. L'offre de produits valaisans, l'accueil et les heures d'ouverture n'ont pas été jugés déterminants.

Presque toutes les personnes interrogées (90%) effectuent leurs courses hors de leur lieu de domicile au moins une fois par semaine, surtout pour les courses principales du samedi. Sierre est alors le lieu privilégié, tandis que la station de Crans-Montana n'attire qu'un quart des sondés, notamment en raison de prix jugés trop élevés, d'un accueil à améliorer et d'une trop forte affluence en haute saison.

Un choix de produits plus important et la proximité du lieu de travail et d'autres services incitent les habitants de la région à effectuer leurs courses hors de leur lieu de domicile. En revanche, les commerces situés hors des villages ne semblent pas se démarquer par des prix plus attractifs et par une meilleure qualité.

Les personnes domiciliées en station effectuent plus régulièrement leurs courses sur leur lieu de domicile et pour des achats de plus grande importance que les habitants des villages.

### **Consommation de produits valaisans**

Seule une très faible proportion de la population ne consomme jamais de produits valaisans (2.6%). Tous les types de produits suscitent un grand intérêt. Toutefois, la consommation de vin est moins importante que celle des autres produits, certains consommateurs ayant jugé son prix trop élevé.

### **Consommation d'eau**

Trois quarts des habitants du Haut-Plateau consomment régulièrement de l'eau du robinet. Sa qualité est globalement jugée bonne. Toutefois, certains habitants de la station se sont plaints d'une qualité inférieure durant la haute saison. Une majorité des sondés ne connaît pas le prix de l'eau.

## **Mobilité**

Il ressort de l'étude que 80% des personnes interrogées possèdent un véhicule privé. Par conséquent, il n'est pas surprenant de constater que trois quarts de ces personnes utilisent leur voiture pour effectuer leurs achats malgré la proximité des points de vente. Ce fort pourcentage s'explique principalement par le fait que deux tiers des consommateurs combinent leurs achats avec d'autres activités (shopping, déplacement sur le lieu de travail, rendez-vous). Seule une faible proportion de la population se déplace à pied, essentiellement des personnes âgées.

Bien que les six communes de la région pilote soient correctement desservies par les transports publics (TP), les habitants de la région les délaissent. Ce manque d'intérêt pour les TP peut s'expliquer par un mode de vie favorisant la commodité et le gain de temps, par la combinaison des achats avec d'autres activités ainsi que par un prix des TP jugé trop élevé.

## **Conclusions et commentaires**

Les réflexions apportées par les sondés lors de l'étude permettent de dégager cinq problèmes principaux nécessitant des solutions.

Les résultats de l'étude soulignent l'importance du maintien des commerces de village, surtout pour les personnes âgées ou ne disposant pas de la mobilité nécessaire. Une partie de la population a heureusement conscience du rôle de service public des commerces de proximité et y effectue régulièrement ses courses afin de soutenir l'économie locale. Certains commerçants devraient également se montrer plus serviables et proposer un plus large éventail de produits et de services (traiteur et livraisons à domicile, par exemple).

Les produits valaisans remportent un franc succès, mais sont principalement consommés par habitude. Le prix de ces derniers est parfois jugé excessif en comparaison avec les produits importés. Bien que les consommateurs attachent de l'importance au soutien de la production valaisanne, beaucoup ignorent encore les spécificités des produits locaux (qualité nutritive, fraîcheur, saisonnalité, mode de production, environnement).

S'il semble difficile de résoudre le problème de la faible fréquentation des transports publics par une adaptation des prix, une nouvelle conception des tracés et des horaires est à envisager. Un important effort de sensibilisation doit être entrepris afin d'inciter la population de Crans-Montana-Aminona à davantage utiliser les TP.

Le manque de places de parc à proximité des commerces de la station durant la haute saison pose des problèmes de commodité pour les consommateurs. Des alternatives intéressantes, comme la circulation de bus-navettes gratuits, existent déjà, mais restent encore très méconnues du public. Ce service, qui nécessite quelques améliorations et une meilleure information auprès de la population, s'inscrit en parfaite complémentarité avec le projet de rues à priorité piétonne actuellement à l'étude. Ces solutions permettraient aux consommateurs d'effectuer leurs achats dans un environnement plus calme et moins pollué, tout en facilitant l'accès aux parkings, même les plus éloignés.

Certains habitants de la station relèvent également des différences entre la haute et la basse saison au niveau des prix pratiqués, de l'offre proposée ainsi que de l'accueil dans les commerces. Ils ont le sentiment que les commerçants de la station cherchent à séduire la clientèle touristique haut de gamme, mais négligent ceux qui habitent la station à l'année. Naturellement, ces remarques demandent à être vérifiées. Le cas échéant, une sensibilisation des commerçants à ce problème devrait être entreprise.

# Sommaire

<b>Introduction</b> .....	<b>Page 2</b>
<b>Méthodologie</b> .....	<b>Pages 2-3</b>
<b>Questions</b> .....	<b>Pages 3-4</b>
<b>Echantillon</b> .....	<b>Pages 4-6</b>
<b>Fréquence hebdomadaire des courses sur le lieu de domicile</b> .....	<b>Pages 6-8</b>
Types d'achats.....	Page 7
Raisons d'achats.....	Page 8
<b>Fréquence hebdomadaire moyenne hors du lieu de domicile</b> .....	<b>Pages 9-11</b>
Autres lieux d'achats.....	Page 10
Raisons d'achats.....	Page 11
<b>Habitudes de consommation</b> .....	<b>Pages 11-13</b>
Consommation de produits valaisans .....	Page 12
Raisons de consommer des produits valaisans.....	Page 12
Consommation d'eau .....	Page 13
Qualité de l'eau .....	Page 13
Prix de l'eau .....	Page 13
<b>Mobilité</b> .....	<b>Pages 14-15</b>
Proximité des points de vente .....	Page 14
Moyens de transport .....	Pages 14-15
<b>Conclusions et solutions possibles</b> .....	<b>Pages 15-16</b>
<b>Annexes</b> .....	<b>Annexes 1-2</b>
Questionnaire .....	Annexe 1
Tableaux croisés.....	Annexe 2

## **Introduction**

---

Dans le cadre de notre cours de Marketing, nous avons été mandatés par l'entreprise SEREC qui participe à l'élaboration du Plan d'Action Environnement et Santé (PAES), afin de réaliser une étude sur les habitudes de consommation et les habitudes de déplacement des habitants des six communes du Haut-Plateau.

L'Office Fédéral de la Santé Publique a signé, avec les six communes de Crans-Montana, un contrat qui stipule que la région pilote va mettre l'accent sur la mobilité et le bien-être. Le PAES comporte 14 projets distincts reliés pour la plupart à la santé et la qualité de l'environnement. L'action pour laquelle nous avons réalisé notre étude s'intitule « Achetez mieux en roulant moins ». C'est pourquoi nous avons établi un questionnaire que nous avons fait remplir aux habitants d'Icogne, de Lens, de Chermignon, de Montana, de Randogne et de Mollens.

Les objectifs de l'étude pour l'entreprise SEREC étaient les suivants :

- Déterminer le type de consommateurs sur lesquels axer la promotion du développement durable dans la région
- Etablir une liste d'arguments permettant de convaincre les consommateurs du bien-fondé d'une telle action

## **Méthodologie**

---

1. En premier lieu, nous avons réalisé une réflexion sur l'étude proprement dite afin de préparer une batterie de questions. Nous les avons, par la suite, soumises à M. Parvex lors d'une rencontre au Technopôle. Celui-ci a pu nous éclairer sur la ligne de conduite à adopter afin de mener cette étude à terme. Après discussion, nous avons conclu qu'il était plus adéquat de questionner les gens directement à proximité des commerces, afin d'obtenir un échantillon le plus représentatif possible.
2. Nous avons jugé préférable de ne poser que des questions fermées, afin de simplifier le traitement des données par SPSS (logiciel statistique). Néanmoins, pour certaines questions, les sondés avaient la possibilité de cocher plusieurs réponses. Cela permet une analyse et une interprétation plus fines des résultats obtenus.
3. Les personnes ont été interrogées de façon aléatoire sur le territoire des six communes, tout en respectant au mieux la proportionnalité de la population des communes et en veillant à questionner un nombre suffisant de personnes domiciliées en station. En règle générale, les gens ont été réceptifs et attentifs à nos questions. Toutefois, l'accueil était moins chaleureux en station que dans les villages.

4. Nous avons procédé à cette enquête grâce à la collaboration des magasins Coop de Crans, Montana et Lens, le Grand-Place de Crans, les magasins Vis-à-Vis de Lens, de Chermignon et de Mollens, ainsi que de l'épicerie d'Icogne. L'enquête a duré trois semaines et ce, du mardi au samedi.
5. A la fin de notre enquête, nous avons saisi les questionnaires sur SPSS afin de mettre en évidence les résultats pertinents. Par la suite, nous avons rédigé le rapport final accompagné d'analyses de tableaux croisés, de commentaires et de remarques de personnes sondées.

## Questions

---

Les questions posées s'articulent autour de deux thèmes principaux, les habitudes de consommation et la mobilité. Afin d'établir une répartition géographique, nous avons commencé par demander aux gens leur commune de domicile et s'ils habitaient ou non en station. Enfin, quelques données personnelles ont été demandées.

Les questions posées étaient les suivantes :

### Lieu de domicile

- Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?
- Etes-vous domicilié en station ?

### Habitudes de consommation

- A quelle fréquence hebdomadaire moyenne allez-vous faire vos courses sur votre lieu de domicile (ou en station si vous habitez en station?)
- Pour quel type d'achats ?
- Pour quelles raisons ?
- En moyenne, quel montant dépensez-vous lors d'un achat sur votre lieu de domicile (ou en station si vous habitez en station) ?
- A quelle fréquence hebdomadaire allez-vous faire vos courses hors de votre lieu de domicile (ou hors de la station si vous habitez en station) ?
- Parmi les propositions suivantes, où effectuez-vous vos achats le plus souvent?
- Et pour quelles raisons ?
- En moyenne, quel montant dépensez-vous lors d'un achat hors de votre lieu de domicile (ou hors de la station si vous habitez en station) ?
- Quels types de produits valaisans consommez-vous ?
- Pour quelles raisons consommez-vous des produits valaisans ?
- Buvez-vous de l'eau du robinet ?
- Comment jugez-vous sa qualité ?
- Comment jugez-vous son prix ?

## Mobilité

- A quelle distance de votre domicile se trouve le point de vente le plus proche ?
- Possédez-vous un véhicule privé ?
- Quel moyen de transport utilisez-vous le plus régulièrement pour effectuer vos achats ?
- Si vous utilisez un véhicule privé, combien de personnes vous accompagnent et effectuent leurs achats pour leur propre ménage ?
- Avec quelles autres activités combinez-vous vos achats ?

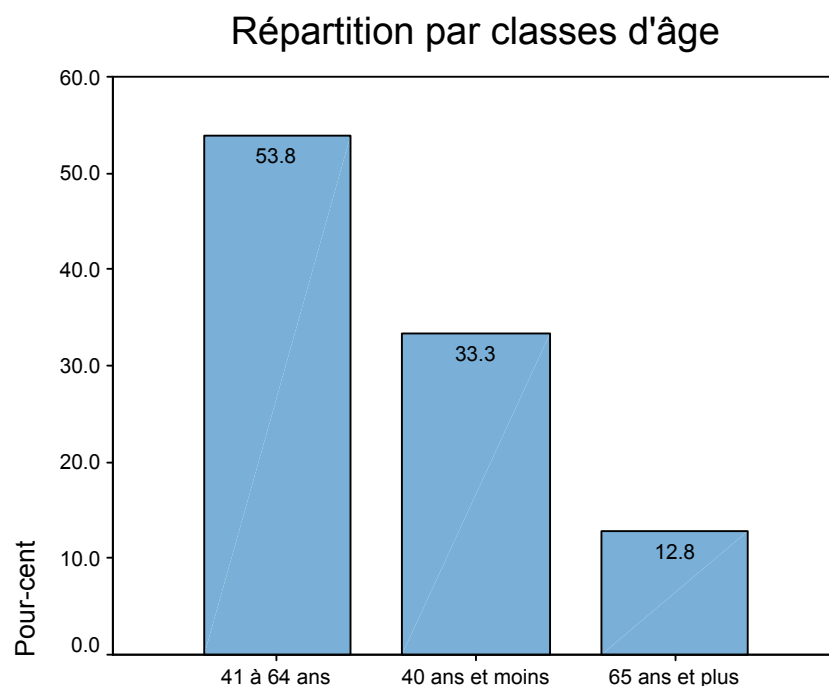
## Données personnelles

- De quel sexe êtes-vous ?
- Quelle est votre année de naissance ?
- Quelle profession exercez-vous ?
- Combien de personnes (vous y compris) composent votre foyer ?

## Echantillon

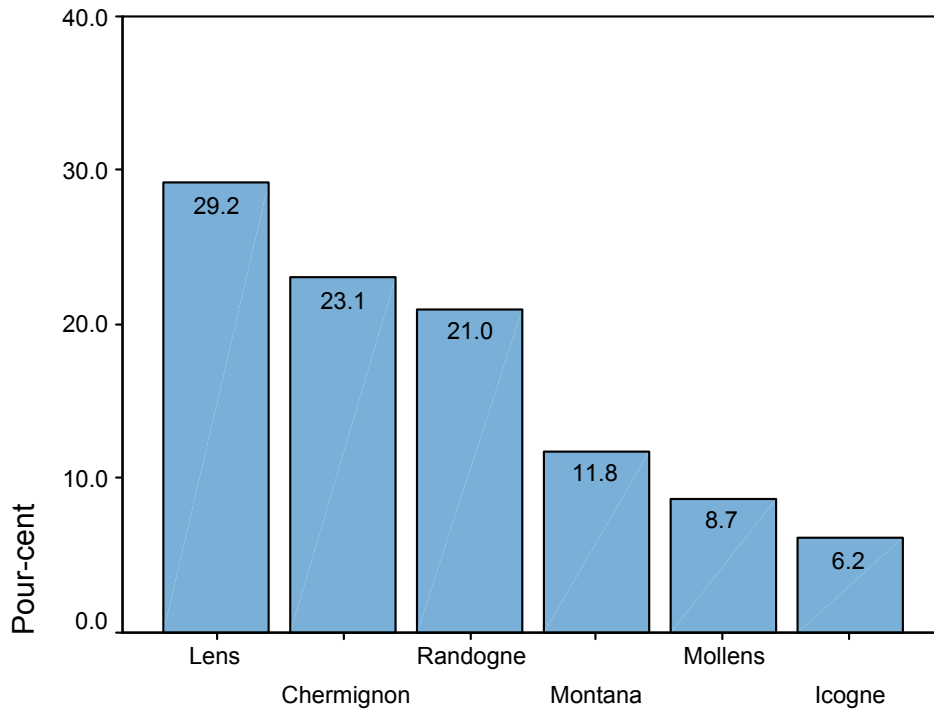
Le nombre de personnes interrogées s'élève à 195, dont 68.2% de femmes. Il s'agit pour l'essentiel de personnes actives (64.2%). Les 35.8% restants se composent surtout de retraités et de femmes au foyer.

Nous avons décomposé cet échantillon en trois classes d'âge réparties comme suit :



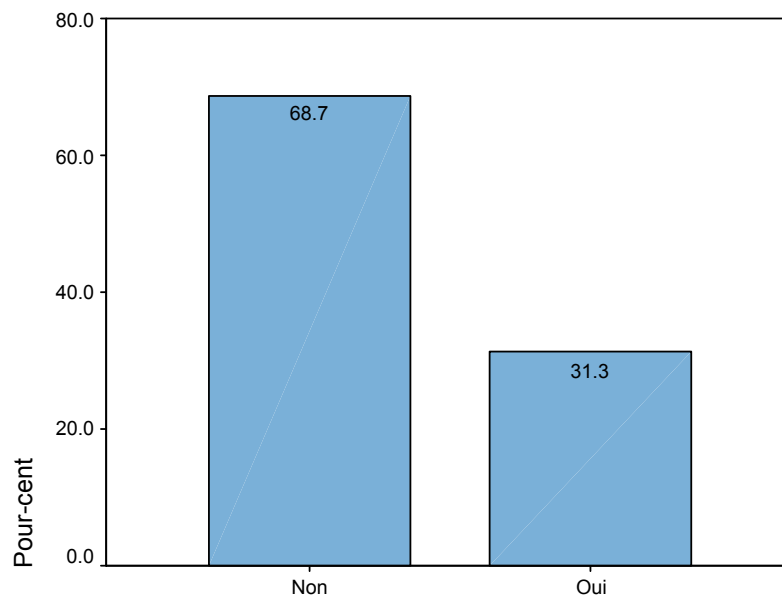
Sur les 195 questionnaires, les 3 communes les mieux représentées sont aussi les plus peuplées. Il s'agit de Lens, Chermignon et Randogne.

### Répartition par commune



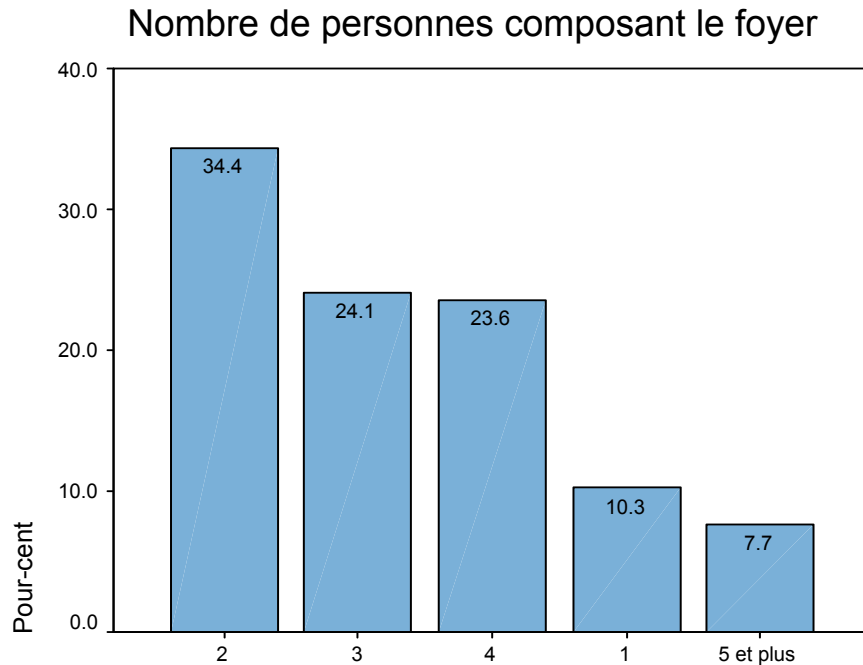
La répartition paritaire entre les gens domiciliés ou non en station n'a pas pu être respectée. En effet, plusieurs personnes interrogées à Crans-Montana habitaient dans les villages.

### Etes-vous domicilié en station ?





La composition du foyer des différentes personnes sondées présente une certaine homogénéité. Il en ressort une majorité de couples avec enfants (55.4%). Les personnes seules, essentiellement des retraités, ne représentent que 10.3%.



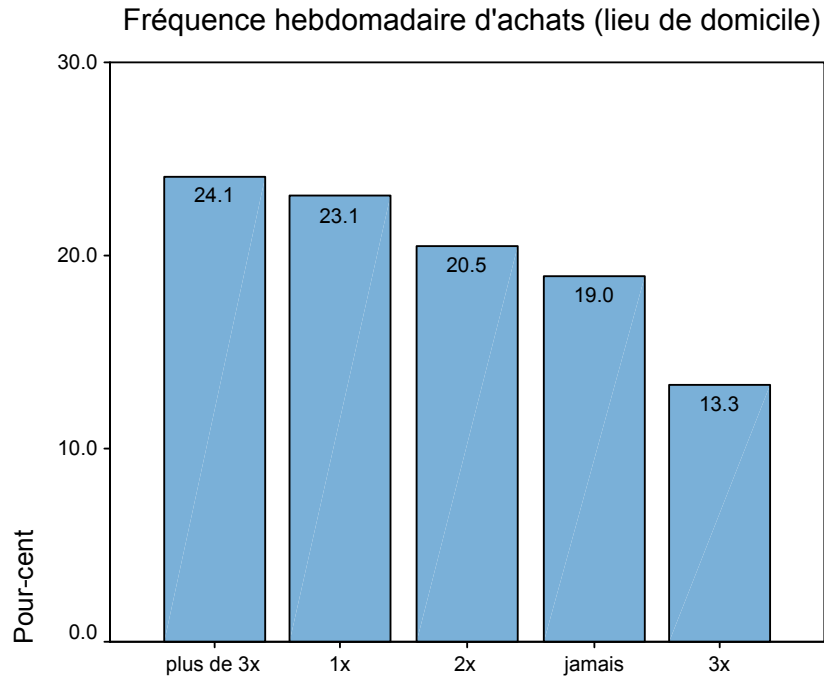
### **Fréquence hebdomadaire moyenne de consommation sur le lieu de domicile**

A la question « A quelle fréquence hebdomadaire effectuez-vous vos courses ? », il ressort que 19% des sondés ne fréquentent jamais leur magasin de village. Ce résultat est à nuancer, car le village de Randogne ne dispose d’aucun commerce d’alimentation sur son territoire. Ainsi, sur les 37 personnes représentant ces 19%, 19 habitent le village de Randogne. Par conséquent, on peut estimer que seules 28 personnes sur les 195 interrogées n’effectuent jamais leurs courses sur leur lieu de domicile.

Pour les 81% restants, la fréquence varie de façon relativement équitable entre 1 et plus de 3 fois.

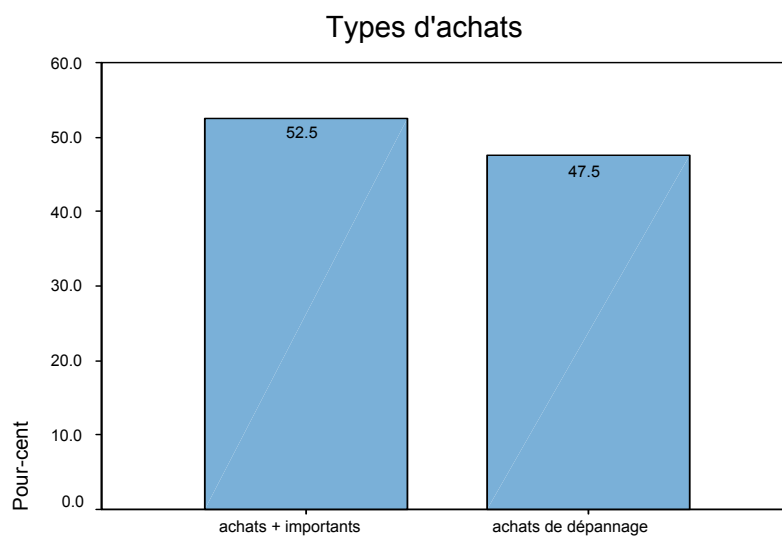
Il convient toutefois d’apporter une précision essentielle concernant la réalisation de cette étude. La proportion de gens qui n’effectuent jamais leurs courses sur leur lieu de domicile est certainement plus importante que les résultats obtenus. En effet, les six communes du Haut-Plateau étant la région pilote, les personnes ont été interrogées devant les différents points de vente.

Par conséquent, ces personnes se rendaient au moins une fois par semaine dans les magasins du Haut-Plateau. Ainsi, les gens qui effectuent leurs courses exclusivement en plaine ne font pas partie de notre échantillon.



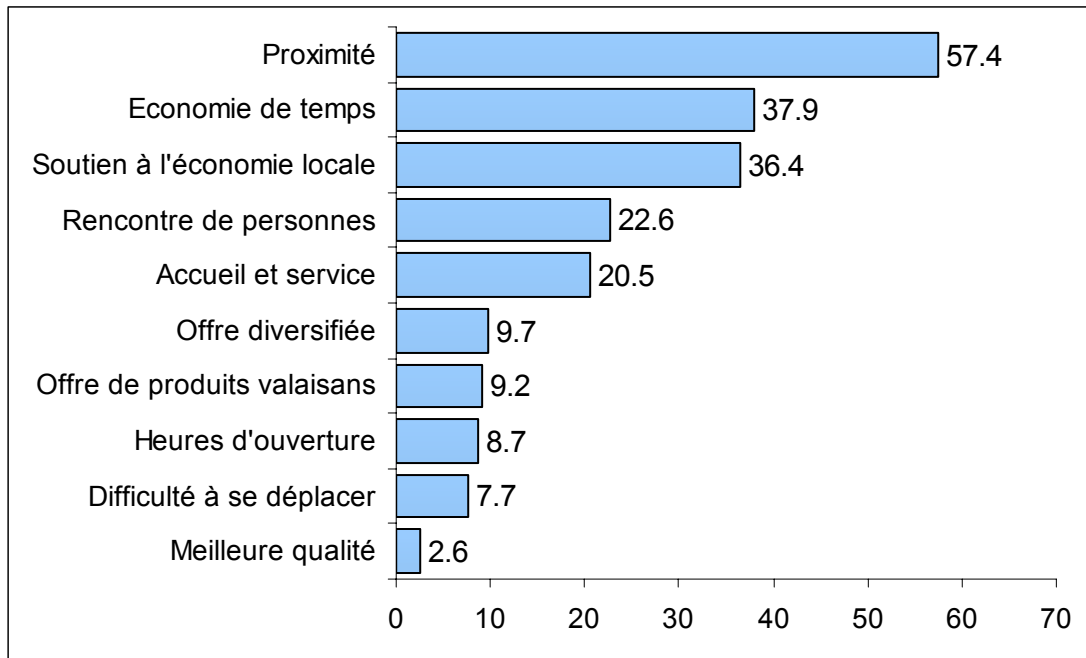
### Types d'achats

Les personnes effectuant leurs achats sur leur lieu de domicile se rendent au magasin aussi bien pour des achats de dépannage que pour des achats de plus grande importance.



## Raisons d'achats

### Raisons d'un achat sur le lieu de domicile (en %)



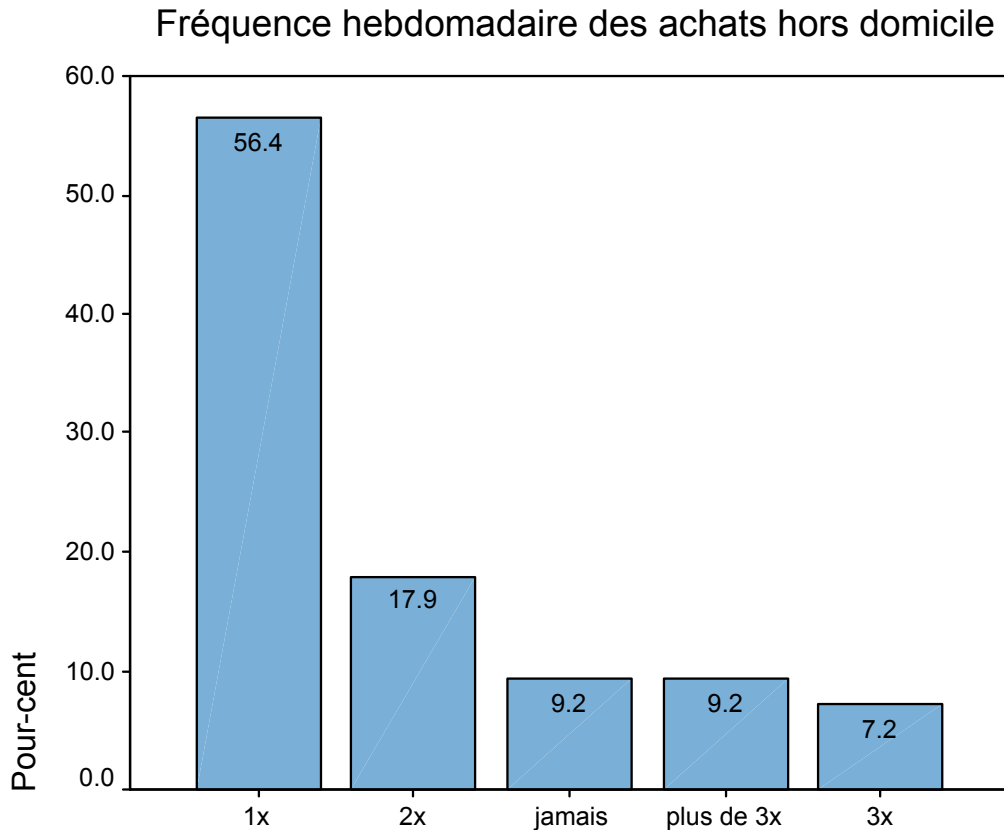
Trois raisons principales ressortent de l'étude : la proximité du point de vente, l'économie de temps ainsi réalisée et le soutien à l'économie locale. On constate ainsi qu'il est essentiel de garantir la survie des commerces de village, indispensables aux personnes âgées qui n'ont souvent pas la possibilité d'effectuer leurs courses ailleurs.

En revanche, l'offre de produits valaisans n'est pas un argument de vente pour les petits commerces. Seuls 11,4% des sondés estiment que la présence de ces produits les pousse à faire leurs achats dans les commerces de proximité. Ces derniers devraient axer la promotion des produits valaisans afin de se différencier des grands centres commerciaux qui offrent surtout des produits standardisés.

On constate sans surprise que les heures d'ouverture ne constituent pas un critère pertinent. A l'exception de l'épicerie d'Icogne et de certains points de vente de Crans-Montana, tous les autres commerces ont adopté un horaire standard.

L'accueil et le service influencent un quart des personnes interrogées. Cependant, cette tendance pourrait encore être améliorée.

## Fréquence hebdomadaire moyenne de consommation hors du lieu de domicile

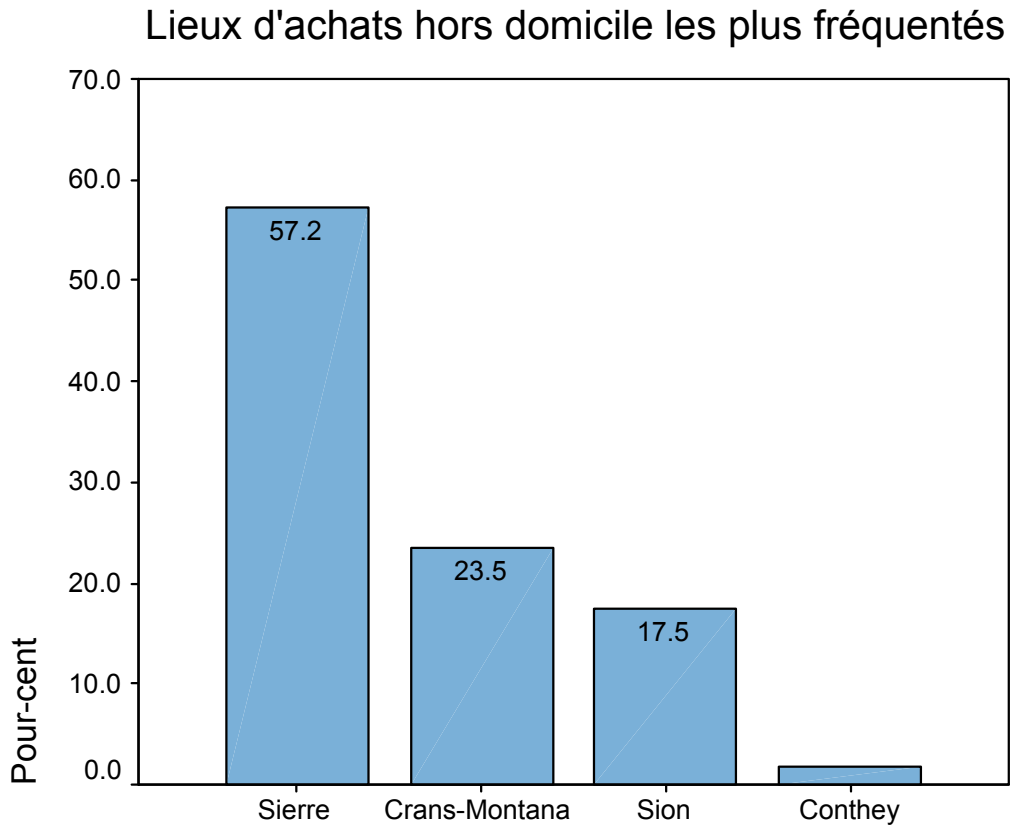


Plus de 90% se déplacent hors de leur lieu de domicile pour effectuer des achats de biens de consommation. Concernant les personnes qui ne se déplacent qu'une fois par semaine, on constate qu'il s'agit souvent d'achats de grande importance effectués généralement le samedi.

Parmi les 9.2% des gens considérés comme n'effectuant jamais leurs courses hors de leur lieu de domicile, la plupart ne se déplace qu'occasionnellement (une à deux fois par mois). Il s'agit surtout de personnes âgées ou ne disposant pas de la mobilité nécessaire.

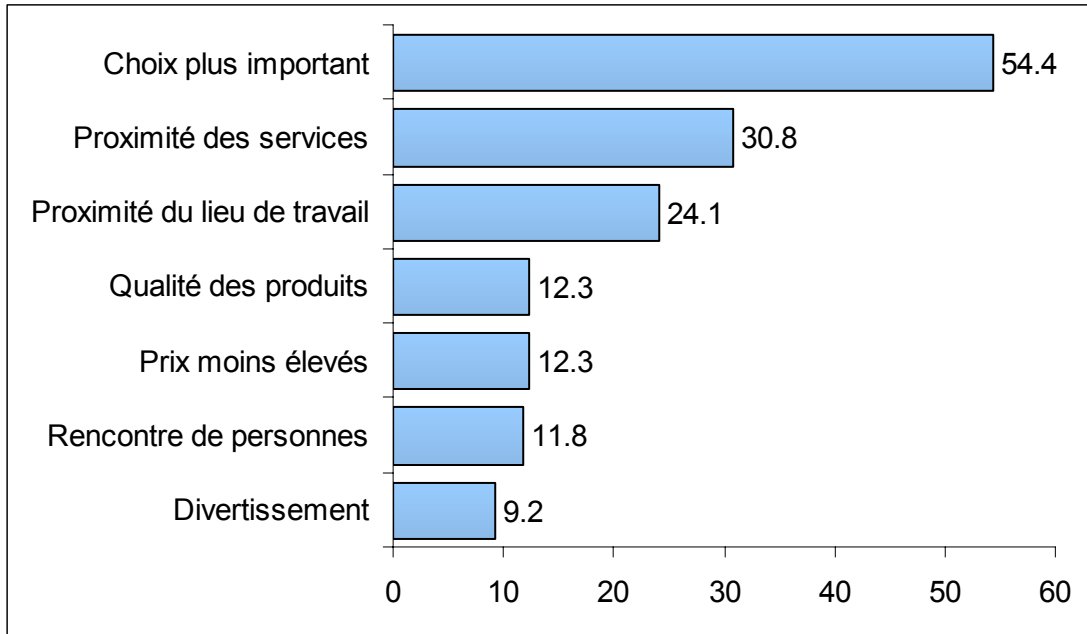
## Autres lieux d'achats

Quand les gens du Haut-Plateau descendent en plaine, c'est à Sierre qu'ils se rendent le plus souvent afin d'effectuer leurs achats. Par contre, nous avons été surpris de constater qu'à peine un quart des sondés préfère se rendre à Crans-Montana. Selon les dires des personnes concernées, ce manque d'intérêt peut s'expliquer par des prix plus élevés, par un accueil pas toujours optimal et par une trop forte affluence durant la haute saison.



## Raisons d'achats

### Raisons d'un achat hors du lieu de domicile (en %)



La raison la plus souvent citée est le choix de produits et de marques plus important. Les gens ne se déplacent pas uniquement pour acheter des produits alimentaires, mais plutôt pour des biens de consommation peu courants dans les commerces locaux (poisson frais, produits ménagers...).

Près d'un tiers des sondés, des personnes actives pour la plupart, profitent de la proximité de leur lieu de travail et d'autres services pour effectuer leurs courses.

Contrairement aux idées reçues, pour près de trois quarts de l'échantillon, la qualité des produits et leur prix ne les poussent pas à se déplacer dans les centres commerciaux.

## Habitudes de consommation

Tout d'abord, une tendance très nette se dégage. Les personnes domiciliées en station effectuent plus régulièrement leurs courses sur leur lieu de domicile. 50.8% s'y rendent au moins deux fois par semaine contre 31.3% des gens habitant les villages. 66.7% des habitants de la station estiment effectuer des achats d'une certaine importance, alors qu'ils ne sont que 44.6% dans les villages. Ceci s'explique certainement par la présence de magasins de plus grande importance à Crans-Montana, car la population y est 3,5 fois plus importante en haute saison.

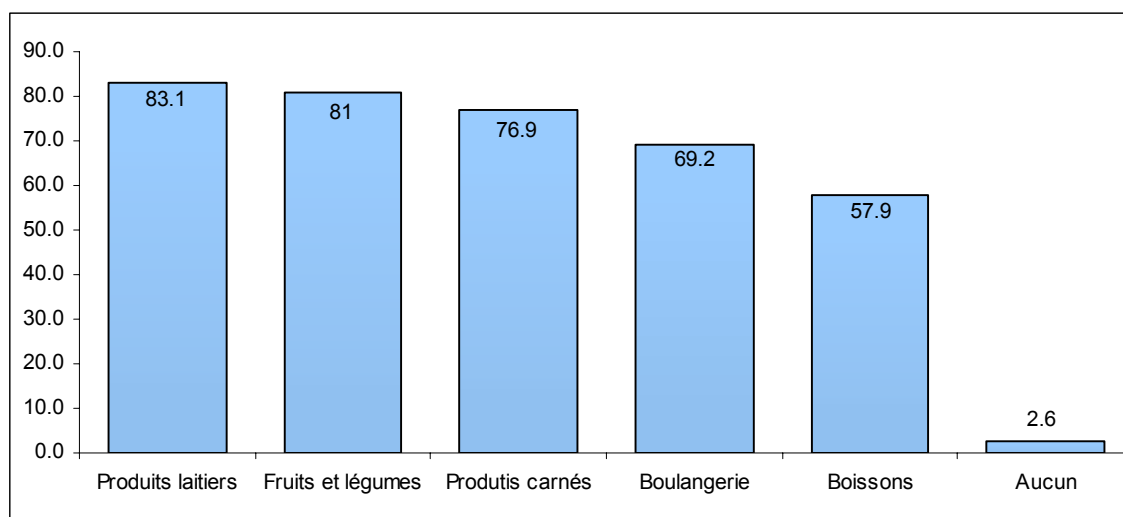
Par contre dans des villages tels qu'Ilcoigne et Mollens, l'importance des achats de dépannage peut s'expliquer par le fait que ces deux villages disposent uniquement d'une petite épicerie.

Les commerces des villages de Chermignon et Lens sont parvenus à fidéliser leur clientèle. Avec la Coop et le Vis-à-Vis, Lens dispose de deux points de vente offrant une large palette de produits et jouissant d'une situation géographique avantageuse (proximité d'autres services). A Chermignon-d'en-Bas, le gérant du Vis-à-Vis offre des produits artisanaux ainsi qu'un service traiteur à domicile. Ce genre d'initiatives permet de maintenir un rôle social et de proximité dans les villages où, à l'heure actuelle, les services de base (postes, banques...) tendent à disparaître.

### Consommation de produits valaisans

On constate un très net plébiscite pour les produits valaisans. En effet, seuls 2.6% des sondés affirment ne jamais en consommer. Tous les produits ont souvent été cités. Le pourcentage légèrement inférieur concernant la consommation de boissons peut s'expliquer, selon les réflexions de quelques personnes interrogées, par un prix du vin suisse élevé en comparaison internationale.

### Consommation de produits valaisans

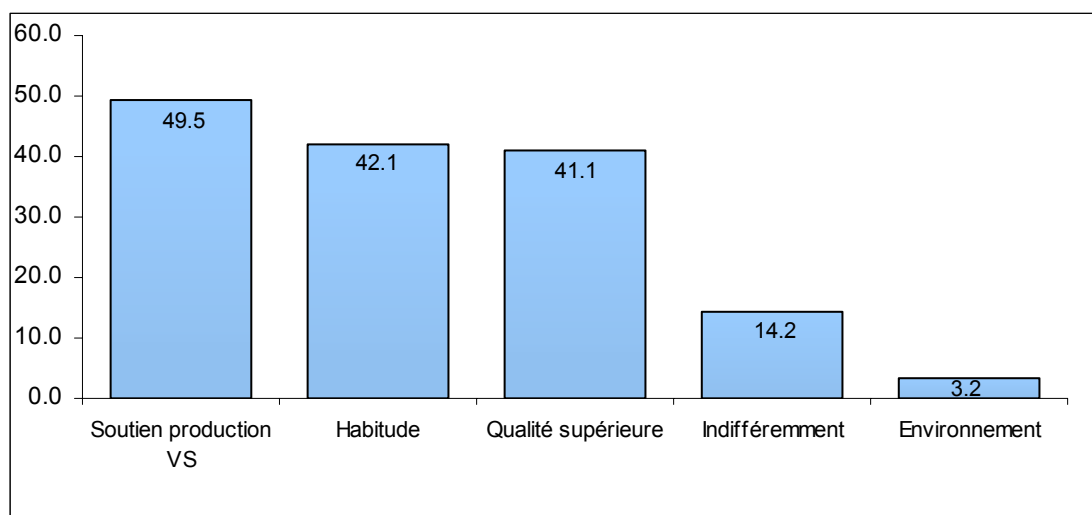


### Raisons de consommer des produits valaisans

Il est important de relever que le soutien à la production valaisanne est la raison principale qui pousse près d'une personne sur deux à consommer des produits du terroir. Il est rassurant de constater qu'une partie des consommateurs a encore conscience de l'importance du commerce et de la production locales.

Les consommateurs recherchent à nouveau des produits de qualité supérieure. D'ailleurs, la qualité supérieure et l'habitude ont souvent été conjointement cités. Par contre, l'environnement ne semble pas représenter un problème sensible auprès des consommateurs.

### Raisons de consommer des produits valaisans



### Consommation d'eau

Les trois quarts des habitants du Haut-Plateau consomment régulièrement de l'eau du robinet. Cette proportion est néanmoins légèrement inférieure en station (68.9%) qu'ailleurs (78.4%).

### Qualité de l'eau

En règle générale, la qualité de l'eau est jugée bonne, aussi bien en station (63.9%) que dans les villages (66.4%). On peut toutefois relever que les habitants de la station se sont plaints d'une qualité inférieure durant la haute saison, due en partie au non-respect des sources d'altitude par les promeneurs.

### Prix de l'eau

La première constatation ressortant de l'étude est que 40% des sondés ne connaissent pas le prix de l'eau. De plus, une partie des gens ayant jugé le prix raisonnable ne semblaient pas vraiment avoir une idée exacte du prix qu'ils paient.

Concernant la répartition géographique, aucune différence notable ne ressort de l'analyse, à l'exception de la commune de Chermignon où 13,3% des personnes interrogées jugent le prix excessif.



## Mobilité

### Proximité des points de vente

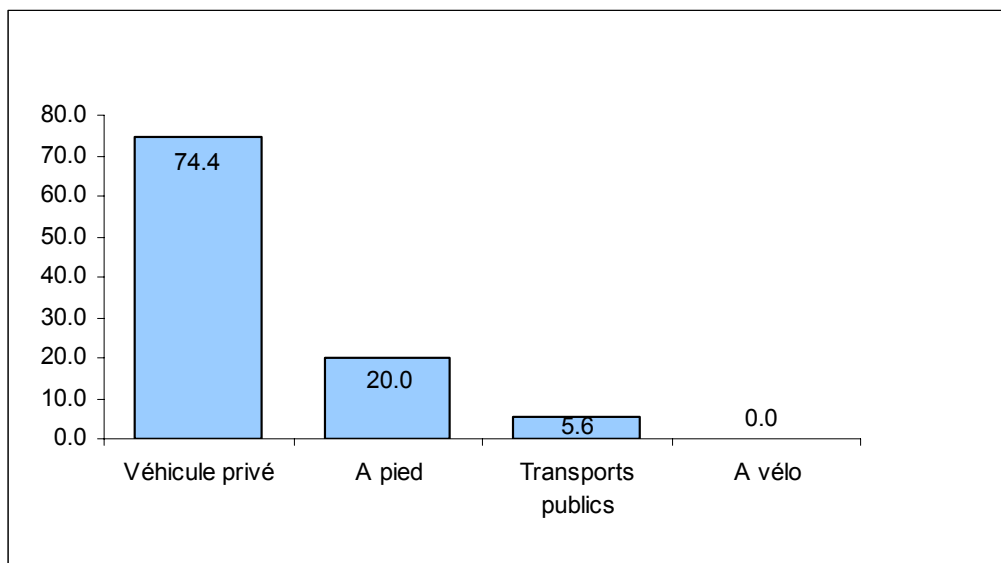
Comme tous les villages, à l'exception de Randogne, disposent d'au moins un point de vente, on peut affirmer que la population du Haut-Plateau est bien desservie. 43.6% des personnes interrogées habitent à moins de 500 mètres d'un commerce.

Selon les résultats de l'enquête, 24.6% des consommateurs habitent à plus d'un kilomètre du magasin le plus proche. Toutefois, il convient de nuancer ce pourcentage, car la majorité des personnes entrant dans cette catégorie est domiciliée à Randogne.

### Moyens de transport

Comme on pouvait s'y attendre, la majorité (80%) des personnes sondées possèdent un véhicule privé.

### Moyens de transport



Il n'est par conséquent pas surprenant de constater que trois quarts des consommateurs utilisent leur véhicule privé pour effectuer leurs achats. Cette proportion est quasiment égale, tant en station que dans les villages. Cependant, à Lens et à Chermignon, une proportion plus élevée des consommateurs, respectivement 28.1% et 40%, se déplacent à pied, les magasins y étant mieux situés géographiquement.

Concernant les autres communes de la région pilote, seules 5% environ des personnes se déplacent à pied, des personnes âgées pour la plupart, et ce malgré la proximité des points de vente. Cela s'explique par le fait que 68.2% des gens combinent leurs achats avec d'autres activités telles que le shopping, les déplacements sur le lieu de travail ou pour des rendez-vous. De plus, à peine 1/3 des sondés regroupent leurs déplacements avec des personnes d'un autre ménage.

Un point essentiel à soulever est le manque de fréquentation des transports publics (5.6%). Ce faible pourcentage est toutefois à nuancer, car les gens qui effectuent leurs courses sur leur lieu de domicile se déplacent majoritairement à pied ou en voiture. Pourtant, à l'exception de Flanthey, toutes les autres localités sont bien desservies par les transports publics aux heures d'ouverture des magasins.

Les gens des villages se déplaçant en plaine ou en station pour effectuer leurs achats utilisent presque exclusivement leur voiture.

Ce manque d'intérêt pour les transports publics peut s'expliquer par plusieurs phénomènes :

- La mentalité et le mode de vie actuels tendent à favoriser le confort personnel et le gain de temps.
- La dispersion des habitations sur le territoire de certaines communes n'encourage pas l'usage des transports publics (éloignement des arrêts de bus).
- Etant donné une proportion importante des personnes qui combinent leurs achats avec d'autres activités, l'utilisation des TP est par conséquent peu commode.
- Le prix constitue un des principaux obstacles couramment cités et dissuade les gens à utiliser les transports publics.

## **Conclusions et solutions possibles**

---

Selon les résultats de l'enquête, il apparaît essentiel de maintenir les magasins dans les villages. En effet, ces derniers contribuent à préserver une vie à l'intérieur des villages. Beaucoup de gens estiment encore que les commerces de village n'apportent qu'une solution de dépannage et n'envisagent pas d'y effectuer des achats plus importants. Malgré tout, une partie des personnes interrogées devant les commerces estime le maintien de ceux-ci indispensable et y effectuent leurs achats quotidiens. En effet, les retraités et les personnes ne disposant pas de véhicule jugent leur présence vitale. Une tranche de la population y effectue également ses courses pour soutenir l'économie locale, alors qu'elle pourrait se rendre ailleurs.

Afin de rendre ces commerces plus attractifs et assurer leur survie, les commerçants pourraient diversifier leurs services et leur offre, à l'image du service-traiteur proposé à Chermignon-d'en-Bas.

Deuxièmement, on constate que les produits valaisans remportent un grand succès auprès des consommateurs. Beaucoup en consomment pour soutenir l'économie locale. Toutefois, les produits valaisans sont autant achetés par habitude que pour leur qualité.

Par conséquent, il faudrait intensifier la promotion de nos produits, en mettant en avant leurs spécificités. Une meilleure différenciation permettrait de mieux apprécier leur qualité et de se démarquer des produits importés. De plus, certaines personnes interrogées préfèrent acheter des produits étrangers de moins bonne qualité, le prix des produits locaux leur paraissant excessif.

Comme évoqué précédemment, la faible fréquentation des transports publics s'explique principalement par un prix trop élevé. Par exemple, un trajet simple au tarif normal entre Sierre et Crans-Montana coûte CHF 10.80.-. Ce problème étant difficile à résoudre, une prise de conscience collective, appuyée par des campagnes de sensibilisation, permettrait de fluidifier le trafic et de diminuer le nombre de véhicules, notamment en station pendant la haute saison. La région pourrait ainsi offrir un cadre plus attrayant aux visiteurs, ce qui serait également à l'avantage des commerçants.

Enfin, plusieurs personnes interrogées se sont plaintes du manque de places de parc disponibles à proximité des commerces de la station, problème d'autant plus préoccupant en période de haute saison. L'offre de bus-navettes déjà existante pourrait être étoffée. Le projet de rue piétonne déjà évoqué constituerait une solution qui relayerait parfaitement le système des bus-navettes.

De plus, les personnes effectuant leurs achats en station nous ont fait remarquer une différence entre la haute et la basse saison, notamment au niveau de l'offre de produits, de l'accueil et du prix. Certains estiment que les commerçants pratiquent des prix excessifs, dus essentiellement au standing de la station, sans se soucier des gens qui habitent la station à l'année. De plus, l'offre en basse saison semble moins étoffée. Les sondés jugent également que l'accueil des commerçants en station pourrait, d'une façon générale, être sensiblement amélioré.

## Lieu de domicile

---

1. Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?

- Randogne     Montana     Chermignon     Mollens     Icogne     Lens

2. Etes-vous domicilié en station ?

- Oui     Non

## Habitudes de consommation

---

3. A quelle fréquence hebdomadaire moyenne allez-vous faire vos courses sur votre lieu de domicile (ou en station si vous habitez en station?)

- Jamais     1x     2x     3x     Plus de 3x

4. Pour quel type d'achats ?

- Achats de dépannage     Achats de plus grande importance

5. Pour quelles raisons ? (Possibilité de cocher plusieurs cases)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Soutien à l'économie locale             | <input type="checkbox"/> Difficulté à se déplacer               |
| <input type="checkbox"/> Heures d'ouverture plus favorables      | <input type="checkbox"/> Economie de temps                      |
| <input type="checkbox"/> Offre de produits diversifiée           | <input type="checkbox"/> Offre de produits valaisans            |
| <input type="checkbox"/> Proximité (déplacement possible à pied) | <input type="checkbox"/> Les produits sont de meilleure qualité |
| <input type="checkbox"/> Accueil et service personnalisé         | <input type="checkbox"/> Rencontre de personnes que je connais  |

6. En moyenne, quel montant dépensez-vous lors d'un achat sur votre lieu de domicile (ou en station si vous habitez en station) ?

- Moins de 20 CHF     20-50 CHF     50-80 CHF     80 CHF et plus

7. A quelle fréquence hebdomadaire allez-vous faire vos courses hors de votre lieu de domicile (ou hors de la station si vous habitez en station) ?

- Jamais     1x     2x     3x     Plus de 3x

8. Parmi les propositions suivantes, où effectuez-vous vos achats le plus souvent?

- Sion     Sierre     Crans-Montana     Conthey     Autres .....

9. Et pour quelles raisons ? (Possibilité de cocher plusieurs cases)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Les prix sont moins élevés  | <input type="checkbox"/> Divertissement                        |
| <input type="checkbox"/> Les produits sont de meilleure qualité  | <input type="checkbox"/> Rencontre de personnes que je connais |
| <input type="checkbox"/> Choix de produits plus important et diversifié                                | <input type="checkbox"/> Proximité du lieu de travail          |
| <input type="checkbox"/> Proximité d'autres services (stations-essences, banques, poste, médecins,...) |  |

10. En moyenne, quel montant dépensez-vous lors d'un achat hors de votre lieu de domicile (ou hors de la station si vous habitez en station) ?

- Moins de 50 CHF    50-100 CHF    100-150 CHF    150-200 CHF    Plus de 200 CHF

11. Quels types de produits valaisans consommez-vous ? (Possibilité de cocher plusieurs cases)

- Aucun    Fruits et légumes (abricots, pommes, tomates, salade,...)  
 Produits laitiers (lait, fromage,...)    Produits carnés (viande séchée, lard,...)  
 Produits de la boulangerie (pain de seigle,...)    Boissons (vins, liqueurs,...)

12. Pour quelles raisons consommez-vous des produits valaisans ? (Possibilité de cocher plusieurs cases)

- Qualité supérieure    Soutien à la production valaisanne    Par habitude  
 Indifféremment produits valaisans/autres    Protection de l'environnement

13. Buvez-vous de l'eau du robinet ?

- Oui    Non

14. Comment jugez-vous sa qualité ?

- Bonne    Moyenne    Mauvaise    Ne sait pas

15. Comment jugez-vous son prix ?

- Bon marché    Normal    Cher    Ne sait pas

## Mobilité

---

16. A quelle distance de votre domicile se trouve le point de vente le plus proche ?

- Moins de 500 mètres    500 mètres – 1 km    Plus de 1 km

17. Possédez-vous un véhicule privé ?

- Oui    Non

18. Quel moyen de transport utilisez-vous le plus régulièrement pour effectuer vos achats ?

- A pied    Véhicule privé    Transports publics    A vélo

19. Si vous utilisez un véhicule privé, combien de personnes vous accompagnent et effectuent leurs achats pour leur propre ménage ?

- Aucune    1    2    3    4

20. Avec quelles autres activités combinez-vous vos achats ? (Possibilité de cocher plusieurs cases)

- |   |                                      |
|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Aucune                             | <input type="checkbox"/> Loisirs     |
| <input type="checkbox"/> Déplacement sur le lieu de travail | <input type="checkbox"/> Rendez-vous |
| <input type="checkbox"/> Shopping                           | <input type="checkbox"/> Autres..... |

## Données personnelles

---

21. De quel sexe êtes-vous ?

- Masculin  Féminin

22. Quelle est votre année de naissance ?.....

23. Quelle profession exercez-vous ?

- |  |  |                                     |   |
|--|--|-------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Profession libérale | <input type="checkbox"/> Retraité      | <input type="checkbox"/> Employé(e) | <input type="checkbox"/> Femme/Homme au foyer |
| <input type="checkbox"/> Ouvrier(ère)        | <input type="checkbox"/> Chômeur(euse) | <input type="checkbox"/> Cadre      | <input type="checkbox"/> Etudiant(e)          |
| <input type="checkbox"/> Autre.....          |  |                                     |   |

24. Combien de personnes (vous y compris) composent votre foyer ?

- 1  2  3  4  5 et plus

## Tableaux croisés

Tableau croisé Sur quelle commune êtes-vous domicilié ? \* Fréquence d'achat lieu de domicile

			Fréquence d'achat lieu de domicile		Total
			1	2	
Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	Randogne	Effectif	34	7	41
		Effectif théorique	25.7	15.3	41.0
		% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	82.9%	17.1%	100.0%
	Montana	Effectif	15	8	23
		Effectif théorique	14.4	8.6	23.0
		% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	65.2%	34.8%	100.0%
	Chermignon	Effectif	21	24	45
		Effectif théorique	28.2	16.8	45.0
		% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	46.7%	53.3%	100.0%
	Mollens	Effectif	10	7	17
		Effectif théorique	10.6	6.4	17.0
		% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	58.8%	41.2%	100.0%
	Icogne	Effectif	9	3	12
		Effectif théorique	7.5	4.5	12.0
		% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	75.0%	25.0%	100.0%
	Lens	Effectif	33	24	57
		Effectif théorique	35.7	21.3	57.0
		% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	57.9%	42.1%	100.0%
Total		Effectif	122	73	195
		Effectif théorique	122.0	73.0	195.0
		% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	62.6%	37.4%	100.0%

1 = 2 fois par semaine ou moins

2 = plus de 2 fois par semaine

### Tests du Khi-deux

	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	13.608 <sup>a</sup>	5	.018
Rapport de vraisemblance	14.378	5	.013
Association linéaire par linéaire	3.166	1	.075
Nombre d'observations valides	195		

a. 1 cellules (8.3%) ont un effectif théorique inférieur à 5.  
L'effectif théorique minimum est de 4.49.

**Tableau croisé Sur quelle commune êtes-vous domicilié ? \* Pour quel type d'achats ?**

			Pour quel type d'achats ?		Total
			achats de dépannage	achats de plus grande importance	
Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	Randogne	Effectif	9	13	22
		Effectif théorique	10.4	11.6	22.0
		% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	40.9%	59.1%	100.0%
	Montana	Effectif	7	11	18
		Effectif théorique	8.5	9.5	18.0
		% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	38.9%	61.1%	100.0%
	Chermignon	Effectif	14	27	41
Effectif théorique		19.5	21.5	41.0	
% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?		34.1%	65.9%	100.0%	
Mollens	Effectif	11	2	13	
	Effectif théorique	6.2	6.8	13.0	
	% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	84.6%	15.4%	100.0%	
Icogne	Effectif	7	4	11	
	Effectif théorique	5.2	5.8	11.0	
	% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	63.6%	36.4%	100.0%	
Lens	Effectif	27	26	53	
	Effectif théorique	25.2	27.8	53.0	
	% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	50.9%	49.1%	100.0%	
Total	Effectif	75	83	158	
	Effectif théorique	75.0	83.0	158.0	
	% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	47.5%	52.5%	100.0%	



### Tests du Khi-deux

	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	12.433 <sup>a</sup>	5	.029
Rapport de vraisemblance	13.123	5	.022
Association linéaire par linéaire	2.531	1	.112
Nombre d'observations valides	158		

a. 0 cellules (.0%) ont un effectif théorique inférieur à 5.  
L'effectif théorique minimum est de 5.22.

**Tableau croisé Sur quelle commune êtes-vous domicilié ? \* Fréquence d'achat hors domicile**

			Fréquence d'achat hors domicile		Total
			1	2	
Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	Randogne	Effectif	31	10	41
		Effectif théorique	34.3	6.7	41.0
		% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	75.6%	24.4%	100.0%
	Montana	Effectif	18	5	23
		Effectif théorique	19.2	3.8	23.0
		% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	78.3%	21.7%	100.0%
	Chermignon	Effectif	40	5	45
		Effectif théorique	37.6	7.4	45.0
		% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	88.9%	11.1%	100.0%
	Mollens	Effectif	14	3	17
		Effectif théorique	14.2	2.8	17.0
		% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	82.4%	17.6%	100.0%
	Icogne	Effectif	9	3	12
		Effectif théorique	10.0	2.0	12.0
		% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	75.0%	25.0%	100.0%
	Lens	Effectif	51	6	57
		Effectif théorique	47.6	9.4	57.0
		% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	89.5%	10.5%	100.0%
	Total	Effectif	163	32	195
		Effectif théorique	163.0	32.0	195.0
		% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	83.6%	16.4%	100.0%

### Tests du Khi-deux

	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	5.404 <sup>a</sup>	5	.369
Rapport de vraisemblance	5.366	5	.373
Association linéaire par linéaire	2.486	1	.115
Nombre d'observations valides	195		

a. 3 cellules (25.0%) ont un effectif théorique inférieur à 5.  
L'effectif théorique minimum est de 1.97.

**Tableau croisé Sur quelle commune êtes-vous domicilié ? \* Comment jugez-vous son prix ?**

			Comment jugez-vous son prix ?				Total
			Bon marché	Normal	Cher	Ne sait pas	
Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	Randogne	Effectif	3	19	2	17	41
		Effectif théorique	4.4	16.6	3.2	16.8	41.0
		% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	7.3%	46.3%	4.9%	41.5%	100.0%
	Montana	Effectif	4	8	1	10	23
		Effectif théorique	2.5	9.3	1.8	9.4	23.0
		% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	17.4%	34.8%	4.3%	43.5%	100.0%
	Chermignon	Effectif	4	13	9	19	45
		Effectif théorique	4.8	18.2	3.5	18.5	45.0
		% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	8.9%	28.9%	20.0%	42.2%	100.0%
	Mollens	Effectif	0	10	0	7	17
		Effectif théorique	1.8	6.9	1.3	7.0	17.0
		% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	.0%	58.8%	.0%	41.2%	100.0%
	Icogne	Effectif	2	5	0	5	12
		Effectif théorique	1.3	4.9	.9	4.9	12.0
		% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	16.7%	41.7%	.0%	41.7%	100.0%
	Lens	Effectif	8	24	3	22	57
		Effectif théorique	6.1	23.1	4.4	23.4	57.0
		% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	14.0%	42.1%	5.3%	38.6%	100.0%
Total		Effectif	21	79	15	80	195
		Effectif théorique	21.0	79.0	15.0	80.0	195.0
		% dans Sur quelle commune êtes-vous domicilié ?	10.8%	40.5%	7.7%	41.0%	100.0%

### Tests du Khi-deux

	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	20.219 <sup>a</sup>	15	.164
Rapport de vraisemblance	21.525	15	.121
Association linéaire par linéaire	.493	1	.483
Nombre d'observations valides	195		

a. 13 cellules (54.2%) ont un effectif théorique inférieur à 5.  
L'effectif théorique minimum est de .92.

**Tableau croisé Etes-vous domicilié en station ? \* Fréquence d'achat lieu de domicile**

			Fréquence d'achat lieu de domicile		Total
			1	2	
Etes-vous domicilié en station ?	Non	Effectif	92	42	134
		Effectif théorique	83.8	50.2	134.0
		% dans Etes-vous domicilié en station ?	68.7%	31.3%	100.0%
	Oui	Effectif	30	31	61
		Effectif théorique	38.2	22.8	61.0
		% dans Etes-vous domicilié en station ?	49.2%	50.8%	100.0%
Total	Effectif	122	73	195	
	Effectif théorique	122.0	73.0	195.0	
	% dans Etes-vous domicilié en station ?	62.6%	37.4%	100.0%	

### Tests du Khi-deux

	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Signification exacte (bilatérale)	Signification exacte (unilatérale)
Khi-deux de Pearson	6.789 <sup>b</sup>	1	.009		
Correction <sup>a</sup> pour la continuité	5.983	1	.014		
Rapport de vraisemblance	6.686	1	.010		
Test exact de Fisher				.011	.008
Association linéaire par linéaire	6.754	1	.009		
Nombre d'observations valides	195				

a. Calculé uniquement pour un tableau 2x2

b. 0 cellules (.0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 22.84.

**Tableau croisé Etes-vous domicilié en station ? \* Pour quel type d'achats ?**

			Pour quel type d'achats ?		Total
			achats de dépannage	achats de plus grande importance	
Etes-vous domicilié en station ?	Non	Effectif	56	45	101
		Effectif théorique	47.9	53.1	101.0
		% dans Etes-vous domicilié en station ?	55.4%	44.6%	100.0%
	Oui	Effectif	19	38	57
		Effectif théorique	27.1	29.9	57.0
		% dans Etes-vous domicilié en station ?	33.3%	66.7%	100.0%
Total	Effectif	75	83	158	
	Effectif théorique	75.0	83.0	158.0	
	% dans Etes-vous domicilié en station ?	47.5%	52.5%	100.0%	

### Tests du Khi-deux

	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Signification exacte (bilatérale)	Signification exacte (unilatérale)
Khi-deux de Pearson	7.145 <sup>b</sup>	1	.008		
Correction <sup>a</sup> pour la continuité	6.285	1	.012		
Rapport de vraisemblance	7.251	1	.007		
Test exact de Fisher				.008	.006
Association linéaire par linéaire	7.099	1	.008		
Nombre d'observations valides	158				

a. Calculé uniquement pour un tableau 2x2

b. 0 cellules (.0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 27.06.

**Tableau croisé Etes-vous domicilié en station ? \* Fréquence d'achat hors domicile**

			Fréquence d'achat hors domicile		Total
			1	2	
Etes-vous domicilié en station ?	Non	Effectif	108	26	134
		Effectif théorique	112.0	22.0	134.0
		% dans Etes-vous domicilié en station ?	80.6%	19.4%	100.0%
	Oui	Effectif	55	6	61
		Effectif théorique	51.0	10.0	61.0
		% dans Etes-vous domicilié en station ?	90.2%	9.8%	100.0%
Total	Effectif	163	32	195	
	Effectif théorique	163.0	32.0	195.0	
	% dans Etes-vous domicilié en station ?	83.6%	16.4%	100.0%	

### Tests du Khi-deux

	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Signification exacte (bilatérale)	Signification exacte (unilatérale)
Khi-deux de Pearson	2.797 <sup>b</sup>	1	.094		
Correction <sup>a</sup> pour la continuité	2.143	1	.143		
Rapport de vraisemblance	3.022	1	.082		
Test exact de Fisher				.143	.068
Association linéaire par linéaire	2.783	1	.095		
Nombre d'observations valides	195				

a. Calculé uniquement pour un tableau 2x2

b. 0 cellules (.0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 10.01.