



*Union des Commerçants
et Artisans de Belley*

www.belley-commerces.fr

Enquête clientèle

Centre-ville de Belley

Bilan des réponses collectées entre le 15 octobre 2025 et le 30 avril 2026

Réalisée par l'UCAB en collaboration avec les élèves de Bac Pro Commerce-Vente du Lycée Lamartine

347 réponses recueillies

Qui est l'UCAB ?

L'Union des Commerçants et Artisans de Belley (UCAB) réunit depuis bientôt 50 ans les commerçants, artisans et prestataires de services du centre-ville de Belley et plus largement du Bugey Sud, dans l'Ain.

Ses missions : animer et promouvoir le commerce local, organiser des événements fédérateurs (braderies, marché de Noël...), représenter les commerçants auprès des collectivités et accompagner la dynamique du centre-ville.

Un anniversaire clé : l'association prépare ses 50 ans (fondée en 1977), un temps fort qui donne un relief particulier à cette enquête sur les attentes des consommateurs belleysans.

~50 ans

d'engagement au service du commerce et de l'artisanat belleysan

Interlocuteur privilégié des commerçants belleysans, l'UCAB porte la voix du commerce de proximité auprès de la Mairie, de la CCI et CMA de l'Ain et des partenaires locaux.

Pourquoi cette enquête ?

La CCI de l'Ain réalise régulièrement des enquêtes de consommation des ménages : elles renseignent sur les habitudes d'achat des ménages du secteur — quels produits, et où se passent les achats (grandes surfaces, commerces de Belley, communes voisines, internet...).

Ce que ces données ne disent pas : l'appréciation, les envies, les attentes et les freins ressentis par les consommateurs à venir faire leurs achats en centre-ville de Belley. C'est précisément ce que l'UCAB a voulu savoir.

L'enquête a interrogé les consommateurs sur :

Leur avis sur le commerce belleysan

Leurs attentes et leurs envies

Les freins qui limitent leur venue en centre-ville

Comment l'enquête a été menée

1

Conception

Questionnaire élaboré et mis en place par les lycéens de Bac Pro Commerce-Vente du Lycée Lamartine, à Belley.

2

Terrain

Passation en direct dans les rues du centre-ville et des zones commerciales périphériques : 89 réponses.

3

Diffusion large

Relais via QR code et flyers mis à disposition dans les commerces, en ville, et sur belley-commerces.com : 258 réponses. Ainsi que lors du salon Bugey'Expo 2026.

4

Consolidation

Bilan consolidé à partir des 347 réponses collectées, par Isabelle Herbreteau qui accompagne l'UCAB dans ses missions stratégiques, via un soutien européen LEADER.

347

réponses au total

89

réponses terrain (lycéens)

258

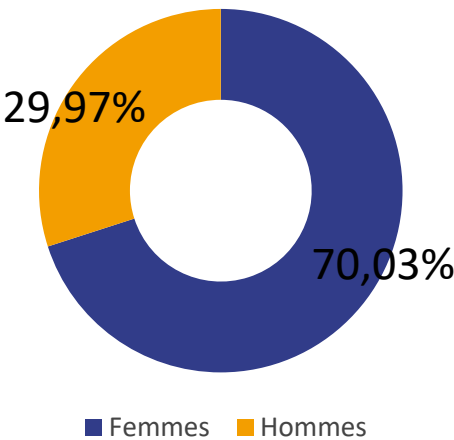
réponses QR code + flyers

15.10.25 → 30.04.26

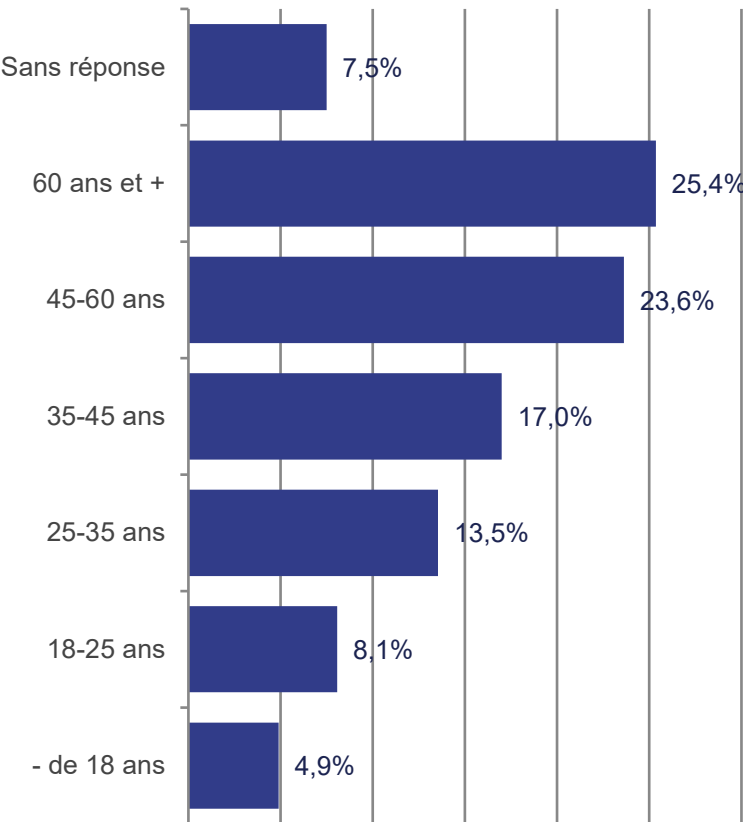
période de collecte

Profil des répondants

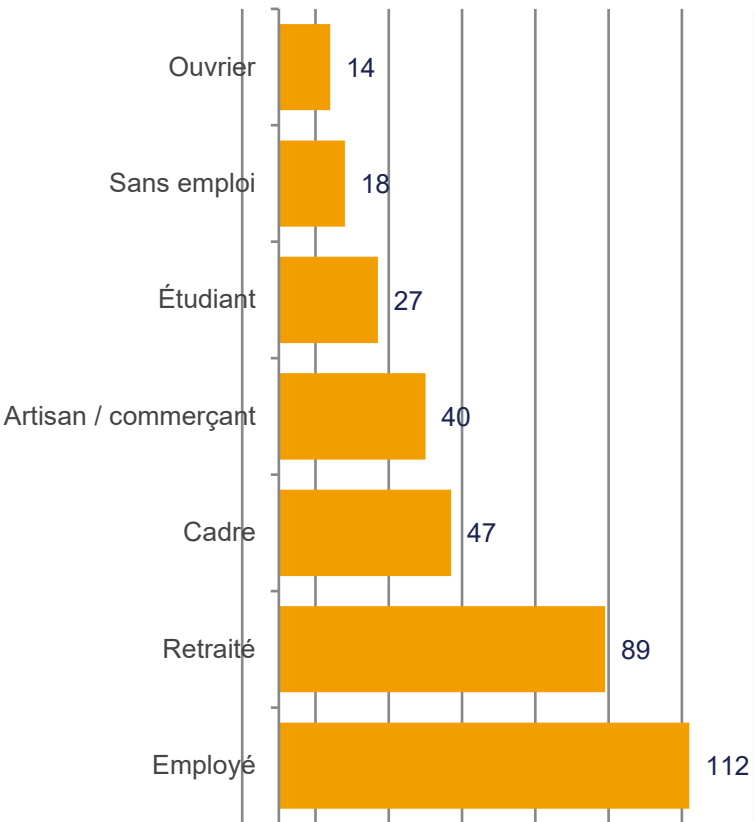
Profil



Tranche d'âge



Catégorie socio-professionnelle (nombre de répondants)



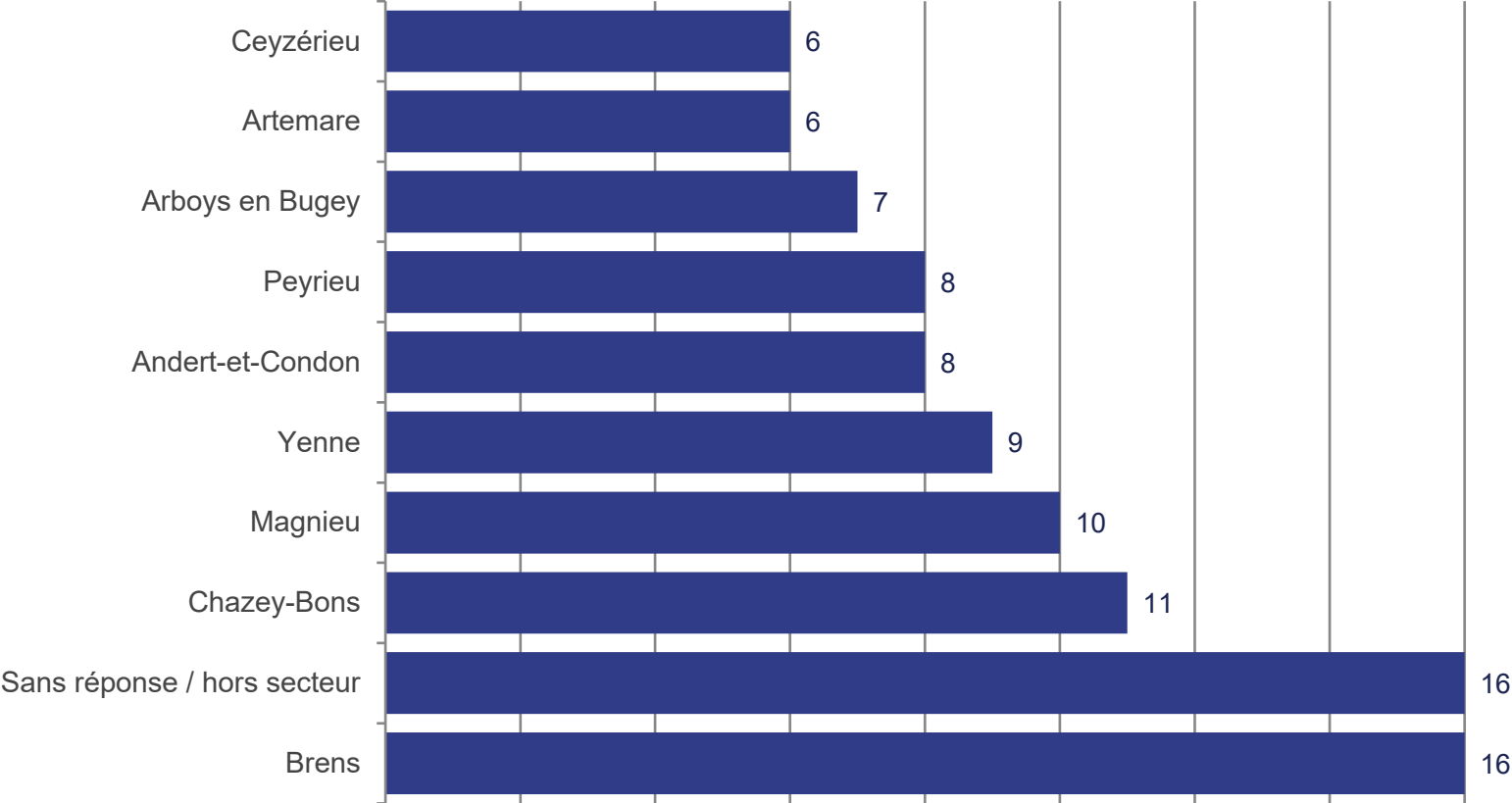
Base : 347 répondants — total CSP = 347 (Employé 112, Retraité 89, Cadre 47, Artisan/commerçant 40, Étudiant 27, Sans emploi 18, Ouvrier 14).

D'où viennent les répondants ?

177

répondants habitent Belley même,
soit un peu plus de la moitié des
réponses

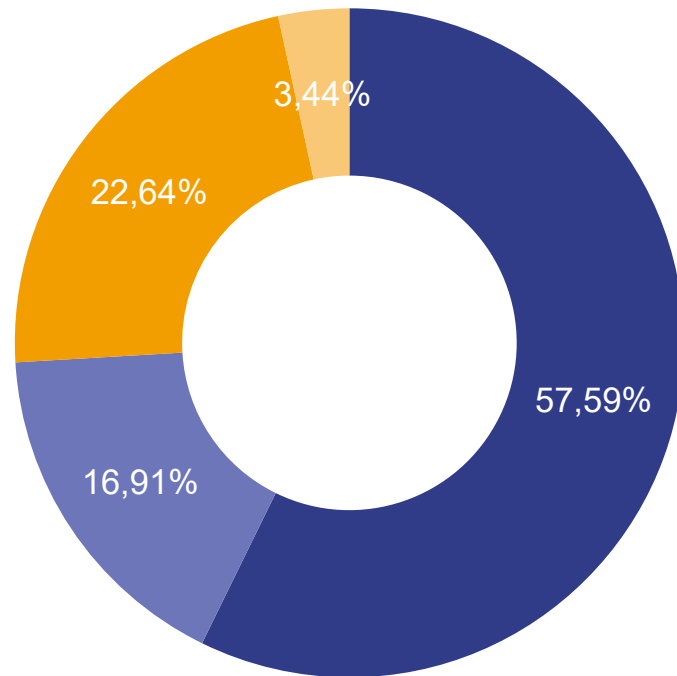
Communes de provenance les plus citées (hors Belley)



Une quarantaine d'autres communes du Bugey et des environs sont représentées de façon plus ponctuelle (1 à 4 réponses chacune).

Satisfaction globale sur l'offre commerciale

« Quel est votre niveau de satisfaction globale sur l'offre des commerçants du centre-ville de Belley ? »



■ Satisfait(e) ■ Très satisfait(e) ■ Insatisfait(e) ■ Très insatisfait(e)

≈ 75%

des répondants sont satisfaits à très satisfaits de l'offre commerciale

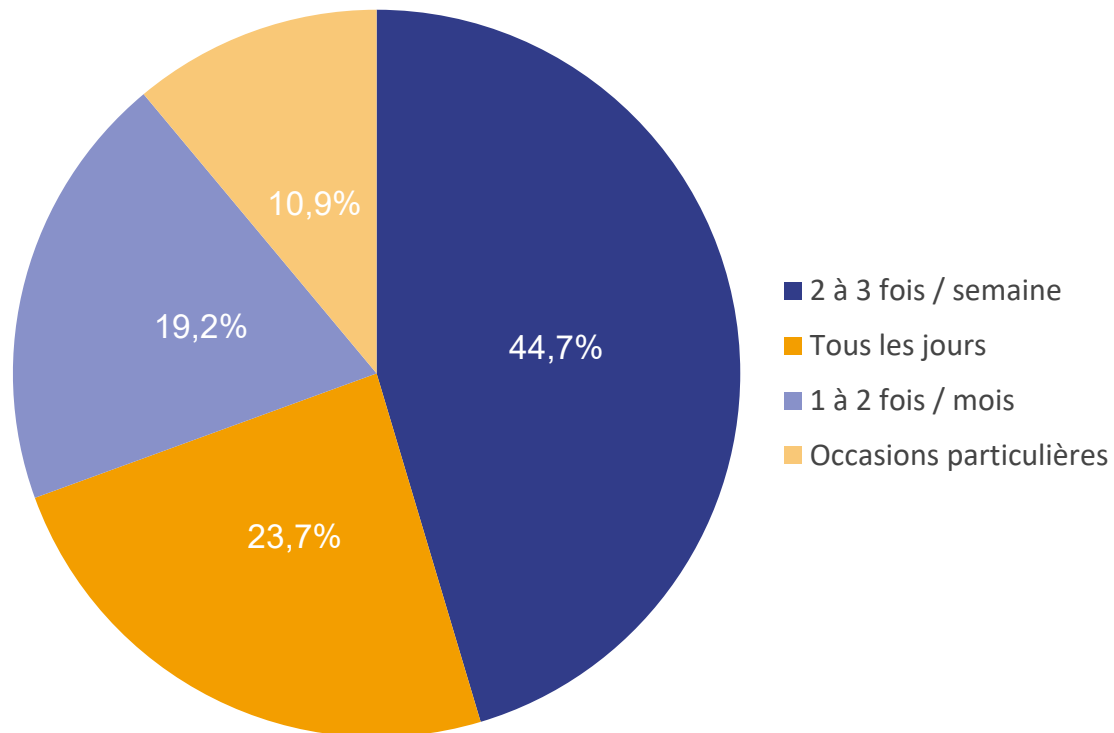
≈ 1/4

des répondants se déclarent insatisfaits ou très insatisfaits

À retenir : l'offre commerciale belleysanne recueille un niveau de satisfaction globalement positif, mais l'insatisfaction exprimée par un quart des répondants mérite d'être creusée (cf. attentes de diversification, pages suivantes).

Fréquence de visite du centre-ville

« Quelle est la fréquence de votre visite en centre-ville de Belley ? »



≈ 68%

fréquentent le centre-ville au moins 2 à 3 fois par semaine, dont près d'1/4 quotidiennement

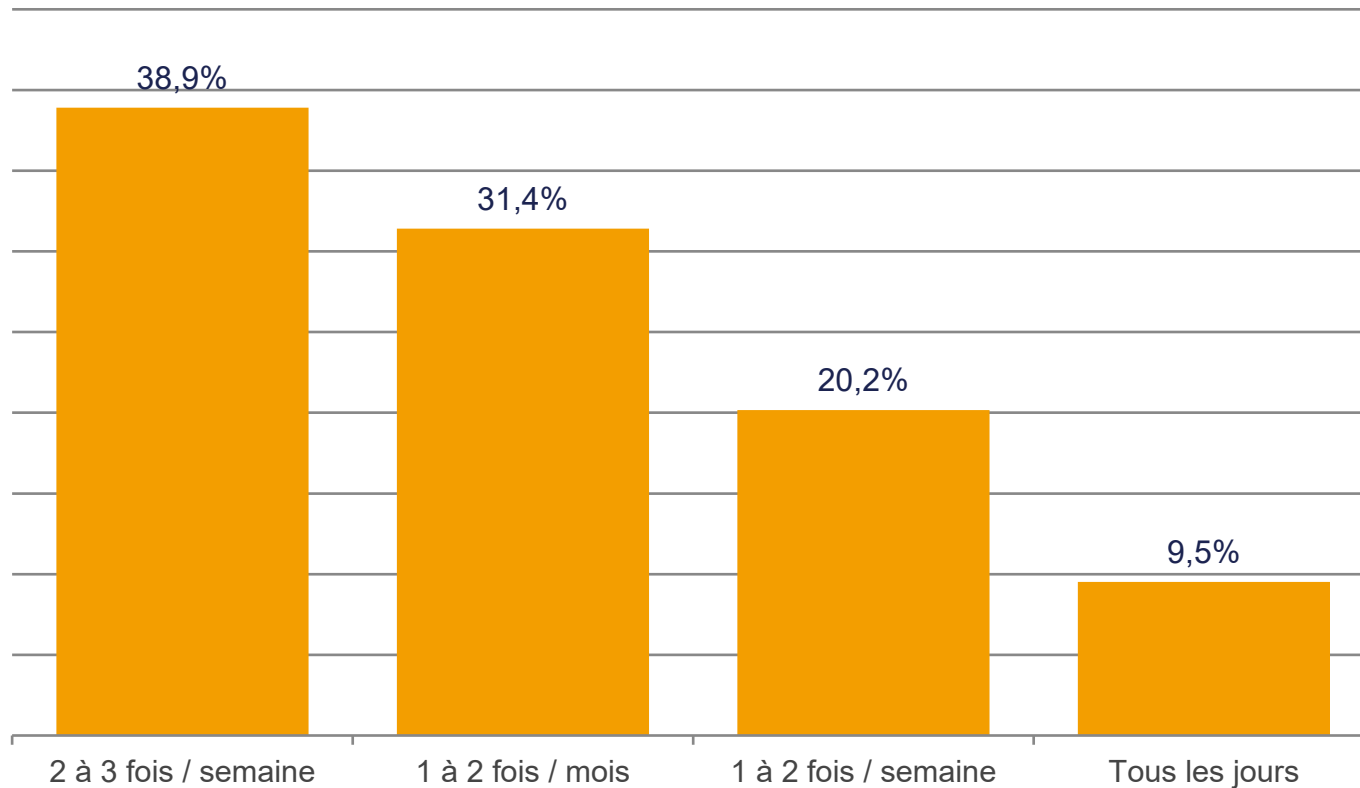
≈ 20%

ne viennent qu'1 à 2 fois par mois, et 11% seulement à l'occasion d'événements particuliers

Un cœur de clientèle très régulier — la question porte ici sur le centre-ville dans son ensemble (à distinguer de la fréquentation de la zone commerciale périphérique, cf. p. 18).

Fréquentation de la zone commerciale

« Quelle est la fréquence de votre visite dans la zone commerciale de Belley ? » (zones périphériques, distinct du centre-ville p. 8)



≈ 59%
fréquentent la zone commerciale 1 à 3 fois par semaine

≈ 31%
seulement 1 à 2 fois par mois

Le moment où le centre-ville est le plus attractif

« Selon vous, quel est le moment où le centre-ville est le plus attractif ? » — réponse libre / combinaisons de créneaux

> 60%

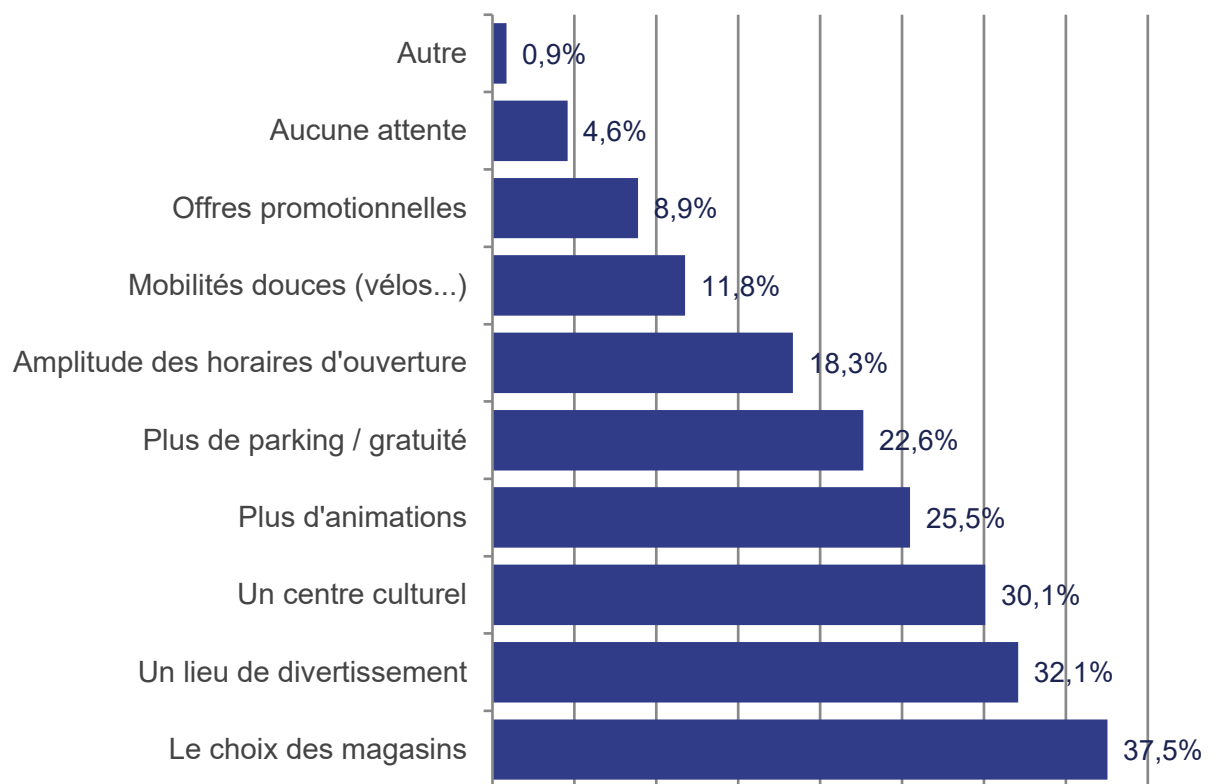
des réponses évoquent « les matins » — en semaine, le week-end, pendant les vacances ou lors d'animations

Les autres créneaux cités (40% des réponses, très diversifiés) :

- Les week-ends et le samedi matin
- Les midis
- Pendant les animations organisées en ville
- Les après-midis, notamment pendant les vacances scolaires
- Les soirées (plus ponctuellement)

Ce qui inciterait à fréquenter davantage le centre-ville

« Qu'est-ce qui pourrait vous inciter à fréquenter davantage le centre-ville de Belley ? » — plusieurs réponses possibles



Autour de 20% des répondants ont cité la question de l'amplitude d'ouverture des boutiques ainsi que des stationnements « gratuits ». Quant au sujet de la mobilité douce, si les infrastructures sont présentes, elles inciteraient plus de 10% des répondants à venir en centre-ville. Seulement 8% des répondants sont motivés par les offres promotionnelles.

37,5%
citent avant tout le choix des magasins disponibles

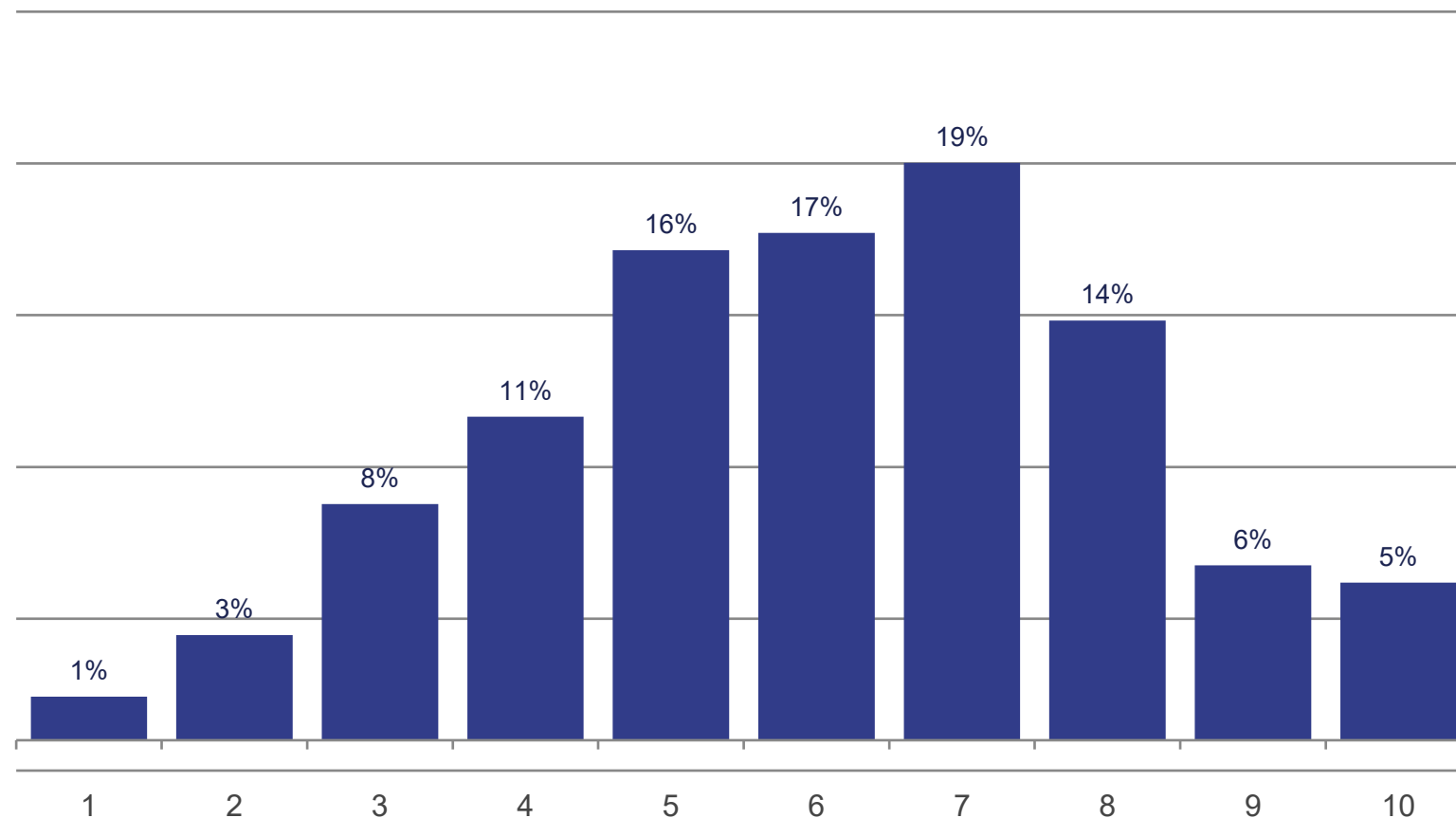
> 30%
aimeraient un centre culturel et/ou un lieu de divertissement

8,9%
seulement sont motivés par des offres promotionnelles

Base 100%+ : plusieurs réponses possibles par répondant (question à choix multiples).

Recommanderiez-vous le centre-ville ?

« Sur une échelle de 1 à 10, recommanderiez-vous le centre-ville ? » (1 = pas du tout, 10 = fortement)



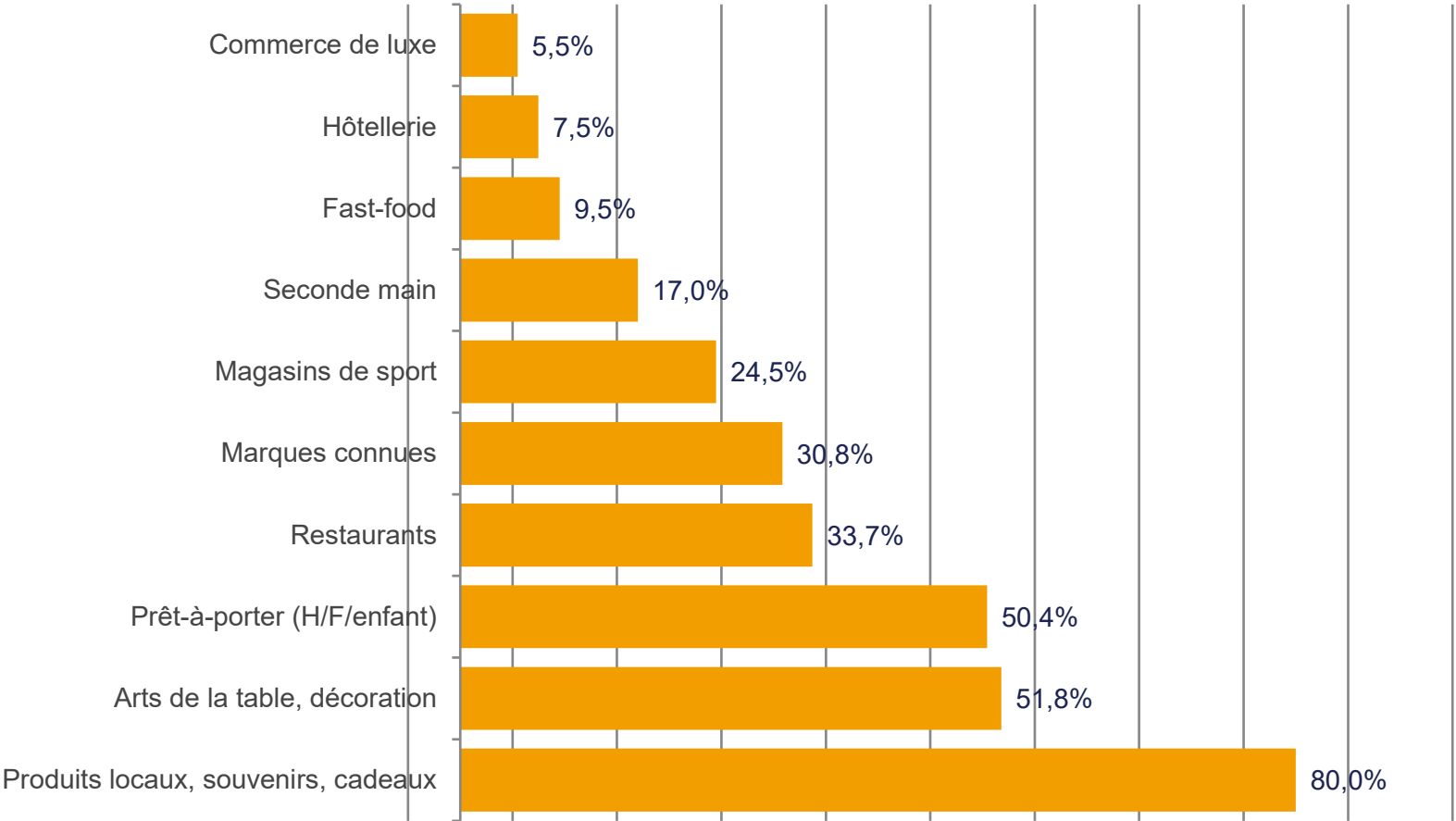
≈ 25%
notent 8 à 10 : recommandation favorable

≈ 52%
se situent dans la zone médiane (5-6-7)

≈ 23%
notent 1 à 4 : ne recommanderaient pas

Les commerces attendus en centre-ville

« Quels types de commerces, services, enseignes souhaiteriez-vous voir en centre-ville ? » — plusieurs réponses possibles



80%+

souhaitent des produits locaux, souvenirs et cadeaux

Vue condensée — top 10 des demandes. Le détail complet (37 catégories citées) est présenté page suivante.

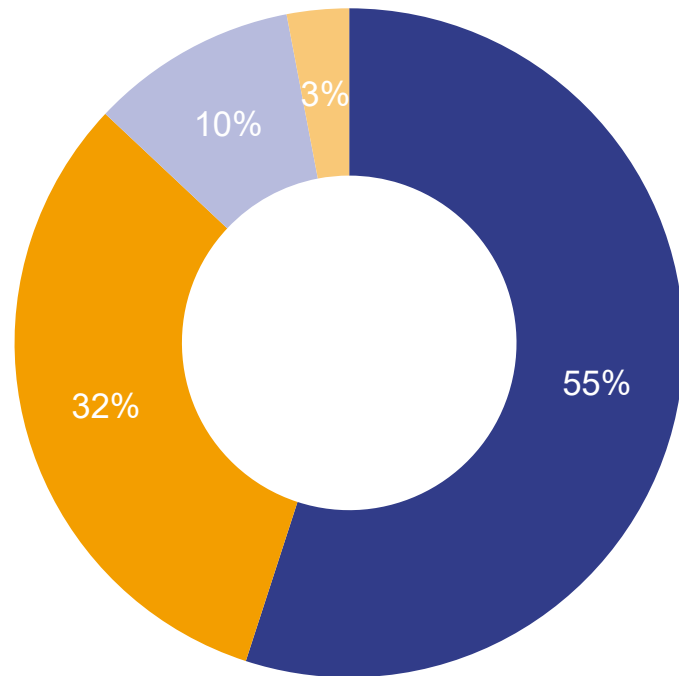
Les commerces attendus : le détail complet

Ensemble des réponses citées, du plus au moins fréquent (question à choix multiples, plusieurs réponses possibles).

Produits locaux, souvenirs, cadeaux	80%	Vêtements enfants / ados	2,31%	Magasin pour bébé	0,58%
Arts de la table, décoration	51,8%	Mercerie, magasin de tissu, réparation couture	2,02%	Boutiques éphémères de créateurs locaux	0,29%
Prêt-à-porter (homme, femme, enfant)	50,43%	Boulangerie-pâtisserie « ouvertes »	1,73%	Concept store	0,29%
Restaurants	33,72%	Bar / Pub / Café avec ambiance musicale	1,73%	Matériel de bureau	0,29%
Marques connues	30,84%	Alimentation / magasin de bouche	1,73%	Enseigne Lidl (citée nommément)	0,29%
Magasins de sport	24,5%	Boucherie-charcuterie-traiteur « non halal »	0,86%	Bijouterie fantaisie	0,29%
Magasins de seconde main	17%	Salle de jeux / divertissement pour ados, culture	0,86%	Déguisements	0,29%
Fast-food	9,51%	Poissonnerie	0,58%	Magasin spécialisé (non précisé)	0,29%
Hôtellerie	7,49%	Cordonnerie	0,58%	Disquaire	0,29%
Commerce de luxe	5,48%	Quincaillerie / coutellerie	0,58%	Magasin de bricolage et réparation	0,29%
Univers du livre (presse, librairie, papeterie)	3,46%	Magasin de lingerie	0,58%		
Magasin de chaussures	3,17%	Loisirs créatifs, jeux de société / jouets	0,58%		

La piétonnisation du centre-ville

« Êtes-vous favorable à la piétonnisation du centre-ville de Belley ? »



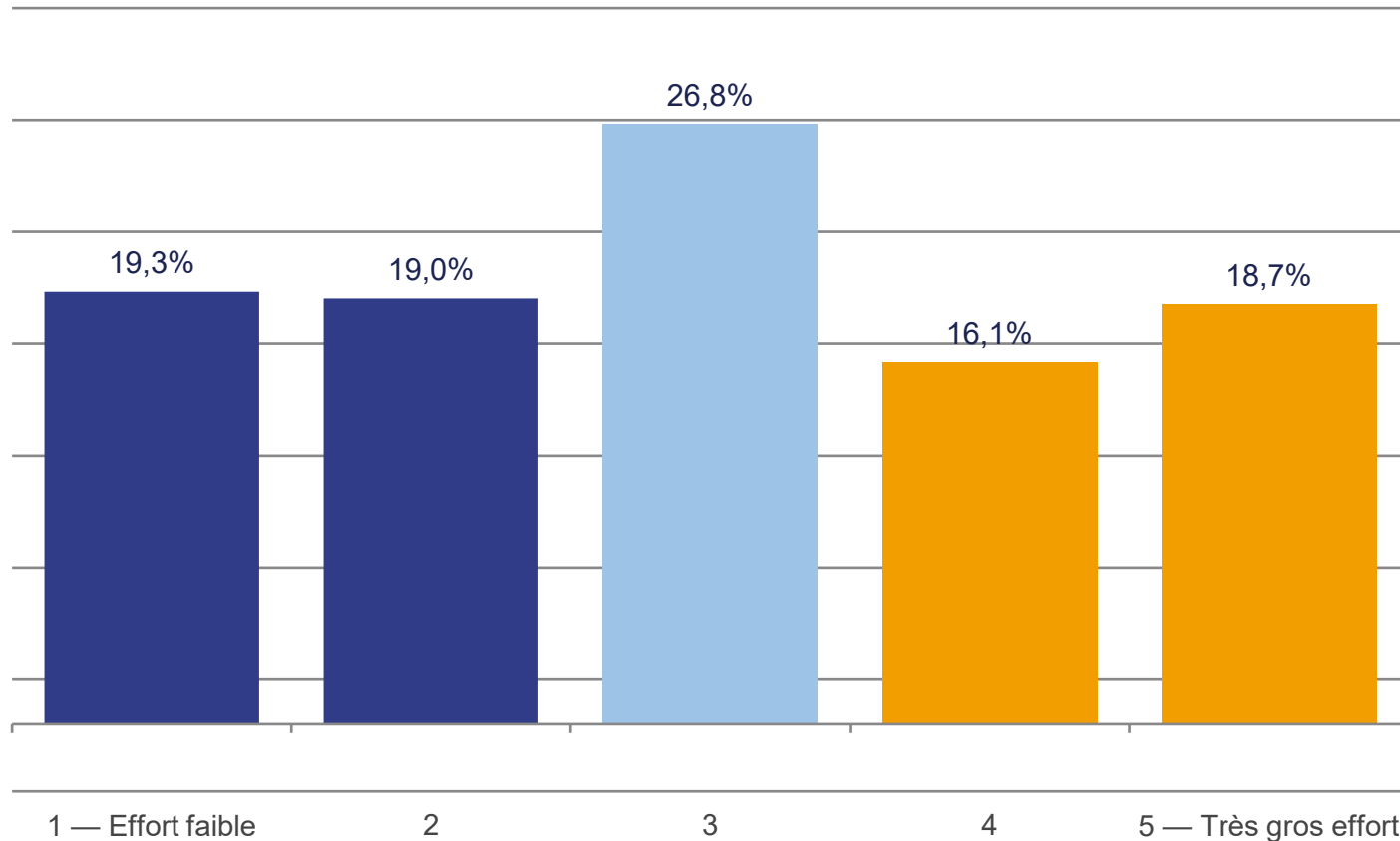
■ Oui ■ Non ■ Sans avis ■ Autres réponses (sous conditions...)

55% pour, 32% contre
favorable à la piétonnisation pour un peu plus de la moitié des répondants,
contre un tiers qui s'y oppose

Nuance : 3% des « oui » sont exprimés sous conditions.
10% des répondants ne se prononcent pas.

L'effort pour se stationner

« Sur une échelle de 1 à 5, comment évaluez-vous l'effort que vous fournissez pour vous stationner ? » (1 = effort faible, 5 = très gros effort)



≈ 38%

ne fournissent aucun effort particulier pour se stationner
(niveaux 1-2)

26,8%

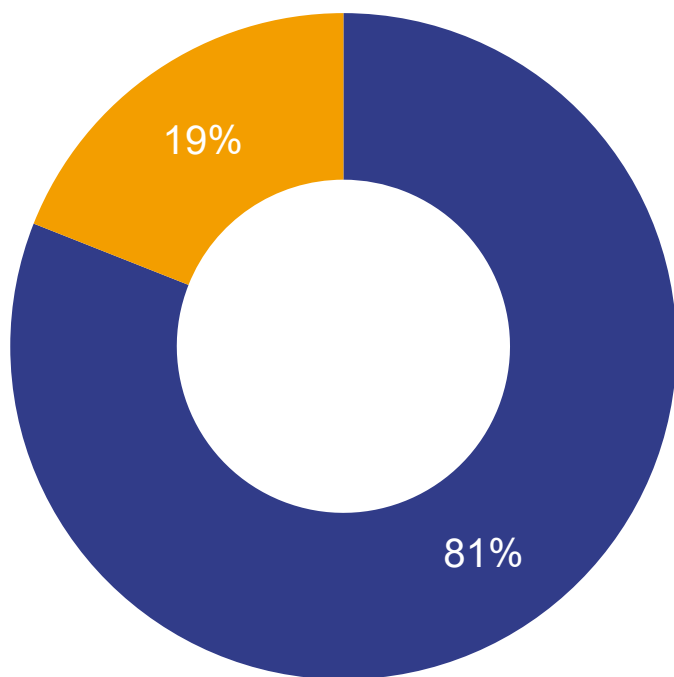
jugent l'effort acceptable (niveau médian)

≈ 35%

estiment fournir un effort conséquent (niveaux 4-5)

La participation aux animations UCAB

« Avez-vous déjà participé à des animations organisées par l'UCAB ? » (braderie, marché de Noël...)



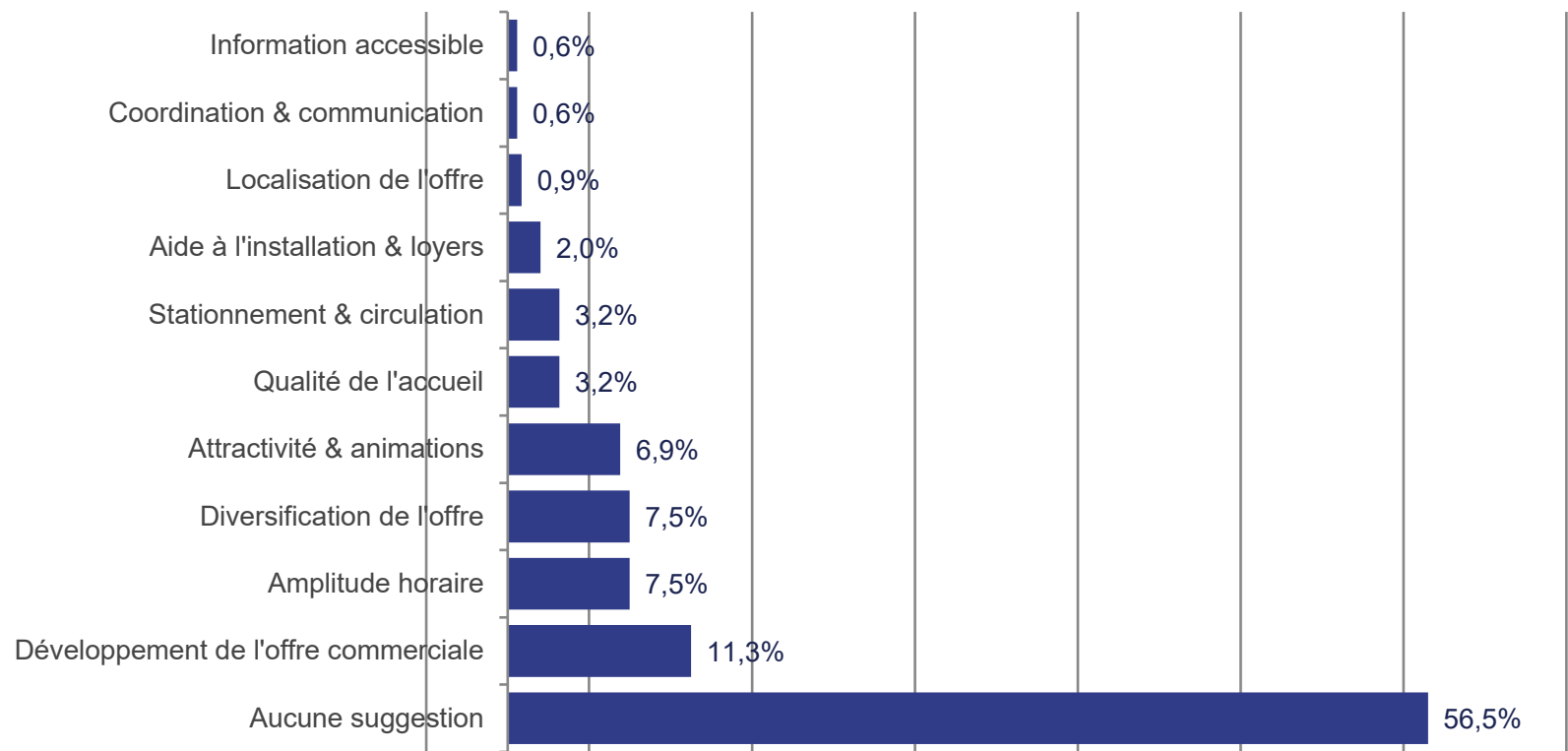
■ Oui ■ Non

81%

des répondants ont déjà participé à une animation UCAB — un ancrage local fort, et un vrai levier pour relayer les futures actions (dont les 50 ans de l'association)

Les suggestions d'amélioration

« Avez-vous une suggestion d'amélioration de l'offre commerçante ? » — question ouverte, réponses regroupées par thème



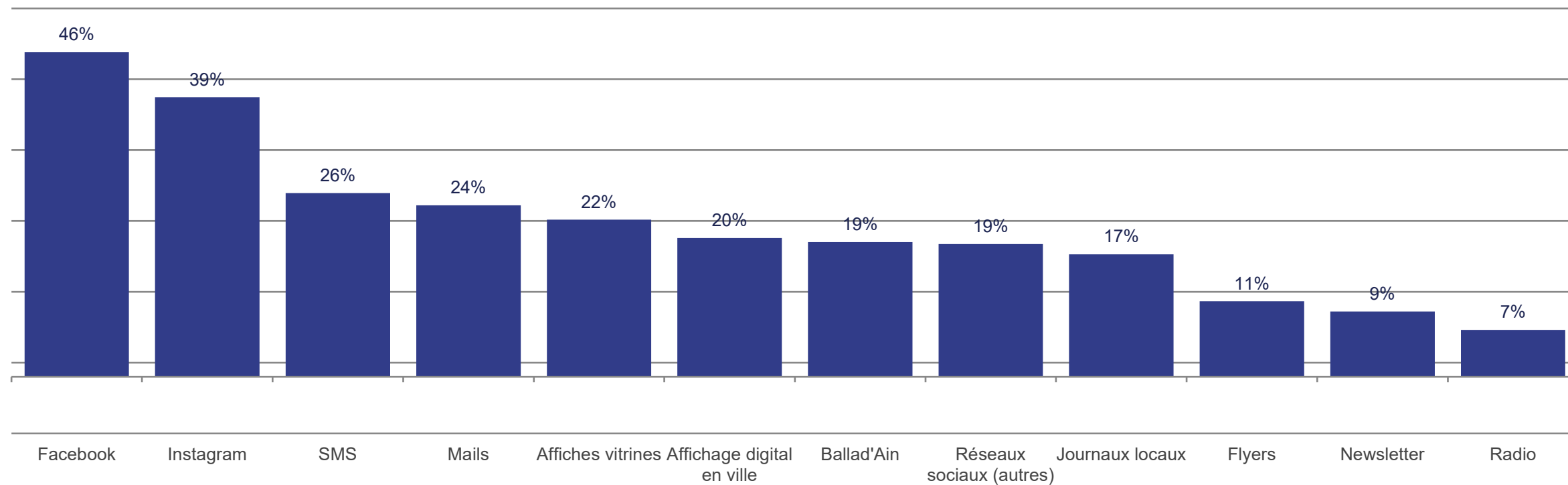
Verbatim recueillis :
« Faites revivre Belley » · « Plus d'animations pour les enfants » · « Impossible de se garer » · « Manque cruel de grandes enseignes »
· « Le sourire est important »

56,5%
ne formulent aucune suggestion
(satisfaits, ou sans avis particulier)

Près de 20% suggère une offre plus large et plus diversifiée (**11.26% et 7.49%**). La question de l'amplitude horaire (**7.49%**) ainsi que l'attractivité du centre-ville via les animations (**6.91%**) représentent des pistes d'améliorations à envisager. Les autres points pouvant favoriser la venue en centre-ville sont respectivement : L'amélioration de l'accueil des commerçants et des conseils apportés ainsi que le stationnement et plan de circulation (**3.17%**) ; le soutien à l'installation de nouveaux commerçants par la collectivité ainsi que des loyers abordables (**2.02%**) ; enfin une meilleure répartition des commerces entre la zone de l'Ousson et le centre-ville (**0.86%**) ; une meilleure coordination entre commerçants quant à leur période de fermeture et une information actualisée quant à la localisation des commerces (plan centre-ville) (**0.58%**).

Les canaux de communication préférés

« Quel mode de communication vous conviendrait le mieux pour être informé des animations locales ? » — plusieurs réponses possibles



À retenir : les réseaux sociaux dominent nettement (Facebook et Instagram en tête), suivis des SMS et mails, puis de l'affichage local (vitrines, panneaux digitaux, Ballard'Ain, journaux locaux). Flyers, newsletters et radio arrivent loin derrière.

Convergences avec le diagnostic « Oh la Belle Ville » (2024)

La ville de Belley avait mandaté en 2024 « Oh la Belle Ville » pour un diagnostic flash qui avait déjà identifié des constats de terrain. L'enquête clientèle UCAB vient largement les confirmer, avec quelques compléments.

Dynamisation & animation

Enquête UCAB : 25,5% demandent plus d'animations ; 30% un centre culturel

Oh la Belle Ville : « manque de vie », « centre-ville morose le samedi »

Stationnement & accessibilité

Enquête UCAB : 35% jugent l'effort de stationnement conséquent

*Oh la Belle Ville : parkings saturés, **besoin de zones minutes***

Diversification commerciale

Enquête UCAB : 37,5% attendent plus de choix, 80%+ des produits locaux

*Oh la Belle Ville : vacance commerciale, **manque de certaines catégories***

Cadre de vie & ambiance urbaine

Enquête UCAB : verbatims sur propreté, végétalisation

*Oh la Belle Ville : **manque de mobilier urbain, éclairage à améliorer***

Amplitudes horaires

Enquête UCAB : 18,3% citent l'amplitude horaire comme levier

*Oh la Belle Ville : **fermeture le samedi après-midi, peu d'activité le dimanche***

Ce que disent les usagers, thème par thème

Verbatims recueillis dans l'enquête clientèle et recommandations déjà formulées par le diagnostic « Oh la Belle Ville ».

Dynamisation & animation

Usagers — « Faites revivre Belley » · « Belley est une ville qui se meurt » · « Plus d'animations pour les enfants » · « Repenser l'aménagement de la grande rue piétonne »

Recommandations OLBV — Animations musicales, nocturnes commerçantes, animations familiales, événements sur le marché, opérations « Shop ta pause déj. », espaces de pause et de détente.

Retour UCAB : plusieurs essais de nocturnes non concluants

Stationnement & accessibilité

Usagers — « Impossible de se garer » · « Stationnement payant partout » · « Mettre les stationnements en zone bleue » · « Faciliter pour stationner gratuitement »

Recommandations OLBV — Création de places minutes, amélioration de la signalétique, places « familles », réflexion globale sur les mobilités et les flux.

Diversification commerciale

Usagers — « Valorisons les commerces plus que les restaurations » · « Manque cruel de grandes enseignes » · « Développer les commerces éphémères »

Recommandations OLBV — Habillage des vitrines vacantes, accompagnement commercial, animations de vitrines, attractivité du parcours marchand.

Cadre de vie & ambiance urbaine

Usagers — « Le centre-ville a besoin d'un bon nettoyage » · « Aucune fleuraison » · « Serait plus agréable avec quelques squares verts supplémentaires »

Recommandations OLBV — Renforcer la végétalisation, développer le mobilier urbain, améliorer l'éclairage public, créer des espaces conviviaux.

Thème « Amplitudes horaires » : pas de verbatim direct dans l'enquête clientèle sur ce point précis, au-delà du chiffre déjà cité p. 10.

Trois sujets exprimés par les usagers, absents du diagnostic 2024

L'enquête clientèle fait remonter des attentes peu ou pas développées dans le diagnostic « Oh la Belle Ville ».

Mobilité douce & liaisons piétonnes / vélos

Attentes autour des déplacements à vélo, des circulations douces, des connexions entre zones commerciales et centre-ville.

« Favoriser la circulation et le stationnement des vélos » ·
« Faire une coulée verte piétonne »

Sujet peu développé dans « Oh la Belle Ville », hormis quelques références aux flux piétons.

Sanitaires publics

Le manque de toilettes publiques, leur vétusté et leur mauvaise signalisation reviennent dans plusieurs réponses.

« Les WC publics sont très mal indiqués, vétustes et trop rares »

Sujet absent du diagnostic flash, alors qu'il pèse sur le confort d'usage — familles et personnes âgées en particulier.

Perception de l'accueil commerçant

Malgré des verbatims valorisant l'engagement des commerçants et de l'UCAB, un manque d'amabilité est aussi signalé.

« Le sourire est important » · « Certains commerçants ne sont pas trop aimables »

Dimension relationnelle peu présente dans « Oh la Belle Ville », mais levier réel d'attractivité et de fidélisation.

Écho avec la consultation municipale

Consultation des Belleysans réalisée par la Mairie de Belley (>300 réponses) en amont des élections municipales de 2026 — document distinct, transmis séparément. Quelques recoupements utiles avec notre propre enquête, sur les sujets communs.

Diversification commerciale

UCAB — 37,5% attendent plus de choix ; 80%+ des produits locaux

Mairie — 76% jugent les commerces PAS assez diversifiés — et « dynamisme économique et commerces » figure parmi les 3 points à améliorer

Animation / vie culturelle

UCAB — 25,5% demandent plus d'animations ; 30% un centre culturel

Mairie — « Vie culturelle » citée comme point à améliorer ; priorité aux « événements festifs et culturels »

Mobilités douces

UCAB — 11,75% seulement citent les mobilités douces comme levier de fréquentation du centre-ville

Mairie — « Mobilité / transports » est un point FORT (top 3) côté ville ; priorité aux « pistes cyclables sécurisées »

Sécurité

UCAB — sujet non abordé dans le questionnaire UCAB

Mairie — 71% se sentent en sécurité, mais la sécurité reste un point à améliorer prioritaire

En orange : points de nuance plutôt que de pure convergence entre les deux enquêtes (méthodologies et publics différents). À confirmer avec vous : la date exacte de cette consultation municipale (nom de fichier ambigu).

Les enjeux clés à retenir

1

Dynamiser & animer

1er levier de fréquentation cité avec le choix des magasins ; convergent avec « Oh la Belle Ville » et la consultation Mairie.

2

Diversifier l'offre

Produits locaux, déco, prêt-à-porter en tête des attentes ; 76% des Belleysans jugent l'offre actuelle pas assez diversifiée (enquête Mairie).

3

Faciliter le stationnement

35% des répondants jugent l'effort de stationnement conséquent ; sujet récurrent dans les 3 études croisées.

4

Repenser les horaires

18% citent l'amplitude horaire comme frein ; échos forts avec le diagnostic 2024.

5

Capitaliser sur l'engagement

81% ont déjà participé à une animation UCAB — un socle solide pour les 50 ans de l'association.

6

Un accueil satisfaisant à consolider

75% satisfaits à très satisfaits de l'offre globale, mais qualité d'accueil et sourire évoqués comme axes de progrès.



*Union des Commerçants
et Artisans de Belley*

Merci !

Merci aux 347 répondants, aux élèves du Lycée Lamartine, à Isabelle Herbreteau pour son accompagnement-analyse et à la Ville de Belley pour ses données enquête et étude flash et à tous les commerçants relais de cette enquête.

belley-commerces.com



La Région
Auvergne-Rhône-Alpes



Cofinancé par
l'Union européenne

