

Les aires de services sur autoroutes

Qui sont les usagers des aires de services ? Quelles sont leurs aspirations ? Quelle offre équilibrée et innovante proposer en 2020 ?

*Présentation de l'étude
France, 1ère édition, janvier 2020*

- 172 pages
- 2.690 Français ayant fréquenté les aires de services sur autoroutes interrogés

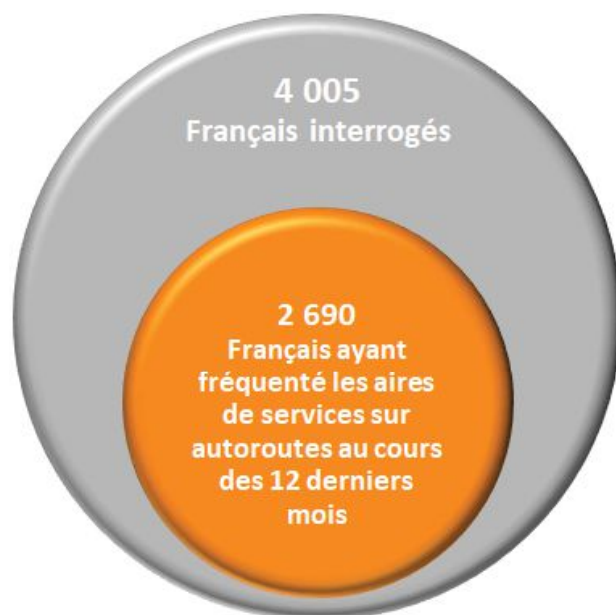
Présentation

Aujourd'hui, les attentes des voyageurs (BtoB ou BtoC) vis-à-vis des aires de services sur autoroute évoluent significativement. Face aux nombreux enjeux de modernisation, d'adaptation aux modes de consommation actuels, de recherche de nouvelles sources de rentabilisation des aires mais aussi d'adaptation aux changements en cours ou à venir dans le monde automobile (usage et type de véhicules) et les déplacements pendulaires ou professionnels, il est nécessaire de réinventer l'expérience client. Les aires de services sont également de plus en plus questionnées sur leur inscription territoriale, leur connexion avec la ville et le potentiel qu'elles représentent en matière de développement économique local. Véritables lieux de vie, aires multiservices et commerciales ou hub économique local, les aires de services sur autoroute prendront demain un visage nouveau.

L'étude « Les aires de services sur autoroute » (1ère Edition) vise à aider les différents opérateurs du marché (sociétés d'autoroute, exploitants d'aires de services, pétroliers, enseignes, restauration de voyage, investisseurs,...) à anticiper, innover, améliorer, travailler en priorité sur les attentes clés, faciliter la rédaction ou les réponses aux cahiers des charges / appels d'offres, imaginer les meilleures combinaisons (de marques) et orienter les partenariats stratégiques avec les concepts et enseignes les plus porteurs.

Echantillon

2.690 Français ayant fréquenté les aires de services sur autoroutes au cours des 12 derniers mois ont été interrogés par Internet entre le 20 novembre et le 9 décembre 2019. Pour obtenir cet échantillon, 4.005 Français âgés de 18 à 75 ans ont été interrogés. Cette base de sondage était parfaitement représentative de la population française en termes de sexe, d'âge, de catégorie socio-professionnelle, de localisation (régions UDA, degré d'urbanisation) et de composition du foyer.



Les répondants à l'étude sont tous membres de notre communauté de 60.000 panélistes : <http://www.panelia.fr> (propriété ARCANE Research).



57 enseignes évaluées

Sociétés d'autoroute :

1. ADELAC
2. ALICORNE
3. A'LIENOR
4. APRR
5. AREA
6. ATLANDES
7. ATMB
8. SANEF
9. SAPN
10. VIADUC DE MILLAU (CEVM)
11. VINCI AUTOROUTES

Stations services :

1. AVIA
2. BP
3. CARREFOUR
4. E. LECLERC STATION
5. ENI
6. ESSO
7. SHELL
8. TOTAL

Restauration :

1. AUTOGRILL
2. BISTROT
3. BONNE JOURNEE
4. BRIOCHE DOREE
5. BUFFALO GRILL
6. BURGER KING
7. CAMPANILE
8. COLOMBUS

9. COURTEPAILLE
10. DOMINO'S PIZZA
11. FLUNCH
12. KFC
13. L'ARCHE CAFETERIA
14. L'ARCHE RESTAURANT
15. LA CROISSANTERIE
16. LEO
17. LES COMPTOIRS CASINO
18. MAC DONALD'S
19. MARIE BLACHERE
20. PAUL
21. PIZZA DEL ARTE
22. QUICK
23. STARBUCKS
24. SUBWAY

Boutiques des enseignes :

1. 8 à Huit (EXPRESS)
2. AVIA
3. BP
4. CARREFOUR (EXPRESS)
5. CASINO (EXPRESS)
6. CASINO SHOP
7. E. LECLERC
8. ENI
9. ESSO
10. FRANPRIX
11. LE MARKET
12. SHELL
13. TOTAL
14. VIVAL

21 services et 164 dimensions évalués

21 services évalués

37 dimensions pour la satisfaction

- 9 dimensions pour la restauration
- 7 dimensions pour la boutique
- 6 dimensions pour la station service
- 11 dimensions pour les espaces extérieurs
- 4 dimensions pour les toilettes-sanitaires

127 dimensions pour les attentes

- 16 dimensions pour la station service
- 11 dimensions pour les toilettes-sanitaires
- 12 dimensions pour les espaces détente
- 10 dimensions pour la circulation, les parkings et la sécurité

- 25 dimensions pour l'espace restauration
- 12 dimensions pour l'espace boutique
- 12 dimensions pour les autres services proposés aux clients
- 3 dimensions pour les services proposés aux professionnels
- 4 dimensions pour les services de proximité
- 20 dimensions pour l'éco responsabilité



Sommaire de l'étude

Afin de connaître précisément l'ensemble des questions, items ou dimensions évaluées, n'hésitez pas à nous demander le questionnaire.

Synthèse de l'étude

1. Identification, profil et parcours des clients d'aires de services sur autoroutes

1.1. Identification et profil

- 1.1.1. Identification des Français ayant emprunté des autoroutes au cours des 12 derniers mois
- 1.1.2. Identification des Français ayant fréquenté des aires de services sur autoroutes au cours des 12 derniers mois
- 1.1.3. Motivations d'emprunt des autoroutes françaises
- 1.1.4. Cartes et abonnements possédés
 - Au global
 - Selon le type d'utilisateur de l'autoroute
- 1.1.5. Sociétés d'autoroutes en charge des aires de services fréquentées
 - Au global
 - Selon le type d'utilisateur de l'autoroute
- 1.1.6. Enseignes de restauration fréquentées
 - Au global
 - Selon le type d'utilisateur de l'autoroute
- 1.1.7. Boutiques fréquentées
 - Au global
 - Selon le type d'utilisateur de l'autoroute
- 1.1.8. Stations services fréquentées
 - Au global
 - Selon le type d'utilisateur de l'autoroute
- 1.1.9. Applications utilisées pour rechercher des aires de services sur autoroutes
 - Au global
 - Selon le type d'utilisateur de l'autoroute
- 1.1.10. Suivi de comptes d'aires d'autoroutes sur les réseaux sociaux au global et selon le type d'utilisateur de l'autoroute



1.2. Zoom sur les déplacements personnels sur autoroutes

- 1.2.1. Nombre de déplacements personnels sur autoroute au cours des 12 derniers mois et périodes de fréquentation
- 1.2.2. Fréquence d'arrêt sur les aires d'autoroute
- 1.2.3. Motifs d'arrêt sur la dernière aire d'autoroute fréquentée
- 1.2.4. Services utilisés lors de l'arrêt sur la dernière aire d'autoroute fréquentée
- 1.2.5. Détail des services utilisés lors de l'arrêt sur la dernière aire d'autoroute fréquentée et budget dépensé

1.3. Zoom sur les déplacements professionnels sur autoroutes

- 1.3.1. Nombre de déplacements professionnels sur autoroute au cours des 12 derniers mois et périodes de fréquentation
- 1.3.2. Fréquence d'arrêt sur les aires d'autoroute
- 1.3.3. Motifs d'arrêt sur la dernière aire d'autoroute fréquentée
- 1.3.4. Services utilisés lors de l'arrêt sur la dernière aire d'autoroute fréquentée
- 1.3.5. Détail des services utilisés lors de l'arrêt sur la dernière aire d'autoroute fréquentée et budget dépensé

2. Satisfaction des clients concernant les aires de services

2.1. Satisfaction globale des aires d'autoroutes fréquentées au cours des 12 derniers mois

- 2.1.1. Au global
- 2.1.2. Selon le type d'utilisateur

2.2. Satisfaction détaillée

- 2.2.1. Concernant la restauration
 - Au global
 - Selon le type d'utilisateur
- 2.2.2. Concernant les boutiques
 - Au global
 - Selon le type d'utilisateur
- 2.2.3. Concernant l'espace détente
- 2.2.4. Concernant les stations-service
 - Au global
 - Selon le type d'utilisateur
- 2.2.5. Concernant les espaces extérieurs
 - Au global
 - Selon le type d'utilisateur
- 2.2.6. Concernant les toilettes - sanitaires
 - Au global
 - Selon le type d'utilisateur



3. Aspirations des clients concernant les aires de services sur autoroutes

3.1. Incitations à fréquenter davantage les aires de services

3.1.1. Au global

3.1.2. Selon le type d'utilisateur

3.2. Attentes des clients concernant les aires de services

3.2.1. Attentes concernant l'espace station service

- Au global
- Selon le type d'utilisateur

3.2.2. Attentes concernant l'espace sanitaires

- Au global
- Selon le type d'utilisateur

3.2.3. Attentes concernant l'espace détente (intérieur & extérieur)

- Au global
- Selon le type d'utilisateur

3.2.4. Attentes concernant les parkings et la sécurité

- Au global
- Selon le type d'utilisateur

3.2.5. Types de restaurations souhaités

- Au global
- Selon le type d'utilisateur
- Selon le type d'utilisateur – détail sandwicherie et restauration rapide
- Selon le type d'utilisateur – détail service à table
- Selon le type d'utilisateur – détail distributeurs automatiques

3.2.6. Attentes concernant l'espace restauration

- Au global
- Selon le type d'utilisateur

3.2.7. Attentes concernant l'offre alimentaire des boutiques

- Au global
- Selon le type d'utilisateur

3.2.8. Attentes concernant les services proposés

- Au global
- Selon le type d'utilisateur

3.2.9. Attentes concernant les services proposés aux professionnels

- Au global
- Selon le type d'utilisateur

3.2.10. Attentes concernant les services de proximité proposés

- Au global
- Selon le type d'utilisateur

3.2.11. Attentes concernant l'éco-responsabilité

- Au global
- Selon le type d'utilisateur



Annexes

Profil des Français fréquentant les aires de services sur autoroutes

- Sexe et âge au global et selon le type d'utilisateur
- CSP au global et selon le type d'utilisateur
- Revenus du foyer au global et selon le type d'utilisateur
- Composition du foyer au global et selon le type d'utilisateur
- Régions et type de commune au global et selon le type d'utilisateur
- Nombre de véhicules au sein du foyer au global et selon le type d'utilisateur
- Types de motorisation des véhicules au sein du foyer au global et selon le type d'utilisateur
- Nombre de km parcourus et répartition des déplacements au global et selon le type d'utilisateur de l'autoroute
- Motivations d'emprunt des autoroutes françaises selon le type d'utilisateur de l'autoroute

Zoom sur les déplacements personnels ou professionnels sur autoroutes

- Autoroutes empruntées lors des déplacements personnels au cours des 12 derniers mois
- Nombre de passagers dans le véhicule lors de l'arrêt sur la dernière aire d'autoroute fréquentée
- Autoroutes empruntées lors des déplacements professionnels au cours des 12 derniers mois
- Nombre de passagers dans le véhicule lors de l'arrêt sur la dernière aire d'autoroute fréquentée

Satisfaction globale et détaillée selon les sociétés d'autoroutes ou enseignes fréquentées

- Satisfaction globale des aires d'autoroutes fréquentées au cours des 12 derniers mois selon les sociétés d'autoroutes ou enseignes fréquentées
- Satisfaction détaillée concernant la restauration selon les sociétés d'autoroutes
- Satisfaction détaillée concernant la restauration selon les enseignes
- Satisfaction détaillée concernant les boutiques selon les sociétés d'autoroutes
- Satisfaction détaillée concernant les boutiques selon les enseignes
- Satisfaction détaillée concernant l'espace détente selon le type d'utilisateur et la société d'autoroute
- Satisfaction détaillée concernant les stations-service selon les sociétés d'autoroutes
- Satisfaction détaillée concernant les stations-service selon les enseignes
- Satisfaction détaillée concernant les espaces extérieurs selon les sociétés d'autoroutes
- Satisfaction détaillée concernant les sanitaires selon les sociétés d'autoroutes

Incitations à fréquenter davantage les aires de services selon les sociétés d'autoroutes fréquentées et le profil sociodémographique

- Incitations à fréquenter davantage les aires d'autoroutes selon les sociétés d'autoroutes
- Incitations à fréquenter davantage les aires d'autoroutes selon le profil socio-démographique



Attentes des clients concernant les aires de services selon les sociétés d'autoroutes ou enseignes fréquentées

- Attentes concernant l'espace station service selon les sociétés d'autoroutes
- Attentes concernant l'espace station service selon les enseignes
- Attentes concernant l'espace sanitaires selon les sociétés d'autoroutes
- Attentes concernant l'espace détente (intérieur & extérieur) selon les sociétés d'autoroutes
- Attentes concernant les parkings et la sécurité selon les sociétés d'autoroutes
- Types de restaurations souhaités selon les sociétés d'autoroutes
- Types de restaurations souhaités selon les sociétés d'autoroutes – détail sandwicherie et restauration rapide
- Types de restaurations souhaités selon les sociétés d'autoroutes – détail service à table
- Types de restaurations souhaités selon les sociétés d'autoroutes – détail distributeurs automatiques
- Attentes concernant l'espace restauration selon les sociétés d'autoroutes
- Attentes concernant l'espace restauration selon les enseignes
- Produits souhaités dans les boutiques selon les sociétés d'autoroutes
- Produits souhaités dans les boutiques selon les enseignes
- Attentes concernant l'offre alimentaire des boutiques selon les sociétés d'autoroutes
- Attentes concernant l'offre alimentaire des boutiques selon les enseignes
- Attentes concernant les services proposés selon les sociétés d'autoroutes
- Attentes concernant les services proposés aux professionnels selon les sociétés d'autoroutes
- Attentes concernant les services de proximité proposés selon les sociétés d'autoroutes
- Attentes concernant l'éco-responsabilité selon les sociétés d'autoroutes

Livrables

Un rapport synthétique, quantifié, prêt pour vos présentations

- Un rapport synthétique : l'information essentielle est hiérarchisée.
- Un rapport chiffré et précis : l'information est systématiquement quantifiée.
- Un rapport directement exploitable pour vos présentations : format Power Point.
- Au moins une phrase d'analyse par slide.

Accompagnement personnalisé :

Une fois les livrables restitués, notre équipe est disponible et cela sans aucune limite de temps pour faire les traitements complémentaires et apporter toutes les précisions que vous estimez utiles (présentation orale en option).

Vos contacts



Hervé GUINGANT

Votre contact commercial

herve.guingant@arcane-research.com

Direct : 02.41.60.37.68



Coline LE BIHAN

Votre contact pour l'étude

coline.lebihan@arcane-research.com

Direct : 02.41.20.08.76

Références

3A - 3M - ABBOTT - ABBVIE - ABRIBLUE - ACADEMIE - ACOVA - AG2R - AGIR GRAPHIC - AGRAL - AGRO-MOUSQUETAIRES - AIRPAC - ALAIN AFFLELOU - ALCONLABS - ALDES AERAUILLIQUE - ALES GROUPE - ALGOTHERM - ALLERGAN - ALLIANCE HEALTHCARE - ALLIANCE OCEANE - ALLIANZ IARD - ALLIANZ VIE - ALSACE LAIT - AMDIPHARM - ANDROS - ANTARGAZ FINAGAZ - AO SOLA - APEX - APICIL - APREVA - APRR - ARKOPHARMA - ARISTON THERMO GROUP - ARTENAY CEREALS - ASCENSIA - ASTRA ZENECA - ATLANTIC - ATOL - AUDILAB - AUDIOPTIC - AVIVA - AXA - BANQUE CASINO - BARILLA - BAUSCH&LOMB - BAYER - BAYER PHARMA - BEIERSDORF - BEL - BEL FOOD SERVICE - BFORBANK - BIOCODEX - BIODERMA - BIOGARAN - BIORGA - BLEDNA - BNP PARIBAS - BOEHRINGER-INGELHEIM - BOIRON - BOIRON SURGELATION - BONCOLAC - BONDUELLE - BONDUELLE FRAIS - BOURSORAMA - BOUYGUES IMMOBILIER - BPCE ASSURANCES - BRED BANQUE POPULAIRE - BJORG - BROTHIER - BSN MEDICAL - CA CONSUMER FINANCE - CAISSE D'EPARGNE - CANDIA - CARDINAL HEALTH - CARL ZEISS - CARREFOUR - CASINO - CDO - CETELEM - CEPHALON - CHARAL - CHIESI - CHURCH&DOWIGHT - CIPF CODIPAL - CIZETA MEDICALI - CLARINS - CNBPF - COLGATE PALMOLIVE - COLUMBIA - COMPAGNIE MADRANGE - CONFEDERATION NATIONALE DU CREDIT MUTUEL - CONFORAMA - CONTINENTAL - COOPER - COOPERVISION - CORNIC - COSMETIQUE ACTIVE INTERNATIONAL - COTY - COVEA - CREDIPAR - CREDIT MUTUEL ARKEA - D'AUCY FOOD SERVICE - DAIKIN - DAUNAT - DELMAS POISSONS ET MAREES - DE DIETRICH - DECLEOR - DELOITTE - DELPEYRAT - DELPIERRE - DIAC - DIAFARM-NPC - DIAPHARMEX - DIRECT ASSURANCE - DPAM - DOUGLAS - DUC - E. LECLERC - EA-PHARMA - ECLOR - ECOVER - EDF - EFFIC - ELLA BACHE - ENGIE - ENI - ENTENDRE - ES ENERGIES - ESSILOR - ESSITY - ESTHEDERM - EUCERIN - EUGENE PERMA - EUROSIMA - EXACOMPTA - EXPANSCIENCE - FBD (IXINA,...) - FERRERO - FEU VERT - FILORGA - FINDUS - FLEURANCE NATURE - FLEURY MICHON - FLORETTE - FNAC DARTY - FNH - FNMF - FORD - FORTE PHARMA - France FARINE - FRANCK PROVOST - GABA - GALDERMA - GASTROMER - GASTRONOME - GAZ DE BORDEAUX - GEDEON RICHTER - GELAZUR - GENERALI - GENEVRIER - GEORGIA PACIFIC - GIBAUD - GILBERT LABORATOIRES - GILLETTE - GRAND VISION - GREELAND SEAFOOD - GRIMBERG LABORATOIRES - GROUPE ALL - GROUPE APPRO - GROUPE BARBA - GSK - GUERLAIN - GUINOT - HALIEUTIS - HAMELIN - HARMONIE MUTELLE - HELLY HANSEN - HENKEL - HITACHI - HOYA LENS - HRA - HSBC - HUMANIS - IKEA - IMA - ING - INNOTHERA - INTERMARCHÉ - INTERVET - IPRAD SANTE - IPSEN - JANSSEN CILAG - JARDILAND - JEAN MARTIN - JENNY CRAIG - JUVA SANTE - KRYG GROUP - L'OREAL ACTIVE COSMETICS - L'OREAL GARNIER - LA BANQUE POSTALE FINANCEMENT - LABEYRIE TRAITEUR SURGELES - LABORATOIRE DE LA MER - LACTALIS - LAITA - LAFUMA - LAMY - LAPEYRE - LCL - LDC - LEA NATURE - LEHNING - LE TANNEUR - L'ASSIETTE BLEUE - LEVER FABERGE - LEXEL - L'OCCITANE - L'OREAL PROFESSIONNEL - LOHMANN & RAUSCHER - LONGCHAMP - LUNETTIERS DU JURA - LUISSIER BORDEAUX CHESNEL - LUXOTTICA - LVMH - MAAF - MACIF - MAIF - MALAKOFF MEDERIC - MARIA GALLAND - MARINE HARVEST - MARY COHR - MATINES - MATIS - MATMUT - MAYOLY SPINDLER - MEAD JOHNSON - MEDA PHARMA - MEDICA - MENICON - MENARINI - MERCEDES BENZ FINANCIAL SERVICES - MERCK MEDICATION FAMILIALE - MERIAL - METRO - MG - MGEN - MILLET - MITI - MITSUBISHI - MMA - MOM - MONDIAL ASSISTANCE - MONOPRIX - MR BRICOLAGE - MSD SANTE ANIMALE - MUTEX - MUTUELLE DE POITIERS ASSURANCES - NATIXIS - NATURENVIE - NEGMA-WOCKARDT - NESTLE - NESTLE PROTEIKA - NEXITY - NIKE ACG - NISSAN - NOFIMA - NORAUTO - NORWEGIAN SEAFOOD COUNCIL - NOVARTIS - NOVARTIS SANTE ANIMALE - NUTRITION ET SANTE - OCP - OLIVES & CO - OENOBIO - OMEGA PHARMA - OMNICON - O'NEILL - ONEY - ONTEX - OPHTHALMIC - OPTIC 2000 - ORANGINA SCHWEPPE - ORCHESTRA - OXBOW - PASQUIER - PATAGONIA - PAUL HARTMANN - PEPSICO - PERRIGO - PFIZER - PHYTOMER - PICOT - PIERRE FABRE DERMATOLOGIE - PIERRE FABRE MEDICAMENT - PIERRE FABRE ORAL CARE - PIERRE FABRE SANTE - PREVOIR - PROCTER GAMBLE PHARMACEUTICALS - PSA - QUIKSILVER - RATP - RCIA - RECKITT BENCKISER - RELAIS D'OR CENTRALE - RESPONDI - REUNICA - REVLON - RIP CURL - ROCHE DIAGNOSTICS - ROGE CAVAILLES - ROSSIGNOL - ROTTAPHARM - SACLA - SAINT HUBERT - SALOMON - SANDOZ - SANOFI - SANTECLAIR - SANTE VERTE - SARBEC - SAVENCIA - SCA - SCAMARK - SCHOLL - SEMES MARQUE VERTE - SENNHEISER - SERVIR - SERVIER - SEVRE LOIRE HABITAT - SFR - SIFI GROUP - SIGVARIS - SIMONE MAHLER - SMITH & NEPHEW - SODEBO - SODIAL - SODIAL FOOD EXPERTS - SODILAC - SOFIBEL - SOGECAP - SOLINEST - SOTHYS - SOVIBA - SSP - STABLO - STALLERGENES - STANHOME - STARKEY - STERILOR - STGA - STIEFFEL - STOEFFLER - SUN STAR - SVR - SWISS LIFE - SYNADIET - SYSTEME U - TBWA-PARIS - TEOXANE - TERRA SANTE - TERRENA - TEVA - TEXIER - THALGO - THEA - THERABEL - THUASNE - TONIPHARM - TOP PHARM - UMBRO - UNILEVER - UNIMA - UNITED BISCUITS - UPSA - URGO - URIAGE - VANIA - VENDOME - VILOGIA - VINCI IMMOBILIER - VISAUDIO - VITAGERMINE - VOLCOM - VW - VW BANK - WEIGHT WATCHERS - WELDOM - WELEDA - WELLA - WILLIAM SAURIN - WINTHROP - YVES ROCHER, ZAMBON,...

arcane research

Expert en montage d'études multi-clients et en études ad-hoc basées sur la réinterrogation de cibles.

Notre offre multi-clients répond à 3 principes :

- Proposer des études thématiques sur des marchés connus et maîtrisés,
- Mutualiser les coûts (terrain partagé)
- Proposer une offre plus flexible, plus "ad hoc" et plus qualitative que les études en souscription traditionnelles

La maîtrise du principe de l'enquête mutualisée depuis 1993 :

- Une équipe impliquée et compétente sur les domaines.
- Plus de 30 observatoires réalisés chaque année.
- Une relation durable et de confiance avec les acteurs les plus significatifs des marchés étudiés.

www.arcane-research.com

arcane research est un institut d'études indépendant spécialisé depuis 1993 dans les études quantitatives.

ARCANE Research - 26, boulevard du Maréchal Foch - 49100 Angers
Angers, ville laboratoire pour les marchés tests
Tél : 02.41.33.12.49 - Fax : 02.41.60.57.86 - contact@arcane-research.com

