Etude d'opportunité pour la création
d'une activité de restauration-commerce multi-service
sur la commune de Choisel (78)

République Française

MAIRIE DE CHOISEL
1 route de la Grange aux Moines
78460 CHOISEL (Yvelines)

☎ 01.30.52.42.15
Télécopie : 01.30.47.16.56
e-mail : mairie.choisel@wanadoo.fr

Parc naturel régional de la Haute Vallée de Chevreuse

Octobre 2017

Ancienne Auberge 2 rue de la Maison forte (ancienne carte postale)

Contexte de l'étude 4
Demande initiale 4
Objectifs de l'étude 4
Méthodologie utilisée 4
I- Analyse de l'offre et de la demande 5
1.1- Détermination de la zone de chalandise retenue 5
1.2- Etape 1 : Etude de la demande locale potentielle 6
1.2.1- Etude de la population 6
1.2.2- Etude de la zone d'emploi 8
1.2.3- Etude du tourisme du secteur 9
1.3- Etape 2 : Etude de l'offre du secteur 9
1.3.1- Les tendances globales sur le secteur de la restauration 9
1.3.2- Contexte et tendances de l'activité de restauration sur la zone de chalandise 11
1.3.3- Analyse de l'offre existante et positionnement commercial des restaurants implantés sur la zone de chalandise 11
1.3.4- Analyse de l'offre complémentaire en commerces alimentaires de proximité 12
1.3.5- Analyse du positionnement commercial des commerces 13
1.3.6- Retour d'expériences similaires en milieu rural 14
II- Réalisation de l'enquête auprès de la population locale 16
2.1- Présentation du questionnaire et diffusion 16
2.1.1- Elaboration du questionnaire pour l'enquête 16
2.1.2- Modalités de diffusion du questionnaire 16
2.1.3- Synthèse des données obtenues exploitables 16
2.2- Présentation des répondants 16
2.2.1- Caractéristiques de la population des répondants 16
2.2.2- Communes de résidence et de travail des répondants 17
2.3- Analyse des résultats de l'enquête 19
2.3.1- Lieux de restauration des répondants 19
2.3.2- Habitudes de restauration des répondants 21
2.3.3- Dépenses en restauration des répondants 23
2.3.4- Critères de choix en restauration 24
2.3.5- Besoins en termes de commerce de proximité 26
III- Annexes 27
3.1- Questionnaire administré pour l'enquête 27
3.2- Flyers d'information sur l'enquête 29
4.1- Etude de la CCI pour la Mairie de Choisel 29

Contexte de l'étude

Demande initiale

La commune de Choisel, 539 habitants, souhaite acquérir une propriété dans son centre bourg et la réhabiliter. L'objectif est de redynamiser le village en transformant la demeure en auberge proposant principalement une activité de restauration et potentiellement quelques chambres.

Les élus de la commune, dans une logique de dynamisation, souhaitent étudier d'une part l'opportunité de la création de ce type d'activité et d'autre part avoir des orientations sur le positionnement de l'offre de restauration attendue sur le secteur.

Objectifs de l'étude

Etudier l'opportunité de création d'une auberge à dominante restauration, et incluant une activité de commerce, sur la commune de Choisel dans un contexte de dynamisation du centre bourg. L'étude devra proposer des pistes de positionnement pour cette activité.

Méthodologie utilisée

BGE Yvelines a mis en œuvre la méthodologie suivante pour évaluer la demande en matière d'activité type restauration et de commerce de proximité. Une étude de marché a été conduite sur les dimensions suivantes :

- Détermination de la zone de chalandise :

  Pour l'activité restauration, sur la base du diagnostic ODIL, la zone de chalandise a été délimitée par rapport à la situation géographique de l'implantation prévue à Choisel. Pour l'activité commerciale la zone de chalandise considérée a été prioritairement la commune de Choisel et les hameaux qui lui sont rattachés.

- Analyse de la population locale :

  Analyse de données INSEE relatives à la population locale. La typologie de la population a été déterminée avec l'appui de la base de données ODIL – outil INSEE d'aide au diagnostic d'implantation locale, ainsi que sur la base de données qui ont été récoltées localement.

- Etude de la concurrence :

  Analyse de l'offre commerciale de la zone de chalandise, en termes de restauration et de commerce proposant de offres de déjeuner rapide (boulangeries notamment).

- Etude de consommation :

  Une enquête a été réalisée sur la base d'un questionnaire administré auprès de la population locale de la zone de chalandise. L'élaboration de ce questionnaire a été réalisée en collaboration avec les services de la commune, ce qui a permis d'affiner le ciblage des relais locaux et les modalités d'administration du questionnaire. L'administration du questionnaire a été réalisée auprès d'un échantillon représentatif de la population. Enfin, les données recueillies ont été analysées, afin de fournir la synthèse des positionnements commerciaux plébiscités.

- Analyse des tendances globales de l'activité de restauration sur la zone de chalandise :

  L'analyse des tendances basée sur l'étude CCI portant sur « Le secteur de la restauration et les comportements d'achat des habitants de la communauté de communes ».

- Conditions de viabilité du positionnement commercial :

  Une synthèse de retours d'expériences similaires en milieu rural a été effectuée sur la base d'échanges dans le cadre du Dispositif Local d'Accompagnement porté par BGE Yvelines.

  En synthèse des différents angles d'analyses, les conditions d'un positionnement potentiellement rentable ont été définies et sont exposées sur l'activité restauration et l'activité de commerce multi-service. Les conclusions de cette première phase d'étude seront présentées en comité de pilotage.

I- Analyse de l'offre et de la demande

1.1- *Détermination de la zone de chalandise retenue*

La commune d'implantation prévue est Choisel, dans le sud des Yvelines (78). Cette commune appartient au Parc Naturel Régional de la Haute Vallée de Chevreuse. La commune est en limite du PNR et en limite du département des Yvelines, à proximité de l'Essonne (91).

Le diagnostic INSEE réalisé avec ODIL (Outil d'aide au diagnostic d'implantation locale) sur les activités de restauration a fait apparaitre 13 communes dans la zone de chalandise :

- Cœur de cible (10 communes) : Bullion, La Celle-les-Bordes, Cernay-la-Ville, Chevreuse, Choisel, Dampierre-en-Yvelines, Saint-Forget, Senlisse, Boullay-les-Troux, Pecqueuse
- Aire d'influence (3 communes) : Bonnelles, Saint-Rémy-lès-Chevreuse, Les Molières

Au vu des distances et des temps de trajets peu importants pour les 3 communes de la zone d'influence, nous avons décidé de les intégrer à la zone de chalandise retenue :

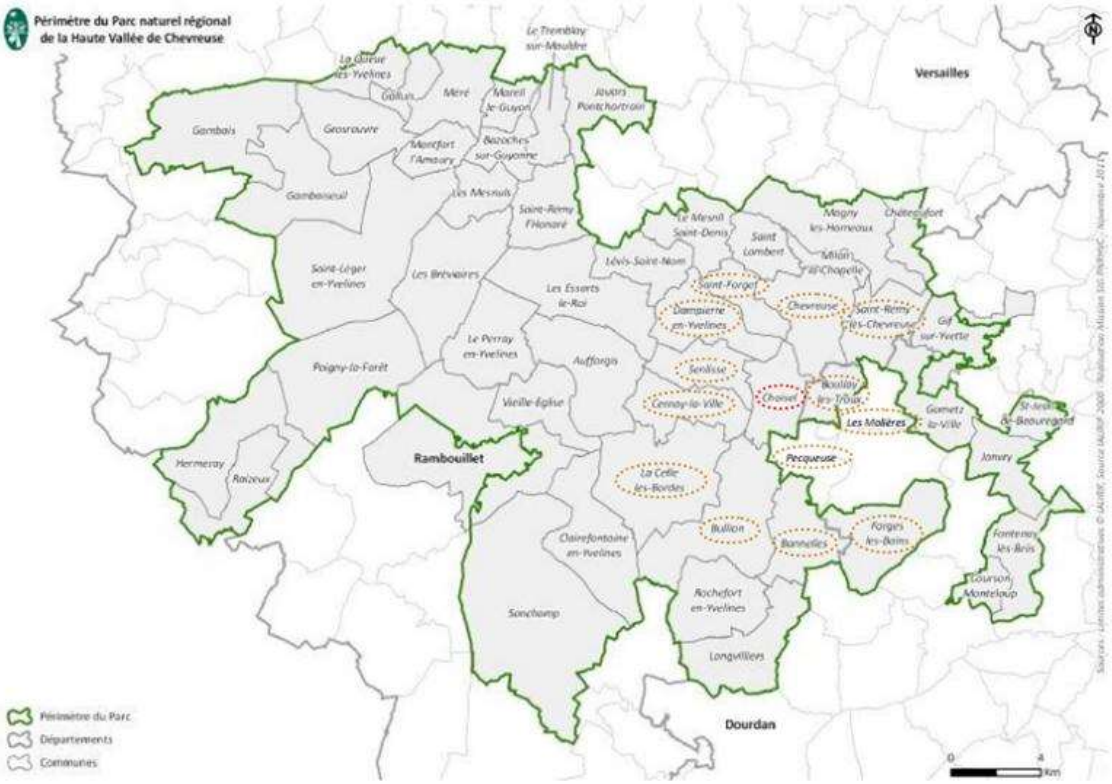
- Saint-Rémy-lès-Chevreuse : 5 km / 7 min en voiture
- Les Molières : 4,8 km / 8 min en voiture
- Bonnelles : 11 km / 14 min en voiture

La distance maximale est donc de 11 km entre le centre de Choisel et le centre de la commune voisine, pour ¼ heure de trajet en voiture. Il existe peu de moyens de transports collectifs entre les communes de la zone de chalandise, les habitants circulent davantage en voiture individuelle. Ainsi la zone de chalandise a été définie selon les axes routiers et les temps de transport entre les centres des communes et le centre de Choisel.

Figure 1 : Carte des commune intégrées dans la zone de Chalandise

Figure 2 : Implantation prévue

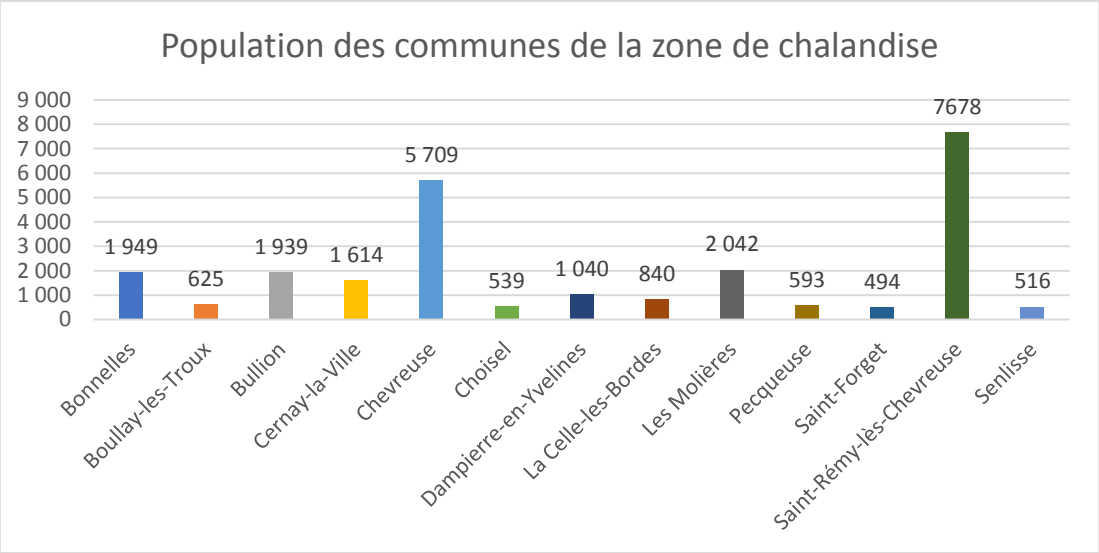
Figure 3 : Positionnement de la zone de chalandise dans le territoire du PNR



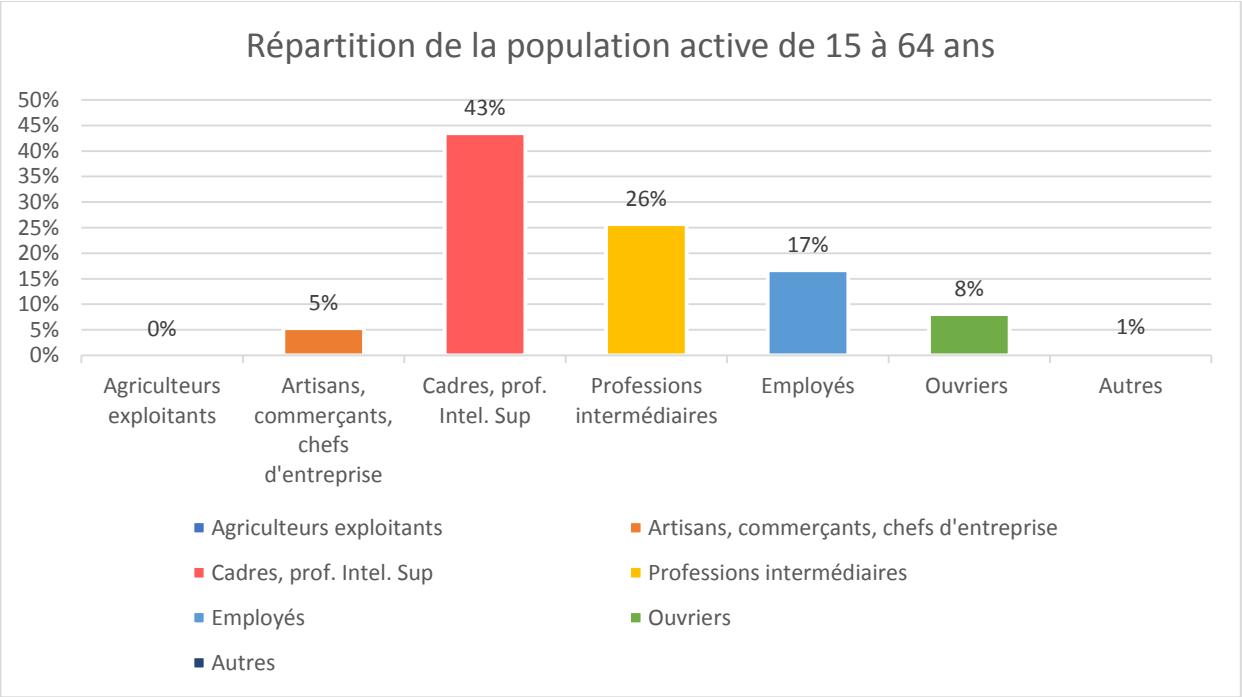
1.2- *Etape 1 : Etude de la demande locale potentielle*

1.2.1- Etude de la population

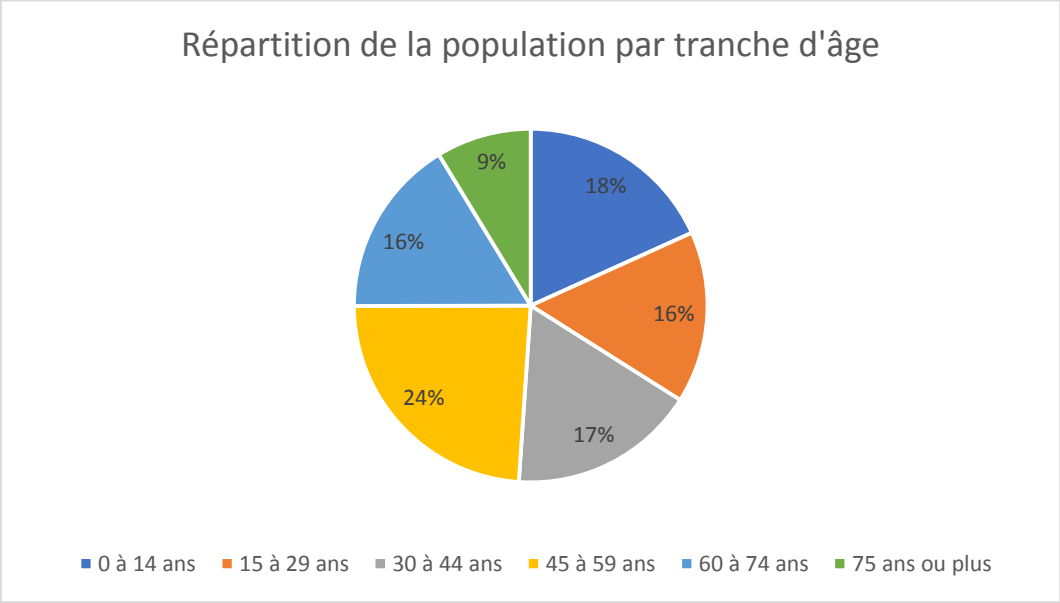
La population totale sur la zone sélectionnée est approximativement de 25 600 habitants (données INSEE 2014). La commune d'implantation a pour sa part 539 habitants. La zone de chalandise est constituée de petites communes (entre 500 et 2 000 habitants), à l'exception de Chevreuse (5 700 habitants) et Saint-Rémy-lès-Chevreuse (7 700 habitants). La répartition de la population concernée par commune est représentée dans le graphique ci-dessous.



La population active est principalement composée de cadres et de professions intellectuelles supérieures (43 %), puis de professions intermédiaires (26%). Ceci peut laisser supposer un pouvoir d'achat conséquent et une facilité à aller dans un restaurant de gamme moyenne. Cependant ces informations sont à croiser avec la répartition en classes d'âge et la composition des ménages.



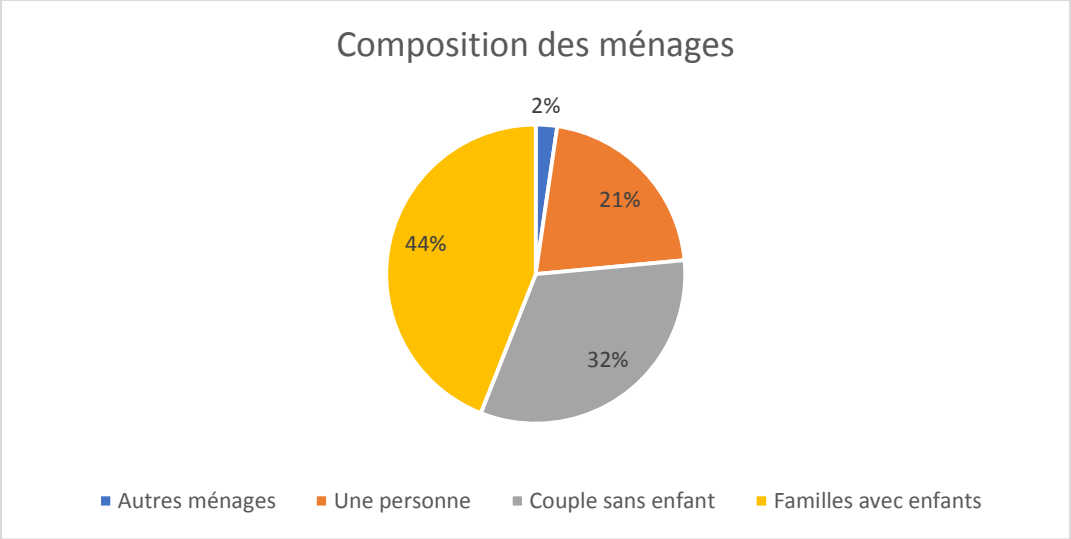
Le graphique ci-dessous montre qu'un petit quart de la population a entre 45 et 59 ans (24 %). En y ajoutant les 30 à 44 ans (24 %), cela donne une population en âge de travailler qui approche de la moitié de la population locale. Les enfants de 0 à 14 ans sont les mêmes que la moyenne nationale (18%). Le taux de fécondité par femme peut donc être estimé à 2,01 comme au niveau national.



Les ménages de la zone sont majoritairement (44 %) constitués de familles (les familles de 3 enfants, voire plus ne sont pas rares), il parait donc opportun de prendre en compte cette population dans l'élaboration de l'offre. La vallée de Chevreuse attire des populations de cadre de Paris et de la proche couronne qui recherchent une meilleure qualité de vie pour élever leurs enfants. Il n'existe aucun restaurant dédié aux familles sur la zone de chalandise, comme cela peut exister sur d'autres territoires. Les familles qui veulent trouver une offre de restauration accessible financièrement et permettant aux enfants de jouer n'ont que

l'offre du restaurant Mac Donald de Gif-sur-Yvette (8,7 km, 16 min en voiture), qui propose une structure de jeu intérieure.

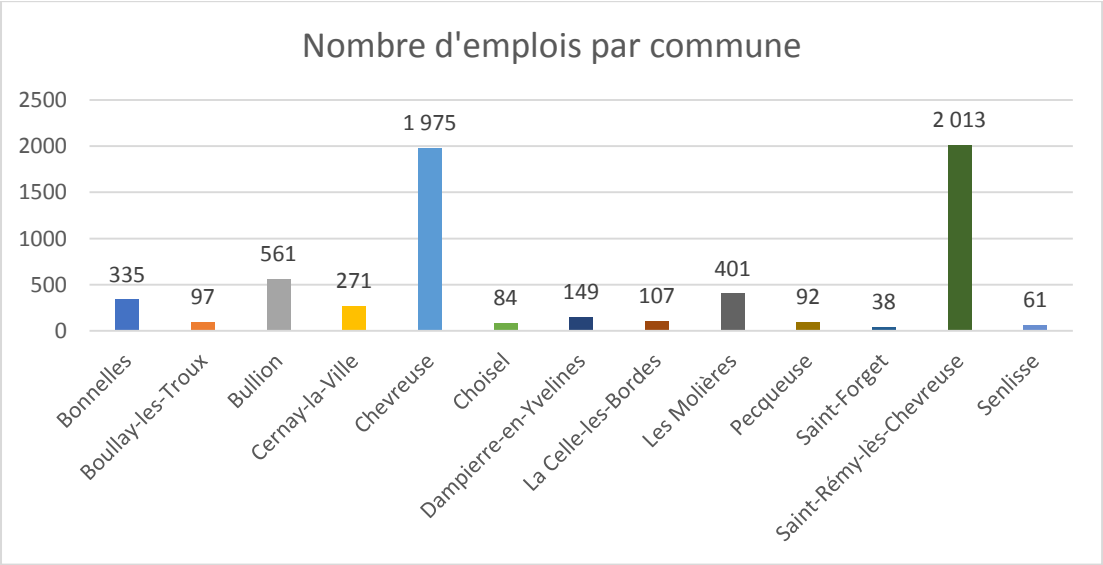
La deuxième tranche de ménage en proportion sont les couples sans enfants (32 %). En prenant en compte le fait que la population est plutôt composée de cadre cela pourrait conférer potentiellement un pouvoir d'achat relativement important à ces personnes.



1.2.2- Etude de la zone d'emploi

Au total 6 184 emplois sont recensés sur la zone de chalandise. Les emplois sont principalement proposés dans les communes de Chevreuse et Saint-Rémy-lès-Chevreuse, les deux plus grosses communes de la zone de chalandise, autour de 2000 emplois. Les autres communes rassemblent toutes moins de 561 professionnels.

Les emplois sur la zone sont donc peu nombreux, surtout à proximité immédiate du lieu d'implantation prévu. De plus les deux communes qui ont le plus d'emplois ont aussi une offre de restauration qui peut convenir pour le déjeuner. De ce fait, le potentiel de clientèle professionnelle, pour des déjeuners, parait à première vue fortement limitée. Toutefois cette clientèle potentielle, même si elle est peu importante, nécessiterait une étude spécifique plus approfondie afin d'appréhender les besoins non satisfaits à ce jour et des opportunités que pourraient représenter le projet objet de la présente étude.



1.2.3- Etude du tourisme du secteur

Le château de Breteuil, dont le nombre de visiteurs annuels est estimé à environ 50 000, est à proximité de l'implantation prévue. La sortie de service donne sur le rond-point central de Choisel, en face du local repéré. Cependant il n'est pas possible d'utiliser cette sortie pour les visiteurs, en voiture ou piétons. L'entrée principale est située à l'opposée et cela contraint les visiteurs à faire un détour de 4 km (8 min en voiture) pour l'atteindre. Sans indication spécifique à partir du château, il parait peu probable que des visiteurs viennent jusqu'au centre de Choisel pour déjeuner ou diner. En repartant du château par les départementales, les visiteurs iraient plus probablement à Cernay (proposant une offre de restauration large, à 5,4 km), ou éventuellement aux Molières (deux restaurant, dont un ayant une forte notoriété, à 5,1 km).

Un deuxième château est encore plus proche : le château de Méridon, à Chevreuse, 2,8 km et 7 min en voiture. Celui-ci n'accueille pas du public, mais des tournages et des évènements.

Le centre-ville de Choisel est sur le parcours de plusieurs chemins de randonnées, avec une incitation à visiter le petit centre-ville préservé, l'église et le lavoir.

Choisel est sur le tronçon Ile-de-France, d'une route vélo, la Véloscenie 40, qui va de Paris au Mont Saint-Michel. Le trajet balisé passe juste devant le local prévu.

La zone d'étude est aussi un lieu de rendez-vous des motards le week-end, qui profitent des paysages du PNR et des routes en lacets.

Cependant il est à noter que le centre de Choisel est en dehors des routes principales. Les trajets privilégiés par les habitants du secteur sont plutôt sur les départementales qui entourent de manière triangulaire Choisel, entre Chevreuse, Cernay et les Molières. En l'absence de trafic routier en centre-ville, il parait peu probable que des personnes passant en voiture repèrent le restaurant. Des observations sur place ont de plus donné un aperçu des trajets utilisés, avec quelques voitures qui traversent le centre-ville de manière très rapide, et surtout sur l'axe Herbouvilliers – D906. Ceci pourrait laisser supposer que ce sont des personnes du hameau d'Herbouvilliers (inclut dans la commune de Choisel) qui cherchent à rejoindre au plus court une départementale.

De plus, comme il n'y a pas d'autres offres commerciales à proximité, de type restauration ou autre commerce, le chaland ne sera pas spontanément attiré par la zone. L'implantation d'un restaurant nécessite donc de pouvoir proposer une offre particulièrement attractive, avec une identité fortement marquée.

1.3- *Etape 2 : Etude de l'offre du secteur*

1.3.1- Les tendances globales sur le secteur de la restauration

Après le recul conséquent de la consommation alimentaire hors domicile en 2014 et 2015 (-0,11 % et -0,15 % conformément) le marché a vu une croissance inattendue de 1,61 % en 2016 avec un chiffre encore plus élevé pour la restauration commerciale, qui a bénéficié d'une croissance de 1,84 % par rapport à 2015. Cependant la répartition dans le secteur montre des résultats qui ne sont pas tout à fait favorables à la restauration traditionnelle : du fait de l'augmentation du chômage, du travail à temps partiel et du travail à la maison, ainsi que de la baisse du pouvoir d'achat, moins de personnes viennent au restaurant le midi. Pour ceux qui le font, leur choix est plutôt en faveur des restaurants collectifs ou des restaurants rapides. Le marché du service à table perd progressivement des parts par rapport à la vente au comptoir, et les restaurateurs notent une baisse de la fréquentation et du ticket moyen.

Pour les restaurants traditionnels le ticket moyen repas (hors boisson) est de 21,80 €, ce qui dépasse plus de deux fois le ticket moyen pour la restauration commerciale en général. Celle-ci a traversé une baisse depuis 2015 et le ticket moyen est descendu à 8,66 €. Pour l'ensemble de la restauration, le chiffre d'affaire moyen par établissement est de 386 000 €, avec une moyenne de 54 couverts par jour (en 2015). Les

différentes sources expertes consultées ne font pas toujours les mêmes estimations des tendances du marché, mais leurs recommandations suivent la même logique : le marché est favorable aux restaurateurs qui savent s'adapter aux nouvelles attentes des clients. Les experts recommandent de prendre compte :

- L'attrait pour les produits locaux : 66 % des consommateurs achètent un maximum de produits locaux et 73 % consomment de plus en plus du fait maison, en évitant au maximum les produits industriels et surgelés ;
- Les produits issus de l'agriculture biologique : 45 % des consommateurs en achètent régulièrement ;
- La tendance « healthy » (un mode de vie sain) : intérêt exprimé par 37 % des consommateurs, 76 % intègrent régulièrement des légumes au sein de leur pause déjeuner ;
- Les consommateurs privilégiant des régimes alimentaires spécifiques (végétarien, sans gluten, etc…).

En outre, des experts du secteur[1] font les recommandations suivantes :

- Adapter ses offres pour répondre aux nouveaux « instants de consommation » (ex : petit déjeuner, brunch, etc.) ;
- Prendre en compte le virage du numérique (ex : accès Wifi dans le local, communiquer sur les offres, susciter l'achat en ligne, processus de réservation et de commande informatisé, etc.) ;
- D'imaginer des concepts nouveaux mettant l'accent sur la qualité (ex : « Fast Casual », restauration rapide de qualité).

De manière générale, le marché se stabilise, voire remonte légèrement, mais il est atomisé en raison d'une croissance du nombre d'établissements plus forte que celle du volume d'affaires. Le secteur ne se développe pas par l'augmentation des chiffres d'affaires des établissements, mais grâce au nombre de créations, qui augmente. Ce qui dénote d'un risque plus important de fermeture des établissements. La plus grande difficulté de l'activité de restauration n'est pas d'ouvrir l'établissement mais de le pérenniser.

Cependant, le chiffre d'affaire moyen par établissement est en hausse chez les indépendants (contrairement à celui des chaînes). Ce qui confirme la pertinence d'un positionnement de niche (produit locaux, produits bio, etc.). De plus, pour augmenter le chiffre d'affaires, il est conseillé d'adapter son offre en répondant de manière opportuniste à l'envie du consommateur, « à l'endroit et au moment même où il se manifeste ».

Selon l'AFE (Agence France Entrepreneur)[2], pour faire face à la conjoncture le restaurant aura intérêt à :

- Élargir son offre commerciale : proposer des « formats express » et des buffets, généralement très appréciés par les consommateurs.
- Chercher à relancer la fréquentation en semaine : dissocier la carte entre midi en semaine, et soir ou week-end, se positionner sur des « after work » (un « nouveau moment de consommation » entre 18 h et 20 h, surtout pour les étudiants et jeunes actifs), développer la vente à emporter et la livraison.
- « Jouer sur la transparence » : communiquer sur l'origine des ingrédients, ouvrir la cuisine sur la salle (pour bénéficier d'une image et de modernité vis-à-vis du consommateur), proposer plusieurs tailles de portion.
- Proposer un concept singulier : il existe un potentiel commercial plus important pour les restaurations à thème (ex : salade bar, etc.).
-

[1] Source : Cabinet Gira Conseil pour le journal L'Hôtellerie Restauration - Article paru le 13 juillet 2017
[2] Dossier Projecteurs de l'AFE - Restauration traditionnelle : https://www.afecreation.fr/librairie/hotellerie-cafe-restauration/72-restauration-traditionnelle.html

1.3.2- Contexte et tendances de l'activité de restauration sur la zone de chalandise

D'après l'analyse réalisée par la CCI[3] pour les besoins de cette étude, ce projet d'implantation s'inscrit dans un contexte peu favorable avec selon ses termes :

- « Une offre de restauration en baisse,
- Un chiffre d'affaires du secteur en forte régression,
- Une baisse des dépenses de restauration des habitants,
- Une hausse de l'évasion en dehors de la communauté de communes. »

Mais ce projet est aussi un défi à relever voire une opportunité dans la mesure où « un renforcement de l'offre, via l'ouverture d'un restaurant à Choisel, pourrait contribuer à renforcer l'attractivité de la communauté de communes de la Haute Vallée de Chevreuse en matière de restauration et donc à baisser l'évasion des habitants vers l'extérieur de ce territoire. »

1.3.3- Analyse de l'offre existante et positionnement commercial des restaurants implantés sur la zone de chalandise

L'activité principale qui sera confrontée à de la concurrence dans le secteur est l'activité de restauration. En effet de nombreuses offres existent sur la zone de chalandise. Cette étude a permis de repérer 35 restaurants et Food Trucks, de gammes différentes, de la restauration rapide à la haute gastronomie. De plus il est à noter que les personnes peuvent aussi se fournir pour leur déjeuner dans les boulangeries et épiceries de la zone de chalandise.

Deux restaurants gastronomiques haut de gamme existent dans ce secteur (entre 80 € et 100 € pour un repas) : la Table des Blots et la Table du Prieur de l'Abbaye des Vaux de Cernay, dont la réputation peut attirer des clients jusqu'à Paris. Ce positionnement pourrait être possible d'un point de vue commercial, car il rayonne bien au-delà de la zone de chalandise, cependant il demanderait de consacrer le local uniquement à cette activité (plus d'espace commercial) et de trouver un porteur de projet dans cette gamme d'excellence. Cela n'en ferait pas un lieu de vie et de rencontre pour les habitants de Choisel, ni une offre attractive pour les autres habitants et professionnels de la zone de chalandise.

L'offre est abondante dans la restauration de gamme moyenne (repas entre 25 € et 70 €) : 8 restaurants, dont 2 à Chevreuse, 2 à Dampierre, 2 à Cernay-la-Ville, 1 à Saint-Rémy-lès-Chevreuse et 1 à la Celle-les-Bordes. Ce positionnement parait trop concurrentiel et ne permettrait pas d'attirer de manière régulière les habitants de la zone, et cela ne répond pas non plus à la demande d'en faire un lieu de vie dans le village.

Pour attirer davantage de clients locaux, habitants ou professionnels, et apporter de la vie au centre-bourg, un positionnement sur des tarifs abordables parait plus opportun, voire avec une offre complémentaire en restauration rapide. Seulement deux restaurants (permanents) sur le positionnement « Fast Food » ont été repérés sur la zone, 1 à Saint-Rémy-lès-Chevreuse et 1 à Bonnelles. 12 offres dont 10 restaurants, un Food Truck changeant tous les mois et un Food Truck itinérant ont été repérés sur le positionnement intermédiaire, avec des tarifs pour un repas entre 11 € et 20 € et des menus enfants autour de 8 €.

[3] Résultats de l'étude de la CCI joints en annexe

La liste de ces restaurants et leurs offres sont présentées dans le tableau ci-dessous :

Commune	**Nom du restaurant**	**Positionnement**	**Gamme de prix**
Cernay-la-Ville	L'Annexe (Les Salons Léopold)	Foodtruck changeant	
Cernay-la-Ville	La Chaumière	Cuisine de bistrot, sandwichs	
Chevreuse	L'1Prevu	Restaurant européen : italien, français	Menu 11,50 €
Chevreuse	Café-tabac de la Mairie	Cuisine traditionnelle	
Dampierre	Café de la Poste	Brasserie - Bistrot	Menus 14-18€
Dampierre	**Le Petit Chalet**	**Restauration traditionnelle**	**Menus 21€, 8€ (enfants) - Carte 30€**
La Celle-les-Bordes	Les Cinq Anneaux	Restauration traditionnelle	Menu 13,5€ (semaine) - Carte 25-30€
Les Molières	**Le Chat Botté**	**Cuisine bistrot, crêpes et gaufres (salées et sucrées)**	**Menu 20 € (semaine) - Carte 20-50€**
Les Molières	Au Point Bar	Cuisine bistrot	Prix moyen repas 11€-15 €
Pecqueuse	Entrepot'es	Restauration traditionnelle	Menus 13€-16€ (semaine) et 16€-25€ (WE)
Senlisse	**L'Ermitage**	**Restaurant + bar + salon de thé**	**Prix moyen repas 24 €**
Itinérant	Mijote et Sucrine	Food Truck	Prix moyen repas 12 €

Parmi ces restaurants, le Petit Chalet et l'Ermitage bénéficient d'une forte notoriété pour leurs tarifs abordables, combinés à une identité marquée, assez originale. L'Ermitage est connu pour être le restaurant des motards, dans un beau cadre naturel, avec une terrasse en bord de lac. Il est situé sur le trajet des motards qui visitent le parc le week-end. Le Petit Chalet propose un « cadre surprenant », avec une décoration chaleureuse et il est situé en centre-ville de Dampierre, à proximité d'autres restaurants.

Un autre restaurant, qui est isolé dans son secteur est le Chat Botté, aux Molières. Cependant, celui-ci est sur une route passante et a compensé son isolement commercial par des concepts originaux à la fois sur la décoration (tirée des contes, en écho aux expositions permanentes du Château de Breteuil) et sur la cuisine (plats à base de gaufres et de glaces salées).

On peut noter, à l'opposé, les Cinq Anneaux de La Celle-les-Bordes qui propose une cuisine classique de qualité et abordable, mais n'attire qu'une clientèle d'habitués, en l'absence de communication appuyée, d'une identité remarquable et de la présence d'autres restaurants à proximité. Un restaurant de centre-ville à Choisel serait confronté au même risque.

1.3.4- Analyse de l'offre complémentaire en commerces alimentaires de proximité

Afin de compléter cette étude de la façon la plus exhaustive possible et pour être en cohérence avec les retours de l'enquête auprès de la population, l'analyse de la concurrence a également porté sur l'étude des commerces alimentaires tels que les boulangeries, les supermarchés et les épiceries fines.

Sur la zone de chalandise on trouve ainsi l'offre complémentaire suivante :

10 boulangeries réparties dans les 7 villes suivantes :

Commune	Nom de la boulangerie	Temps en voiture	Nombre de km
Chevreuse	Boulangerie-Pâtisserie du Château	5 min	3,5 km
Chevreuse	La Flute Dessaux	5 min	3,4 km
Chevreuse	Aux Doux Delices	6 min	3,7 km
Saint-Rémy-lès-Chevreuse	La boulangerie des six moulins	7 min	5,5 km
Saint-Rémy-lès-Chevreuse	Fremont Christophe	9 min	5,8 km
Dampierre-en-Yvelines	Le Coin Des Gourmands	7 min	4,7 km
Cernay-la-Ville	Boulangerie de Cernay	6 min	4,7 km
Les Molières	La Boulangerie des Molières	7 min	4,8 km
Bullion	La Boulangerie des Six Moulins	12 min	10,7 km
Bonnelles	Boulangerie Le Corno	15 min	12,9 km

5 supermarchés et 7 épiceries dont 2 épiceries fines réparties dans les 6 villes suivantes :

Commune	Type de commerce	Nom	Temps en voiture	Nombre de km
Chevreuse	Supermarché	Carrefour Express	5 min	3,3 km
Chevreuse	Supermarché	CBio Chevreuse	7 min	4,8 km
Chevreuse	Épicerie	Coccinelle Express	5 min	3,6 km
Chevreuse	Épicerie fine	Quinthesens	7 min	4,0 km
Saint-Rémy-lès-Chevreuse	Supermarché	Carrefour Market	14 min	7,9 km
Saint-Rémy-lès-Chevreuse	Épicerie	Superette de la Gare	8 min	5,6 km
Saint-Rémy-lès-Chevreuse	Épicerie fine	Lieu-dit	8 min	5,5 km
Dampierre-en-Yvelines	Épicerie	Dampierr'Shop	7 min	4,7 km
Cernay-la-Ville	Épicerie	Petit Casino	6 min	4,7 km
Les Molières	Épicerie	Entre la poire et le fromage	7 min	4,8 km
Bonnelles	Supermarché	Carrefour Contact	16 min	13,1 km

1.3.5- Analyse du positionnement commercial des commerces

Pour l'activité de vente de produits alimentaires, et notamment de produits locaux, la question de la concurrence se pose différemment, car il n'y a aucun commerce de ce type à Choisel, ni dans un rayon de 3 km (4 min en voiture). L'épicerie la plus proche est un Carrefour Express à Chevreuse. La proximité

géographique de l'offre et sa concentration en un seul lieu pourraient ainsi provoquer plus facilement l'acte d'achat. Pour les produits issus des filières locales, les personnes qui les achetaient de manière opportuniste dans les différents points de production éparpillés dans le parc pourraient apprécier de les trouver rassemblés.

Le commerce le plus proche est la Jardinerie de Chevreuse, à 1,8 km et 3 minutes en voiture. Ce commerce propose des produits extrêmement divers :

- Des produits pour le jardin (végétaux, semences, terres et engrais, aménagements extérieur et outillages),
- Une animalerie (alimentation, accessoires, santé et soins, …)
- **De l'alimentation (des fruits et légumes, de la charcuterie, de l'épicerie fine, des produits locaux, artisanaux),**
- Des objets de décoration intérieure (meubles, art de la table, …),
- Des produits de bien-être (soins du corps, senteurs et parfums, …), des cadeaux divers…
- Un rayon enfant et des idées cadeaux diverses

A noter aussi, la Ferme de la Noue à La Celle-les-Bordes (10 km – 12 min en voiture) qui propose différents produits faits maison et des formules pour les visiteurs et randonneurs :

- Fromage de chèvre bio et lait cru bio de chèvre
- Miel,
- Jus de pommes
- Pâté de campagne, de tête
- Pâté de brebis
- Quelques plats cuisinés,
- Goûter (forfait de 1 à 20 personnes : 128 €, à partir de 20 personnes : 6.40 € par personne)
- **Autres formules à la demande : panier pique-nique fermier pour randonneurs : 20 €, repas chaud servi à table 25 €, etc…**

1.3.6- Retour d'expériences similaires en milieu rural

Le DLA (Dispositif Local d'Accompagnement) accompagne des acteurs de l'économie sociale et solidaire sur tous les territoires de France. Au travers des retours d'expérience des accompagnements d'initiatives similaires en milieu rural, il est possible de tirer des enseignements en termes de développement économique et de proposer quelques initiatives de références.

D'un point de vue viabilité économique, sur certains territoires ruraux, la possibilité de (ré-)implantation de commerces ou d'activité de restauration ou de café, ne peut se concevoir que dans le cadre de l'économie sociale et solidaire. En effet, ces projets ne peuvent pas atteindre une rentabilité économique de manière « classique ». Le potentiel commercial n'existe pas, a priori, et il est nécessaire de le générer par la mise en place d'une dynamique locale et collective, co-impliquant les collectivités et les habitants. Ces lieux deviennent ainsi hybrides d'un projet de territoire et d'initiatives locales, notamment portées par des associations. Les statuts qui sont alors utilisés sont soit associatif, soit coopératif, avec l'émergence du statut SCIC (Société Coopérative d'Intérêt Collectif), pour affirmer le partenariat entre la / les collectivités et les habitants.

Des initiatives de référence en matière de restaurants / café en milieu rural :

Nom de la structure	Territoire	Activités	Site Internet
La Petite Fabrique Solidaire	Corrèze	Café associatif, panier bio, festival de rue, transition alimentaire, dépôt vente de produits locaux…	fabriquesolidaire.wifeo.com/
Le Là I tou / La Coudée	Côte d'Or	Bar culturel, espace de proximité pour décloisonner les générations, créer des savoirs	lacoudee.fr/la-coudee-2/
Le Pot Commun	Morbihan	Café-concert, marché bio…	www.lepotcommun.com/
Goasven	Finistère	Point de vente collectif (207 « actionnaires habitants »), agriculture paysanne, café associatif…	goasven.fr
L'Ecume du Jour	Oise	Resto bistro associatif (sans alcool), réseau d'échange réciproque de savoirs, animations culturelles	ecumedujour.org/
Le Champ Commun	Morbihan	Coopérative d'habitants qui porte un café / bistrot vendant des produits locaux	www.lechampcommun.fr
Epissure	Finistère	Épicerie associative	epissure.fr/
Comptoir de Campagne	Loire	Épicerie multi-services	comptoirdecampagne.fr

De plus pour créer de l'animation et du passage, une piste pourrait être étudiée avec la mise en place au sein de l'implantation d'un espace de Coworking, Fab-Lab ou « Tiers Lieu », qui pourrait créer un espace de rencontre pour les indépendants du secteur, les étudiants, les associations. Cette piste n'a pas du tout été étudiée et serait à creuser en termes d'opportunité commerciale. Des ressources en ligne :

- Le manifeste des Tiers Lieux : movilab.org/index.php?title=Le_manifeste_des_Tiers_Lieux
- Les Fab Lab : fab.cba.mit.edu/
- Charte des Fab Lab : fab.cba.mit.edu/about/charter/

II- Réalisation de l'enquête auprès de la population locale

2.1- *Présentation du questionnaire et diffusion*

2.1.1- Elaboration du questionnaire pour l'enquête

Un questionnaire a été élaboré en collaboration avec la Mairie de Choisel et le PNR pour une diffusion par Internet et en version papier auprès des habitants et professionnels de la zone de chalandise.

Le questionnaire dans sa version finale est présenté en annexe de ce document, ainsi que le flyer ayant permis d'informer sur l'étude et la possibilité de remplir le questionnaire en ligne. Le questionnaire en ligne (Google Drive) était accessible à l'adresse suivante : https://googl/forms/LUANexG0rzbZLyBz2

2.1.2- Modalités de diffusion du questionnaire

Afin de faire connaitre l'étude au plus grand nombre d'habitants et de professionnels de la zone de chalandise des flyers ont été distribués :

- A la sortie de l'école de Boullay-les-Troux,
- A certains commerçants de la ville de Molières pour diffusion auprès de leurs clients,
- Dans toutes les boites aux lettres des entreprises du domaine de Saint Paul,
- Au Haras de Malvoisine, et à la société Thuilleaux, ainsi que dans les boites aux lettres situées à proximité
- A l'entrée d'une école maternelle/primaire de Chevreuse
- A l'entrée d'une crèche de Chevreuse
- A des passants dans la rue de Chevreuse, Dampierre et Senlisse
- A des commerçants de Chevreuse et Dampierre

Pour susciter une participation directe en ligne des envois de mails groupés ont été réalisés, vers des contacts ciblés et qualifiés. Au final 356 ont été délivrés :

- ➔ Auprès des contacts de BGE Yvelines présents dans la zone de chalandise (porteurs d'entreprises, Mairies) : 95 adresses repérées, et 73 mails livrés.
- ➔ Auprès des professionnels (entreprises et associations) de la zone de chalandise, recherche à partir des sites Internet des communes : 324 adresses repérées et 283 mails livrés.

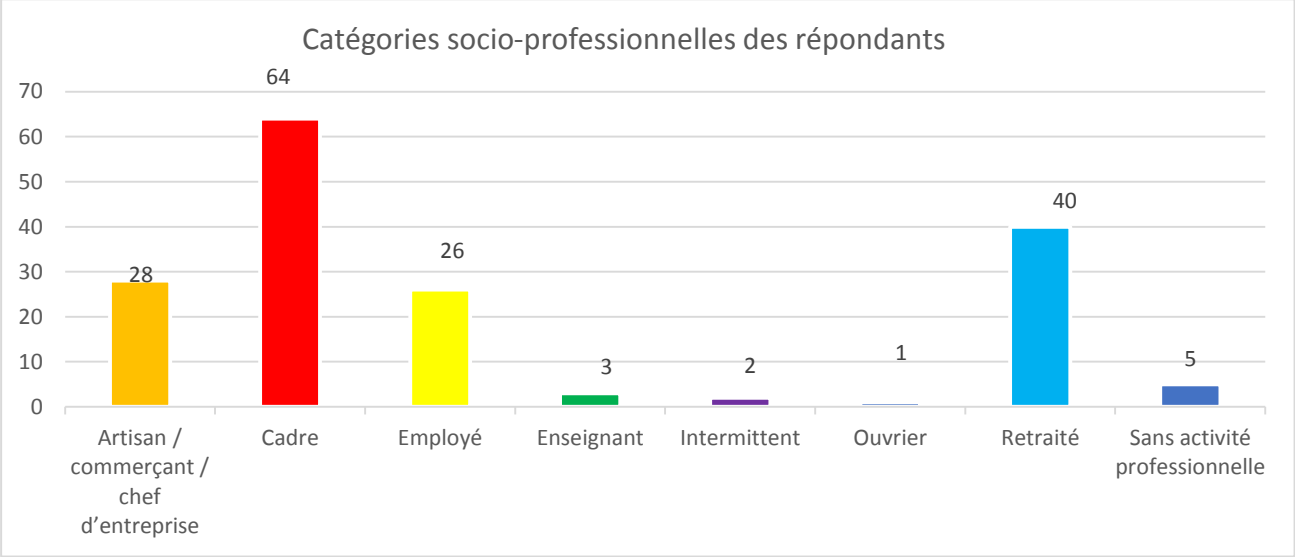
De plus des relais d'information complémentaires ont été trouvés et mobilisés pour une diffusion à leurs membres ou en ligne : l'association Union des Amis du Parc Naturel, qui rassemble toutes les associations ayant un lien avec le PNR, le blog de Chevreuse (leblogdechevreuse.hautetfort.com/), l'association Saint-Rémy Environnement, …

2.1.3- Synthèse des données obtenues exploitables

2.2- *Présentation des répondants*

2.2.1- Caractéristiques de la population des répondants

Ce sont au total 169 personnes dont 29 sous format papiers qui ont répondu au questionnaire. Sur les 169 participants, 89 sont des habitants de Choisel, soit approximativement 1/5 de la population de Choisel. Tenant compte de la répartition d'âge des participants, qui est très proche de celle de l'INSEE, ainsi que la répartition par catégories socioprofessionnelles, cet échantillon est très représentatif pour cette enquête.



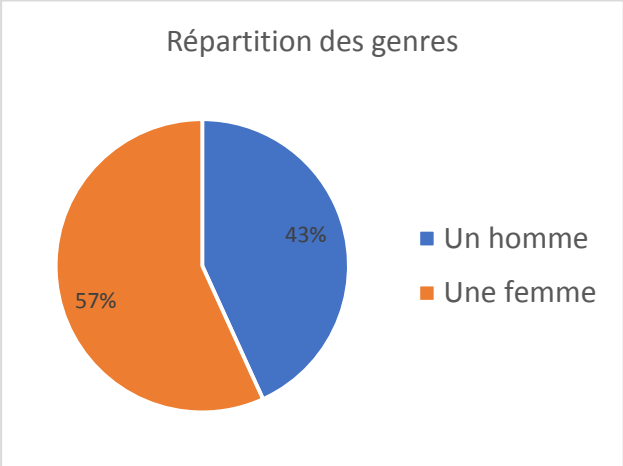
La répartition des répondants en termes de catégories socio-professionnelles correspond à la répartition de la population locale présentée précédemment, avec une émergence encore plus nette des cadres (64 personnes). La deuxième catégorie de population ayant répondu sont les retraités (40 personnes).

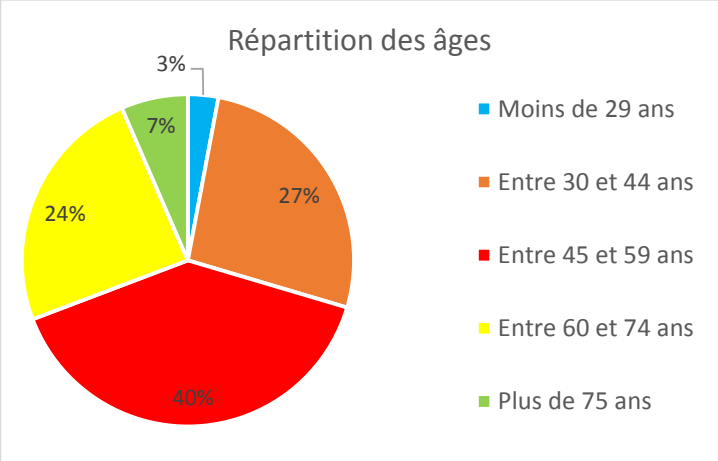
En regard de leur part dans la population de la zone (estimée à 27 % maximum sur la base de l'âge), ceci dénote d'un intérêt important de cette catégorie de personnes pour l'offre de restauration et/ou de commerce. Il est à noter de plus que cette population peut fournir une clientèle importante pour le midi en semaine, en compléments des professionnels.

Avec les artisans, commerçants et chefs d'entreprise, les cadres représentent 54 % des répondants. Les retraités de la zone de chalandise peuvent aussi en partie être d'anciens cadres, ce qui dénote d'un pouvoir d'achat relativement important.

Les femmes ont un peu plus donné leur avis lors de cette enquête que les hommes (57 %).

Les répondants étaient très majoritairement des personnes entre 30 et 75 ans : 90 %.



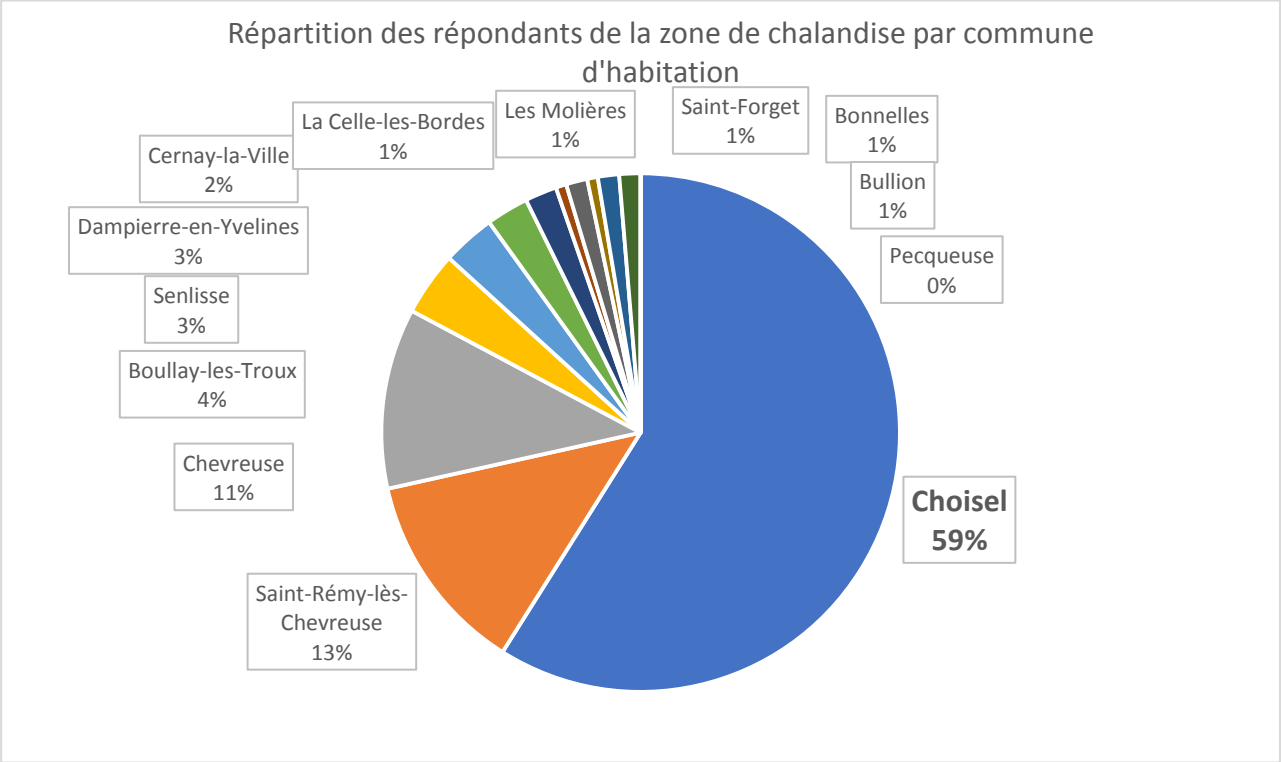


2.2.2- Communes de résidence et de travail des répondants

89 % des répondants habitent la zone de chalandise. Les répondants hors zone de chalandise étaient au maximum 2 par commune, pour des communes attenantes à la zone : Limours, Milon-la-Chapelle, Gif-sur-Yvette. Les communes d'habitation des répondants sont les suivantes :

• Bonnelles • Boullay-les-Troux • Bullion • Cernay-la-Ville • Chevreuse • Choisel • Croisilles • Dampierre-en-Yvelines • Gif-sur-Yvette	• Hermeray • La Celle-les-Bordes • Le-Perray-en-Yvelines • Les Molières • Lévis-Saint-Nom • Limours • Longvilliers • Magny-les-Hameaux • Milon-la-Chapelle	• Palaiseau • Paris • Pecqueuse • Rochefort-en-Yvelines • Saint-Forget • Saint-Lambert-des-Bois • Saint-Rémy-lès-Chevreuse • Senlisse • Versailles

Plus précisément, la répartition des répondants par commune de la zone de chalandise est présentée dans le graphique suivant. Il est à noter une forte participation des habitants de Choisel (59 % des répondants de la zone), ce qui donne davantage de pertinence à la fois en termes quantitatif et qualitatif à cette enquête. Les deux autres communes qui ont fourni le plus de réponses sont Saint-Rémy-Lès-Chevreuse (13 %) et Chevreuse (11 %), ce qui est proportionnellement cohérent avec le nombre d'habitant de ces deux importantes communes.

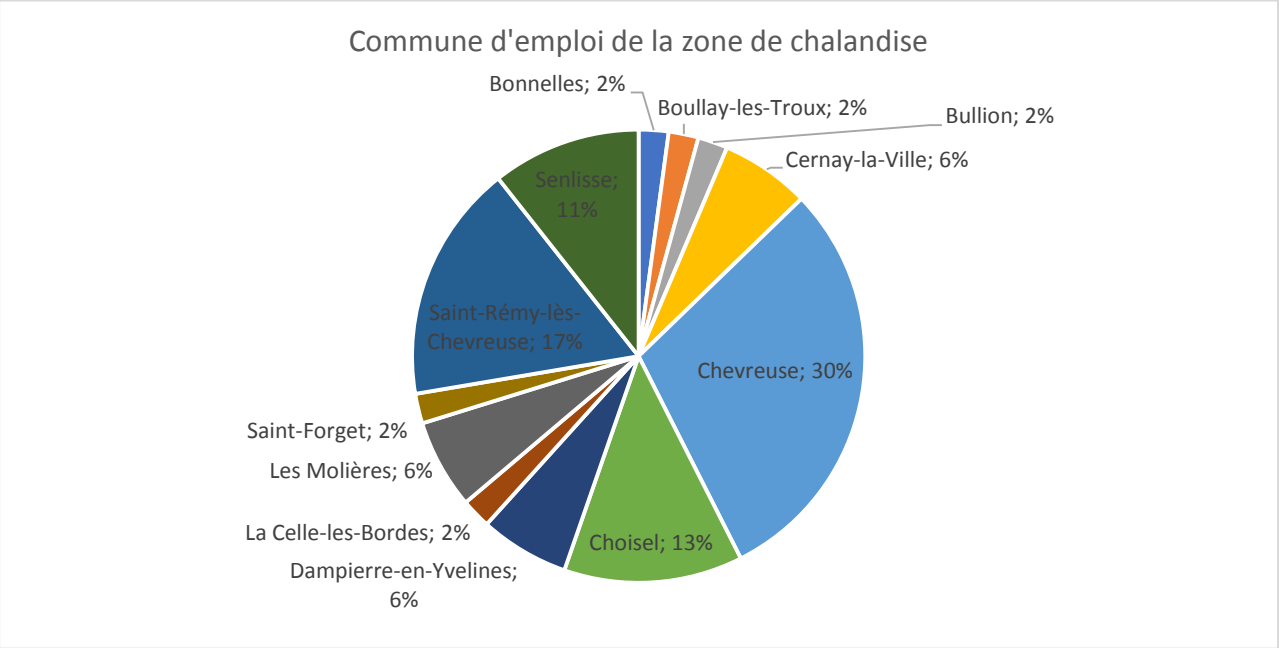


Les répondants travaillent sur tout le territoire des Yvelines (Montigny et Vélizy : 4 répondants) et au-delà, en Essonne, et jusqu'à Paris (15 répondants). 39 % des répondants travaillent dans la zone de chalandise et 61 % en dehors. En regard du nombre de répondant habitant la zone de chalandise (89 %) ceci permet de déduire qu'une grande partie des habitants travaillent en dehors de la zone. En croisant avec le faible nombre d'emploi proportionnément à la population cela permet de confirmer le faible potentiel commercial auprès des professionnels, pour le déjeuner en semaine.

Les communes d'emploi des répondants sont les suivantes :

• Antony • Arpajon • Ballainvilliers • Bonnelles	• Epône • Gif-sur-Yvette • Guyancourt • La Celle-les-Bordes	• Montrouge • Orléans • Orly • Orsay

• Boullay-les-Troux • Boulogne-Billancourt • Brétigny-sur-Orge • Bruyères-le-Châtel • Buc • Bullion • Cernay-la-Ville • Champigny-sur-Marne • Chevreuse • Choisel • Coignières • Dampierre-en-Yvelines • Elancourt	• Le Mesnil-Saint-Denis • Les Essarts-le-Roi • Les Molières • Les Ulis • Levallois • Limours • Longjumeau • Longvilliers • Marly-le-Roi • Massy • Meudon-la-Forêt • Milon-la-Chapelle • Montigny-le-Bretonneux	• Paris • Poissy • Rambouillet • Saclay • Saint-Aubin • Saint-Cloud • Saint-Forget • Saint-Lambert-des-Bois • Saint-Rémy-lès-Chevreuse • Senlisse • Vélizy • Versailles • Viroflay

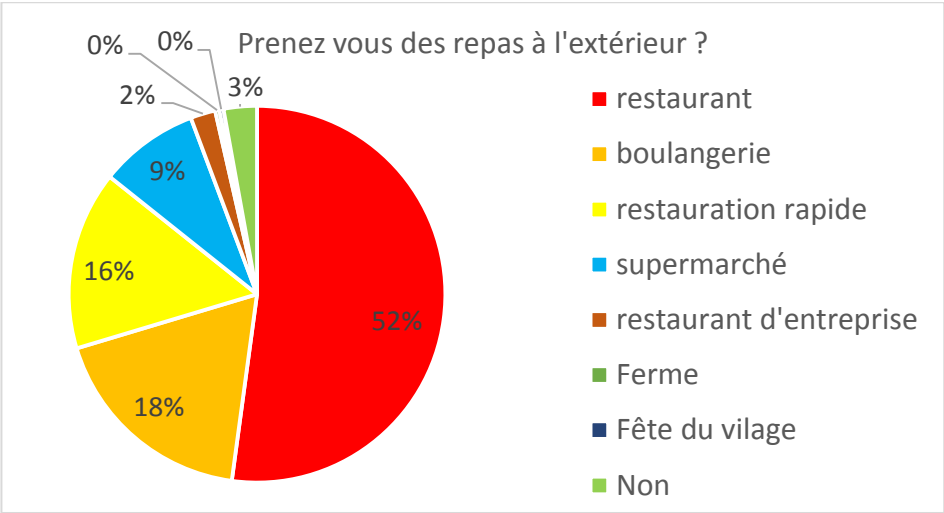


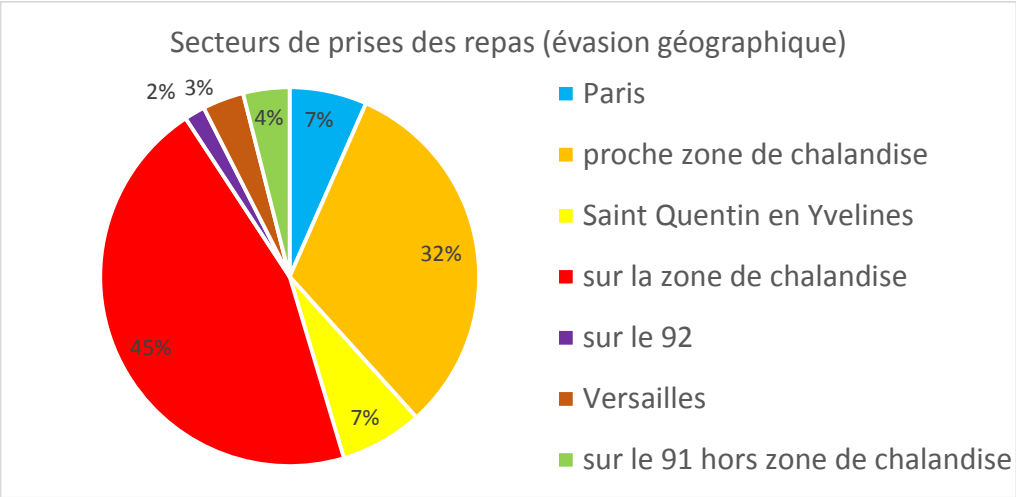
2.3- *Analyse des résultats de l'enquête*

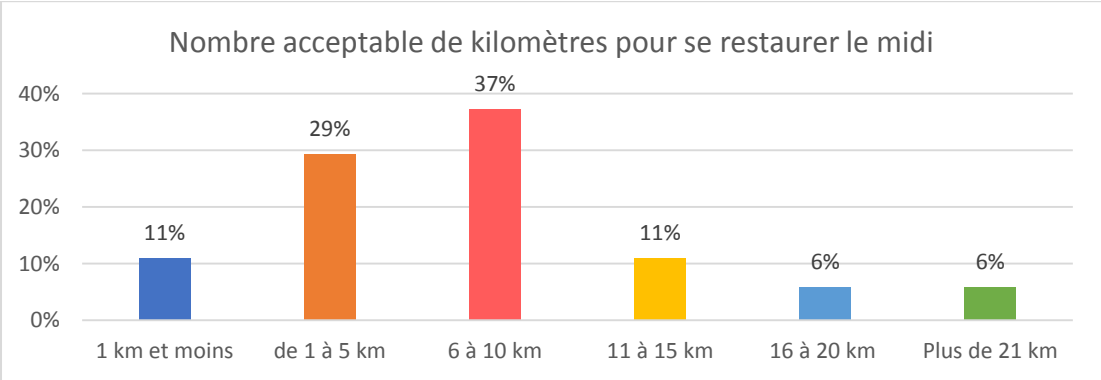
2.3.1- Lieux de restauration des répondants

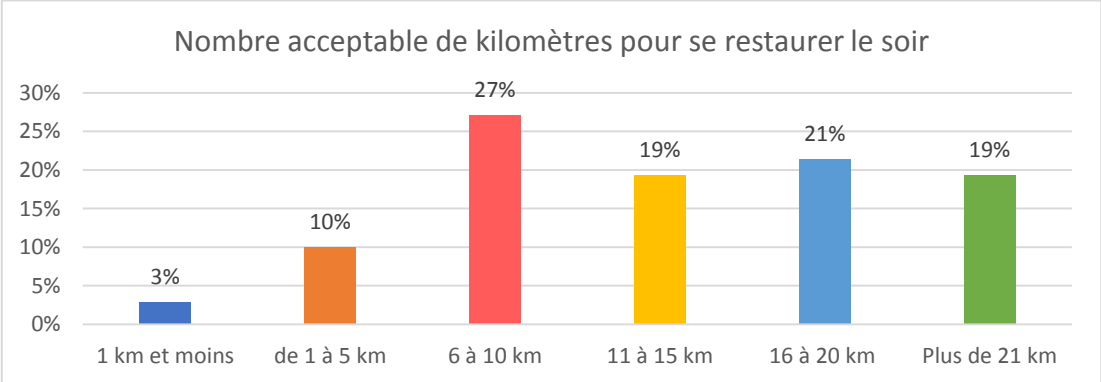
52 % des répondants vont dans des restaurants à l'extérieur. Il est à noter que 18 % prennent leur repas dans une boulangerie (probablement pour le déjeuner, pour les professionnels) et 16 % en restauration rapide.

Les repas sont pris sur la zone de chalandise (45%). Cependant l'évasion est importante, à proximité de la zone de chalandise (32%), voire plus loin (Saint-Quentin-en-Yvelines, Paris).


Prenez vous des repas à l'extérieur ?
0%
0%
2%
3%
9%
16%
52%
18%
restaurant
boulangerie
restauration rapide
supermarché
restaurant d'entreprise
Ferme
Fête du village
Non


Secteurs de prises des repas (évasion géographique)
2%
3%
4%
7%
32%
45%
7%
Paris
proche zone de chalandise
Saint Quentin en Yvelines
sur la zone de chalandise
sur le 92
Versailles
sur le 91 hors zone de chalandise


Nombre acceptable de kilomètres pour se restaurer le midi
40%
30%
20%
10%
0%
11%
29%
37%
11%
6%
6%
1 km et moins
de 1 à 5 km
6 à 10 km
11 à 15 km
16 à 20 km
Plus de 21 km


Nombre acceptable de kilomètres pour se restaurer le soir
30%
25%
20%
15%
10%
5%
0%
3%
10%
27%
19%
21%
19%
1 km et moins
de 1 à 5 km
6 à 10 km
11 à 15 km
16 à 20 km
Plus de 21 km

2.3.2- Habitudes de restauration des répondants

Parmi les répondants, 13 % travaillent à Choisel et 26 % des professionnels sur la zone préfèrent aller se restaurer dans un restaurant le midi. Ce qui dénote d'un léger potentiel du côté des professionnels, mais qui reste à capter.

Il est à noter que la plupart des personnes ne fréquentent pas les restaurants dans la semaine et très peu le font d'une manière régulière :

- 50 % entre une et 4 fois par mois.
- 32 % ne prennent pas du tout de repas à l'extérieur le midi,
- 17 % prennent un repas à l'extérieur une fois par semaine ou plus,
- Le soir en semaine, seuls 2 % des répondants prennent régulièrement un repas à l'extérieur (5 fois ou plus par mois) et 45 % jamais.

Le potentiel commercial de la restauration traditionnelle le soir en semaine n'est pas probant.

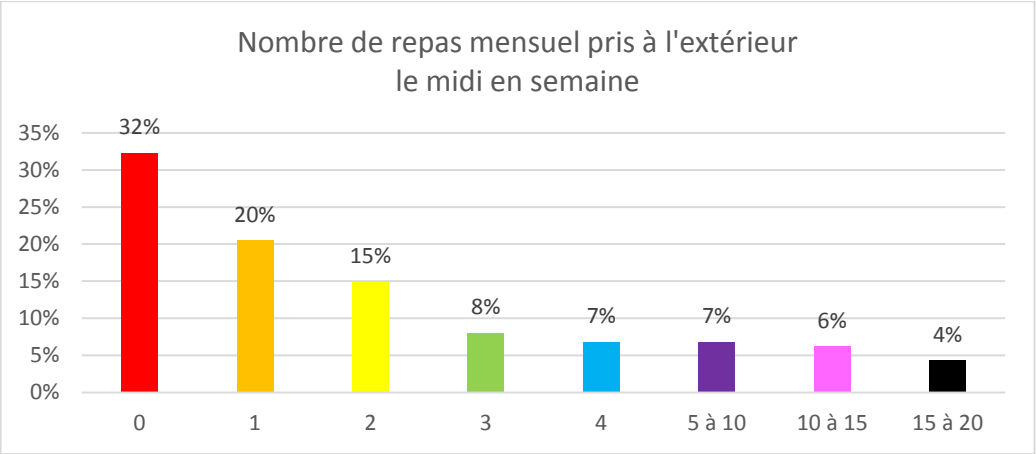
En ce qui concerne le week-end :

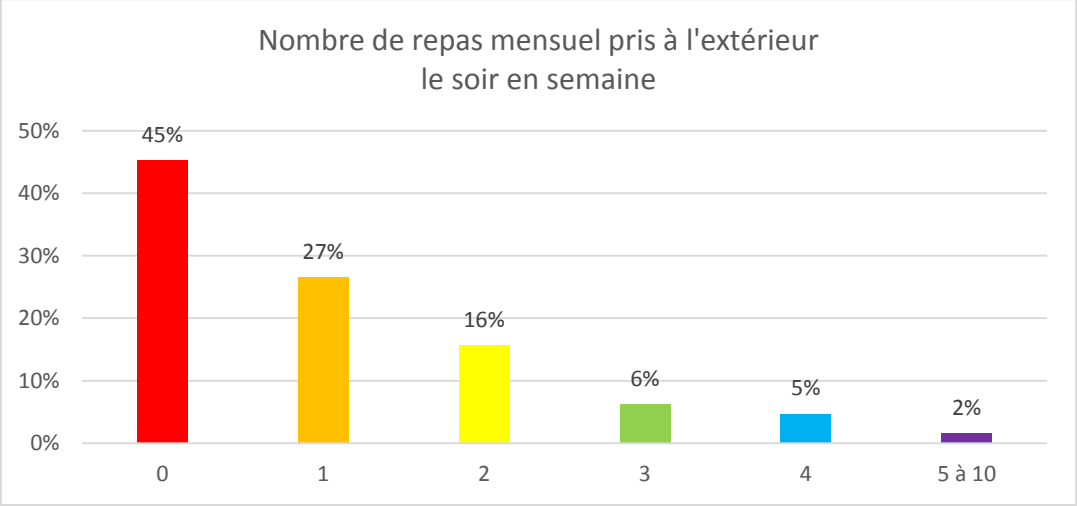
- 47 % des répondants ne fréquentent pas les restaurants le midi
- 37 % y vont 1 fois par mois.
- 43 % prennent un repas à l'extérieur le soir 1 fois par mois.

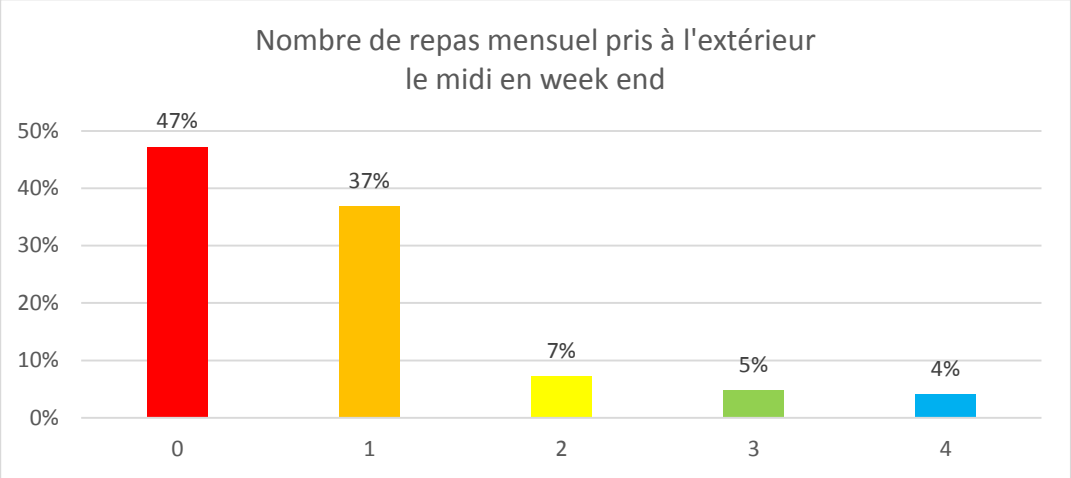
Pour le week-end, en soirée, les chiffres sont plus encourageants, et correspondent aux tendances globales et à la réussite commerciale de certains restaurants de la zone de chalandise.

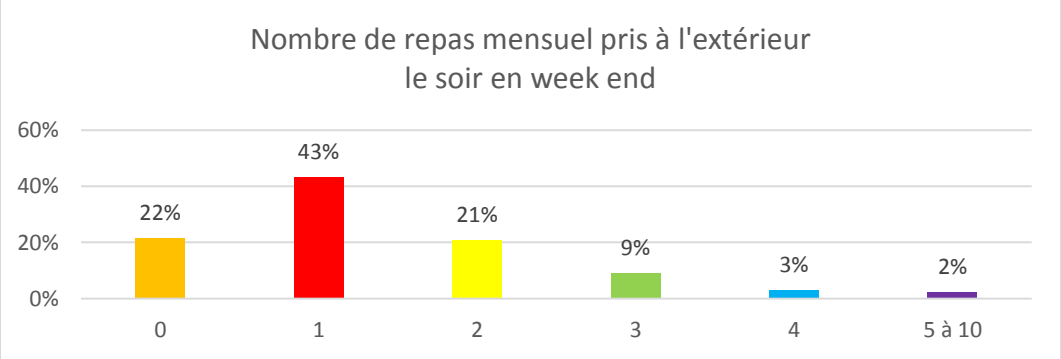
Ces repas sont pris principalement en famille et de manière presque aussi importante avec des amis.

Les résultats détaillés de l'enquête sont présentés dans les graphiques ci-dessous :

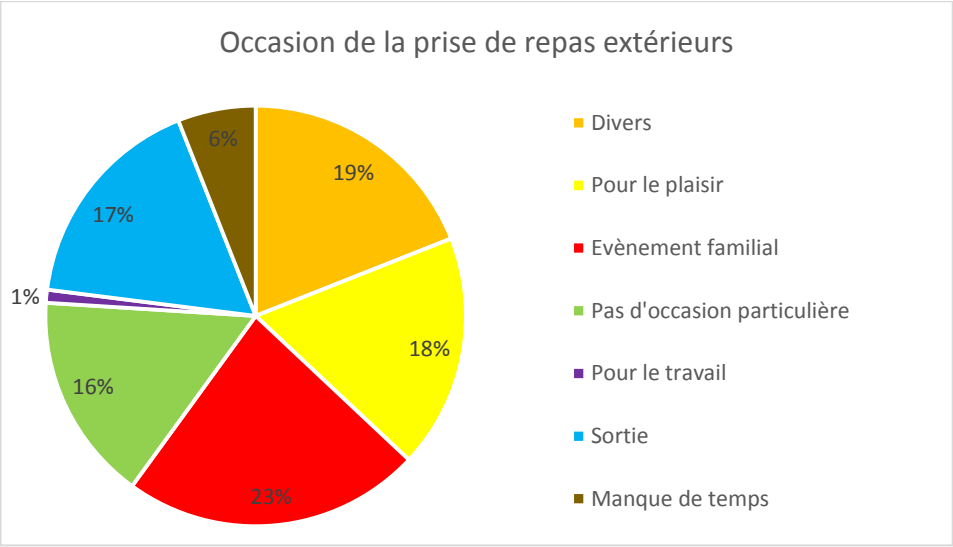


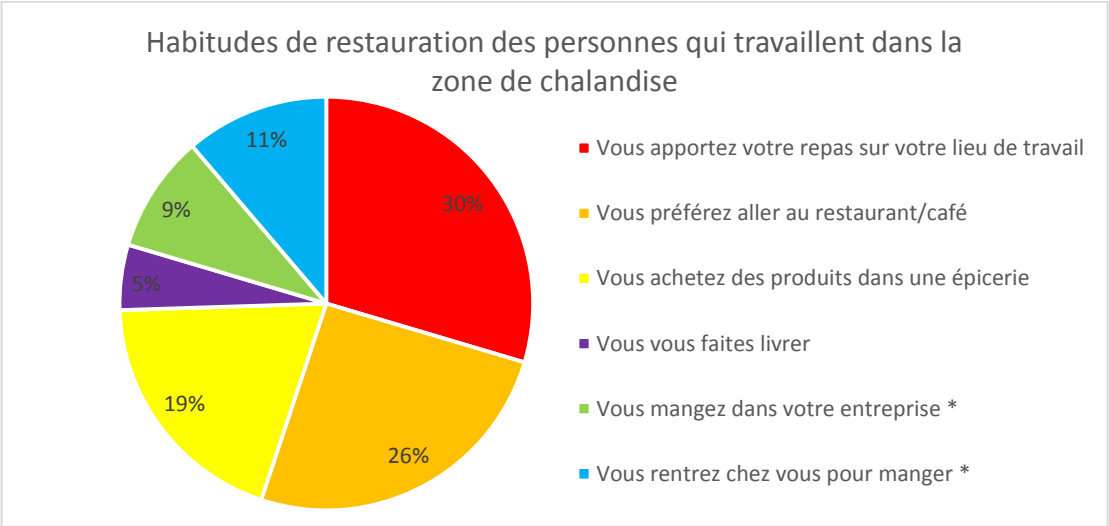

Nombre de repas mensuel pris à l'extérieur
le soir en semaine
50%
40%
30%
20%
10%
0%
45%
27%
16%
6%
5%
2%
0
1
2
3
4
5 à 10


Nombre de repas mensuel pris à l'extérieur
le midi en week end
50%
40%
30%
20%
10%
0%
47%
37%
7%
5%
4%
0
1
2
3
4


Nombre de repas mensuel pris à l'extérieur
le soir en week end
60%
40%
20%
0%
22%
43%
21%
9%
3%
2%
0
1
2
3
4
5 à 10

Avec qui y allez-vous le week-end ?
Famille ?
Professionnel ?
Amis ?
Seul ?
0
25
50
75
100
125
150



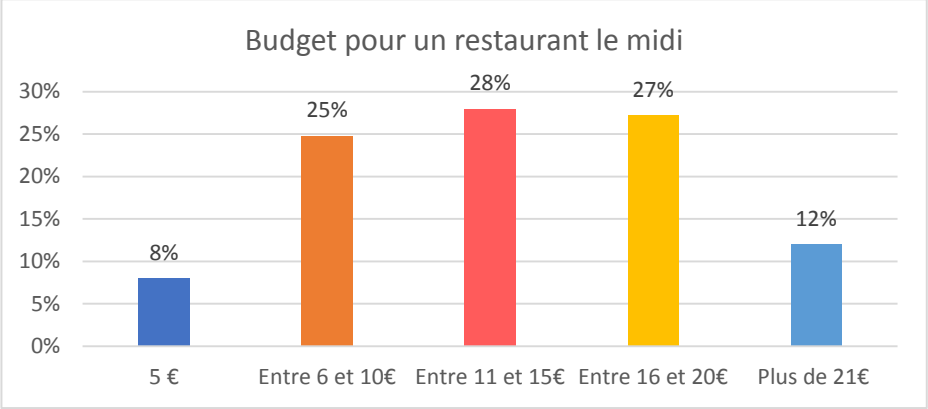


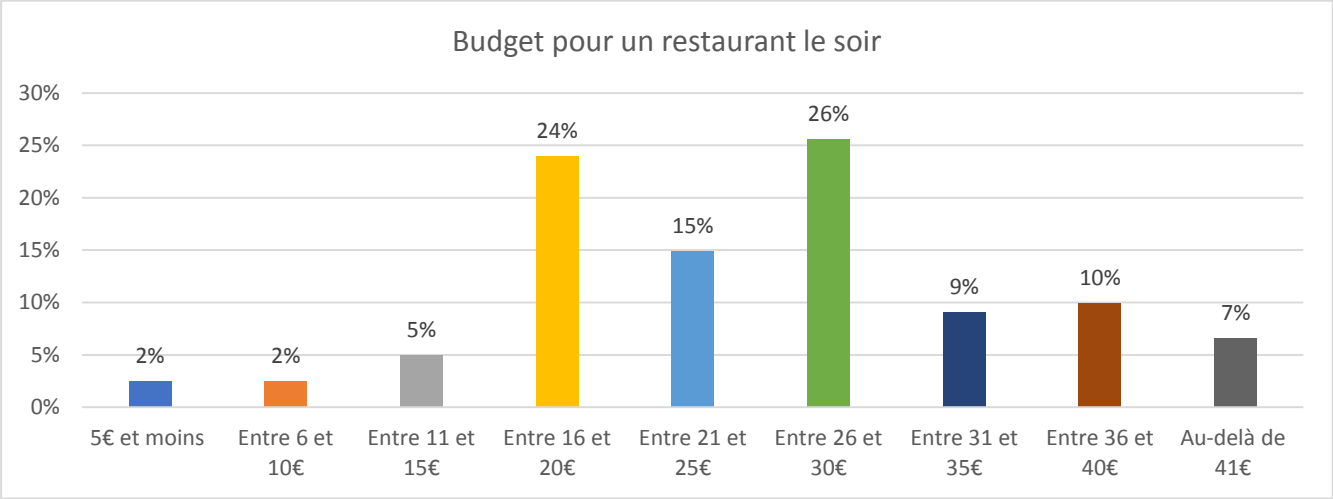
* Habitudes inscrites librement dans « autres critères »

2.3.3- Dépenses en restauration des répondants

Pour 28 % des répondants le budget pour le déjeuner est entre 11 et 15 €, ce qui correspond aux tendances nationales. On peut noter aussi que 67 % des personnes ont un budget qui dépasse 11 €. Pour les 25 % dont le budget est en-dessous de 10 € il parait difficile de créer une offre rentable pour un déjeuner régulier.

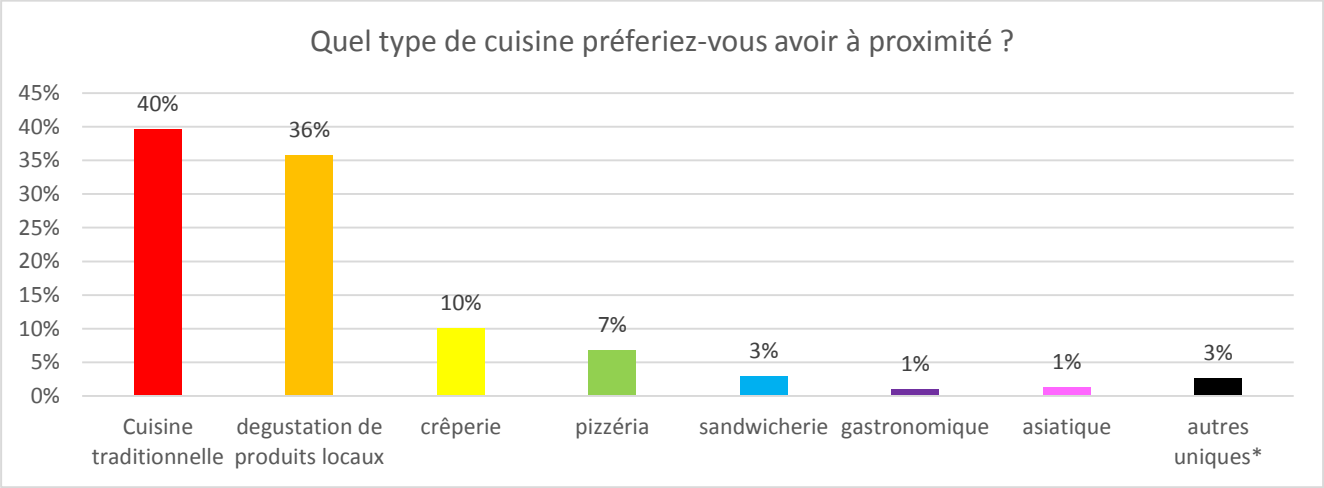
En soirée, les répondants sont très majoritairement (91%) prêts à dépenser plus de 16 €, parmi lesquels 52 % sont prêts à dépenser plus de 26 €. Ce qui dénote d'un potentiel commercial pour une restauration de qualité les week-ends en soirée, à la condition de faire connaître très largement l'offre sur la zone de chalandise et au-delà. Ce potentiel sera aussi fortement conditionné par la fidélisation des clients, et leur fréquence de consommation.



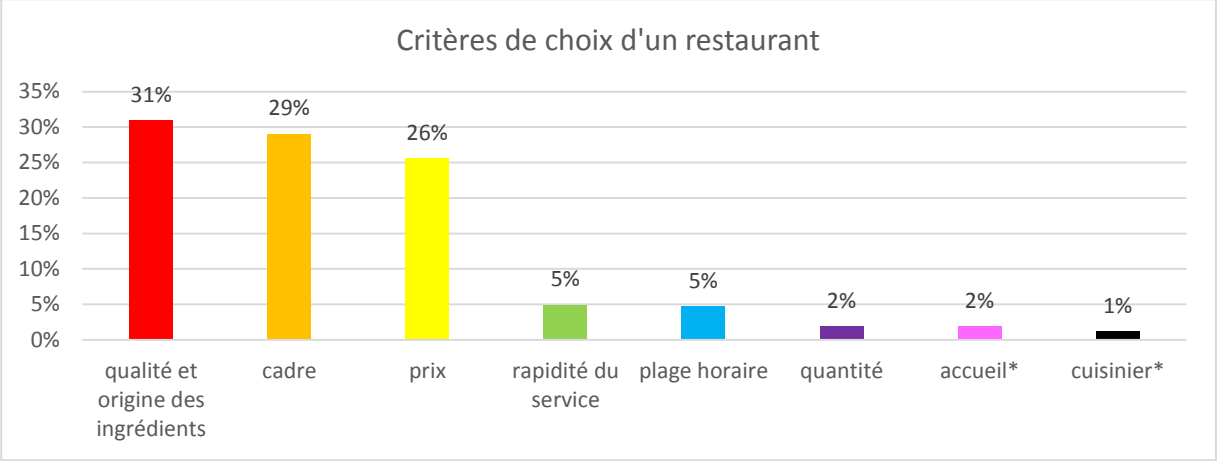


2.3.4- Critères de choix en restauration

La cuisine traditionnelle incorporant des produits locaux est largement plébiscitée. Une crêperie ou une pizzeria sont peu demandées et cela correspond au fait qu'il existe déjà une offre locale relativement importante.



* Autres uniques : grillade, bar à pâtes, restaurant bio, restaurant végétarien, bar à soupe, bar à vin, exotique



* inscrit librement dans autres critères

Les restaurants qui ont été cités par les répondants comme habituels pour eux dans la zone de chalandise ou à proximité (entre parenthèse le nombre de personnes ayant cité le restaurant). Les restaurants surlignés sont ceux qui se rapprochent du positionnement sur plus fort potentiel commercial repéré.

Zone de chalandise :

- Sushi Kio (Saint-Rémy-lès-Chevreuse) (2 fois)
- Le Clos Normand (Chevreuse)
- Le Marigny (Chevreuse)
- Café de la Mairie (Chevreuse)
- Crêperie Cavrosa (Chevreuse) (2 fois)
- Le Clos de Chevreuse (Chevreuse) (2 fois)
- Le Normand (Chevreuse)
- **L'1Prévu (Chevreuse) (2 fois)**
- Les Bannières (Chevreuse) (2 fois)
- **L'Ermitage (Senlisse) (2 fois)**
- **Le Chat Botté (Les Molières) (4 fois)**
- L'Art D'Oise (Dampierre-en-Yvelines)
- Le Petit Chalet (Dampierre-en-Yvelines)
- L'Auberge de l'Elan (la Celle-les-Bordes) (2 fois)
- Les 5 anneaux (la Celle-les-Bordes)

Communes à proximité de la zone de chalandise :

- **Le Bar de la Place (Magny-les-Hameaux) (2 fois)**
- L'Auberge de la Chapelle (Milon-la-Chapelle) (3 fois)
- La terrasse de Sauvegrain (Saint-Lambert-des-Bois)
- Les 4 pavés du Roy (Montigny-le-Bretonneux)
- **Mac Donald (Gif-sur-Yvette) (4 fois)**
- Santa Monica (Gif-sur-Yvette)
- Royal Thaï (Gif-sur-Yvette)
- Sushi Yuki (Gif-sur-Yvette)
- Shéhérazade (Gif-sur-Yvette)
- Royal Thaï (Gif-sur-Yvette)
- Les saveurs Sauvages (Gif-sur-Yvette)
- Brasserie Val Fleury (Gif-sur-Yvette)
- La table des Gaulois, restaurant associatif du Comité des fêtes (Janvry)
- La bonne franquette (Janvry)

2.3.5- Besoins en termes de commerce de proximité

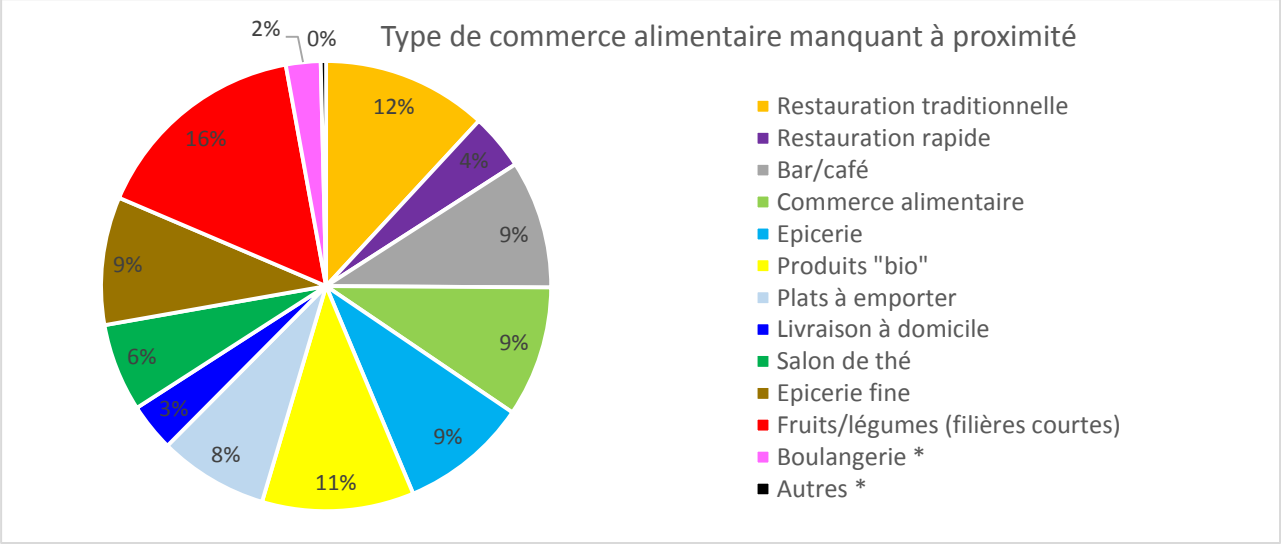
Pour 39 % des répondants, c'est une restauration commerciale qui manque à proximité :

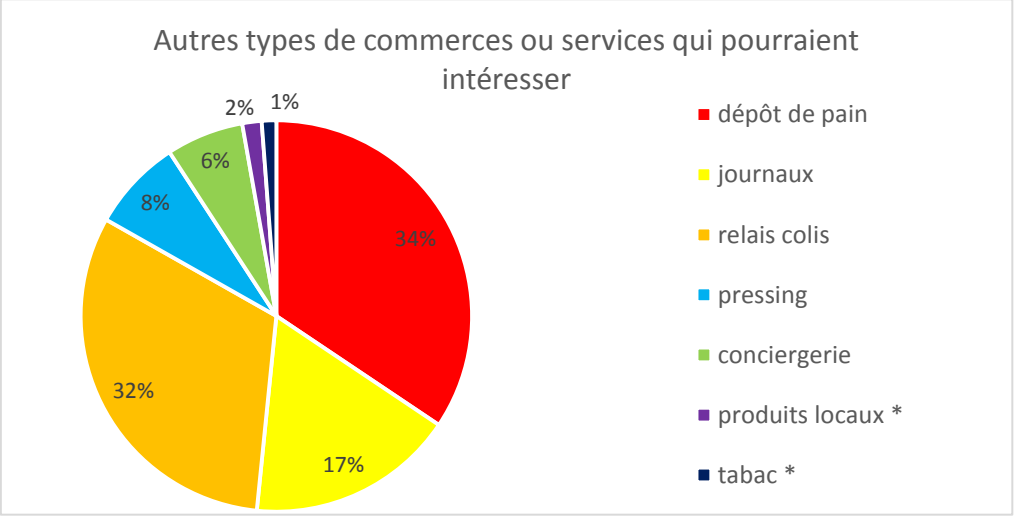
- 12 % pour une restauration traditionnelle,
- 4 % pour une restauration rapide,
- 9 % pour un bar/café,
- 8% pour des plats à emporter,
- 6 % pour un salon de thé).

Un commerce alimentaire est plus largement plébiscité, et rassemble 54 % des répondants :

- 9 % pour commerce alimentaire,
- 9 % épicerie,
- 11 % produits bio,
- 9 % épicerie fine,
- 16 % fruits/légumes (filières courtes).

En termes de commerce / services complémentaires, le dépôt de pain et le relais colis présentent une forte demande (34 % et 32 % des répondants.)





III- Annexes

3.1- *Questionnaire administré pour l'enquête*

Une auberge multi-services près de chez vous ?

La commune de Choisel mène une étude visant à l'implantation d'une activité de type auberge multi-services en centre-village. Habitant du PNR de la Vallée de Chevreuse, nous souhaitons vous consulter sur le type d'activité qui aurait votre préférence.

Nous vous remercions pour votre participation !
(moins de 5 min vous seront nécessaires)

Questionnaire

1. Prenez-vous des repas à l'extérieur ? (Plusieurs réponses possibles)
   ☐ Restaurant ☐ Restauration rapide
   ☐ Boulangerie ☐ Supermarché
   ☐ Autres : .....
   ☐ Non (Expliquez pourquoi ?) .....
   .....

2. Actuellement où allez-vous ? (Plusieurs réponses possibles)
   Villes, voire nom du ou des restaurants
   .....
   .....

3. Combien de fois par mois prenez-vous un repas à l'extérieur ?
   En semaine Midi : Le week-end Midi :
   Soir : Soir :

4. Avec qui y allez-vous en semaine ? (Plusieurs réponses possibles)
   ☐ Famille ? ☐ Professionnel ? ☐ Amis ? ☐ Seul ?

5. Avec qui y allez-vous le week-end ? (Plusieurs réponses possibles)
   ☐ Famille ? ☐ Professionnel ? ☐ Amis ? ☐ Seul ?

6. A quelle occasion ? .....
   .....

7. Combien de kilomètres êtes-vous prêt à faire pour aller vous restaurer ?
   Midi : km Soir : km

8. Si vous travaillez dans les environs de Choisel quelles sont vos habitudes de restauration ? (Plusieurs réponses possibles)

   ☐ Vous apportez votre repas sur votre lieu de travail
   ☐ Vous préférez aller au restaurant/café
   ☐ Vous achetez des produits dans une épicerie
   ☐ Vous vous faites livrer
   ☐ Non concerné
   ☐ Autres (précisez) :.....

9. Quel est votre budget moyen (par personne) ?
   Midi : € Soir : €

.../...

Ne pas jeter sur la voie publique

1/2

10. Quel type de commerce alimentaire vous manque à proximité ? (3 réponses maximum)

- ☐ Restauration traditionnelle
- ☐ Restauration rapide
- ☐ Bar/café
- ☐ Commerce alimentaire
- ☐ Epicerie
- ☐ Produits "Bio"
- ☐ Plats à emporter
- ☐ Livraison à domicile
- ☐ Salon de thé
- ☐ Epicerie fine
- ☐ Fruits/légumes (filières courtes)
- ☐ Autre :.....

11. Autre type de commerce ou service qui pourrait vous intéresser ? (3 réponses maximum)

- ☐ Dépôt de pain
- ☐ Journaux
- ☐ Relais colis
- ☐ Pressing
- ☐ Conciergerie
- ☐ Autre :.....

12. Si c'était un restaurant, quel type de cuisine préféreriez-vous avoir à proximité ?

- ☐ Cuisine traditionnelle
- ☐ Pizzéria
- ☐ Dégustation de produits locaux
- ☐ Sandwicherie
- ☐ Crêperie
- ☐ Autre :.....

13. Quels sont vos critères pour choisir un restaurant ? (3 réponses maximum)

- ☐ Cadre
- ☐ Prix
- ☐ Rapidité du service
- ☐ Quantité
- ☐ Plages horaires
- ☐ Qualité et origine des ingrédients
- ☐ Autres ? précisez .....

14. Etes-vous ? ☐ Un homme ☐ Une femme

15. Quel âge avez-vous ?

- ☐ Moins de 29 ans
- ☐ Entre 30 et 44 ans
- ☐ Entre 45 et 59 ans
- ☐ Entre 60 et 74 ans
- ☐ Plus de 75 ans

16. Catégorie socio-professionnelle

- ☐ Etudiant
- ☐ Agriculteur
- ☐ Employé
- ☐ Ouvrier
- ☐ Retraité
- ☐ Cadre
- ☐ Artisan/commerçant/chef d'entreprise
- ☐ Sans activité professionnelle
- ☐ Autre : .....

17. Où habitez-vous (ville) ?

18. Où travaillez-vous (ville) ? ☐ Non concerné

19. Avez-vous des suggestions ou commentaires ? .....
.....
.....

20. Merci de préciser votre adresse mail (en lettres capitales).

..... @.....

Ne pas jeter sur la voie publique

3.2- *Flyers d'information sur l'enquête*

République Française

MAIRIE DE CHOISEL
1 route de la Grange aux Moines
78460 CHOISEL (Yvelines)
01.30.52.42.15
Télécopie : 01.30.47.16.56
e-mail : mairie.choisel@wanadoo.fr

Parc naturel régional de la Haute Vallée de Chevreuse

Une auberge multi-services près de chez vous ?

☑ La commune de Choisel mène une étude visant à l'implantation d'une activité de type auberge multi-services en centre-village.

☑ Habitant du PNR de la Vallée de Chevreuse, nous souhaitons vous consulter sur le type d'activité qui aurait votre préférence.
Nous comptons sur vous pour nous faire part de vos idées !

☑ Merci de compléter le **questionnaire en ligne** :
www.bge78.fr
"Participez à l'étude d'implantation d'une auberge multi-services sur la commune de Choisel"
Moins de 5 min vous seront nécessaires !

Réponse avant le 30 septembre 2017

BGE

Ne pas jeter sur la voie publique

4.1- *Etude de la CCI pour la Mairie de Choisel*

ETUDE
Le secteur de la restauration et
les comportements d'achat des habitants
de la communauté de communes.
Septembre 2017
CCI VERSAILLES-YVELINES

COMMUNE DE CHOISEL
COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DE LA HAUTE VALLÉE DE CHEVREUSE
Sommaire
Offre du territoire en restauration p.3
Chiffre d'affaires du secteur p.4
Origine de la clientèle p.5
Dépenses des habitants en restauration p.6
Destinations des dépenses en restauration des habitants p.7-8
Estimation du chiffre d'affaires potentiel d'un restaurant à Choisel p.9
Synthèse p.10
Méthodologie p.11
CCI VERSAILLES-YVELINES

COMMUNE DE CHOISEL
COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DE LA HAUTE VALLÉE DE CHEVREUSE
Périmètre de la communauté de communes : 10 communes, 25023 habitants (Insee 2018)
Le Mesnil Saint-Denis
Saint-Forget
Levis Saint-Nom
Saint-Lambert des Bois
Milon La Chapelle
Dampierre en Yvelines
Senlisse
Choisel
Chevreuse
Saint-Rémy lès Chevreuse
Offre du territoire en restauration
43 restaurants répertoriés sur le territoire de la communauté de communes, dont 6 hôtels-restaurants.
Une baisse de l'offre de 6% depuis 2010.
(source : Registre du commerce et des sociétés 2017)
Chambre de Commerce et d'Industrie Versailles-Yvelines
CCI VERSAILLES-YVELINES
COMMUNE DE CHOISEL
COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DE LA HAUTE VALLÉE DE CHEVREUSE
Chiffre d'affaires de la restauration
Un chiffre d'affaires* du secteur estimé à 8 M€ en 2015, en forte baisse depuis 2010, (une baisse relevée également dans les communes proches telles que Voisins-le-Bretonneux et Magny-les-Hameaux).
Chiffre d'affaires* du poste restauration communauté de communes Haute Vallée de Chevreuse
2010 | 2015 | Evolution 2010-2015
21,5 M€ | 8 M€ | -63%
*CA HT généré par les habitants des Yvelines
Source : enquête Flyripole 2014-2015
Chambre de Commerce et d'Industrie Versailles-Yvelines
CCI VERSAILLES-YVELINES

COMMUNE DE CHOISEL
COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DE LA HAUTE VALLÉE DE CHEVREUSE

Origine* de la clientèle du secteur de la restauration

- 62% de la clientèle yvelinoise des restaurants de la communauté de communes de la Haute Vallée de Chevreuse sont habitants de cette communauté de communes.
- 38% de la clientèle proviennent de l'extérieur de cette communauté de communes : 18% sont des habitants de la zone de St-Arnoult, 10% de Magny-les-Hameaux, 6% de Montigny-le-Bretonneux, 2% de La Verrière...

Restauration : principales origines* (en % du CA)	
CC Haute Vallée de Chevreuse	62%
Zone de St-Arnoult-en-Yvelines	18%
Magny-les-Hameaux	10%
Montigny-le-Bx	6%
La Verrière	2%

Source : enquête Pluripole 2014-2015

*Concerne uniquement les origines yvelinoises. l'enquête PLURIPOLE ayant été réalisée auprès des habitants des Yvelines

Zone de St-Arnoult : Bonnelles, Bullion, La Celle-les-Bordes, Cernay-la-Ville, Longvilliers, Pontchevrard, Rochefort-en-Yvelines, St-Arnoult-en-Yvelines

Chambre de Commerce et d'Industrie Versailles-Yvelines

CCI VERSAILLES-YVELINES PARIS ILE-DE-FRANCE

COMMUNE DE CHOISEL
COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DE LA HAUTE VALLÉE DE CHEVREUSE

Dépenses des habitants en restauration

- **Des dépenses en restauration** en baisse depuis 2010, une tendance que l'on retrouve également au niveau du département des Yvelines.

Dépenses commercialisables en restauration Communauté de communes Haute Vallée de Chevreuse			
2010	2015	Evolution 2010-2015	Evolution Yvelines 2010-2015
par personne/an en €	par personne/an en €		
1232	821	-33%	-35%

Source : Insee 2015

Une baisse légèrement inférieure à celle observée au niveau départemental

Chambre de Commerce et d'Industrie Versailles-Yvelines

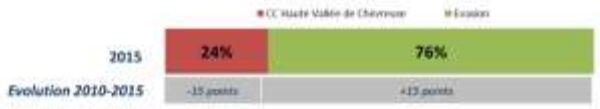
CCI VERSAILLES-YVELINES PARIS ILE-DE-FRANCE

COMMUNE DE CHOISEL
COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DE LA HAUTE VALLÉE DE CHEVREUSE

Destinations des dépenses en restauration des habitants

Destination et évasion des habitants de la CC Haute Vallée de Chevreuse pour le poste restauration

	CC Haute Vallée de Chevreuse	Evasion
2015	24%	76%
Evolution 2010-2015	-15 points	+15 points



- En 2015, 24% des dépenses en restauration des habitants de la communauté de communes de la Haute Vallée de Chevreuse sont réalisés au sein cette communauté de communes (=attractivité) et 76% en dehors de cette zone (=évasion).
- L'évasion en dehors de la communauté de communes est en hausse de 15 points depuis 2010.

Source : enquête Pluripole 2014-2015

Chambre de Commerce et d'Industrie Versailles-Yvelines

CCI VERSAILLES-YVELINES PARIS ILE-DE-FRANCE

COMMUNE DE CHOISEL
COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DE LA HAUTE VALLÉE DE CHEVREUSE

Principales destinations des dépenses en restauration des habitants

- St-Rémy-lès-Chevreuse et Chevreuse sont les principales destinations des dépenses de restauration des habitants de la communauté de communes de la Haute Vallée de Chevreuse.
- Les Hauts-de-Seine, l'Essonne, Montigny-le-Bretonneux et Paris sont les principales destinations d'évasion.

Restauration : principales destinations d'évasion en 2015	
Hauts-de-Seine	11%
Essonne	11%
Montigny-le-Bx	10%
Paris	9%
Plaisir	6%
Coignières	5%
Versailles	4%
St-Arnoult	2%
Villiers	2%
Montfort-L'Amaury	2%
Voisins-le-Bx	2%
Guyancourt	2%

Source : enquête Ménages 2014-2015

COMMUNE DE CHOISEL
COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DE LA HAUTE VALLÉE DE CHEVREUSE

Projet de restaurant à Choisel

Estimation du chiffre d'affaires potentiel d'un restaurant à Choisel et impact sur l'attractivité

Surface de l'établissement	Chiffre d'affaires (HT) potentiel /an	Impact sur l'attractivité
80 m²	240 000 €	+1,1 point
100 m²	300 000 €	+1,43 point
120 m²	360 000 €	+1,65 point

Source : estimation Mazrasco - PLURIPOLE 2015

COMMUNE DE CHOISEL
COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DE LA HAUTE VALLÉE DE CHEVREUSE

Synthèse

- Une offre en restauration en baisse
- Un chiffre d'affaires du secteur en forte régression
- Une baisse des dépenses de restauration des habitants
- Une hausse de l'évasion en dehors de la communauté de communes

- Un renforcement de l'offre, via l'ouverture d'un restaurant à Choisel, pourrait contribuer à renforcer l'attractivité de la communauté de communes de la Haute Vallée de Chevreuse en matière de restauration et donc à baisser l'évasion des habitants vers l'extérieur de ce territoire.

BGE

YVELINES

Appui aux entrepreneurs

www.bge78.fr