


Quartiers apaisés, la mort du commerce?

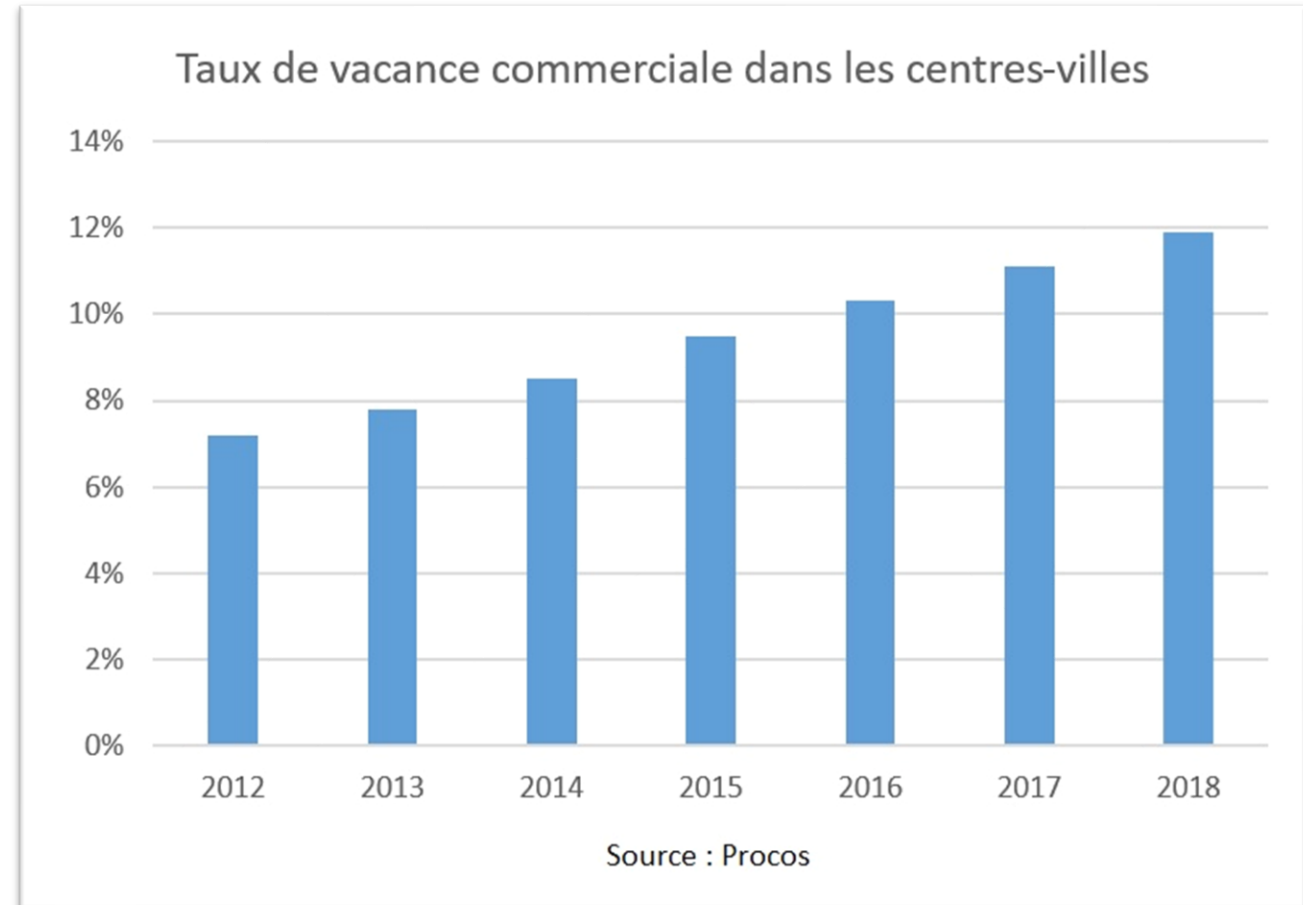
- Mathieu Chassignet : ingénieur spécialisé dans les mobilités durables

Travaux personnels :

- Blog : « Pour une mobilité durable et solidaire » <https://blogs.alternatives-economiques.fr/chassignet>
-  [@M_chassignet](https://twitter.com/M_chassignet)

Le constat : des centres-villes en difficulté

- Les centres-villes subissent une concurrence qui s'accroît :
 - Des zones commerciales périphériques en forte progression
 - Progression rapide du e-commerce
- Le taux de vacance commerciale augmente de presque 1 point par an dans les villes françaises



Le constat : des centres-villes en difficulté

- Ce déclin des centres-villes devient un sujet politique
- 2 écoles se font face :
 - faciliter la circulation et le stationnement automobile en espérant faire venir des clients éloignés
 - proposer des espaces publics plus apaisés, avec plus de place aux piétons pour leur donner envie de consommer
- Les commerçants sont devenus les principaux opposants aux projets de transformation des espaces publics
- Problème : très peu de chiffres pour objectiver le diagnostic et les solutions

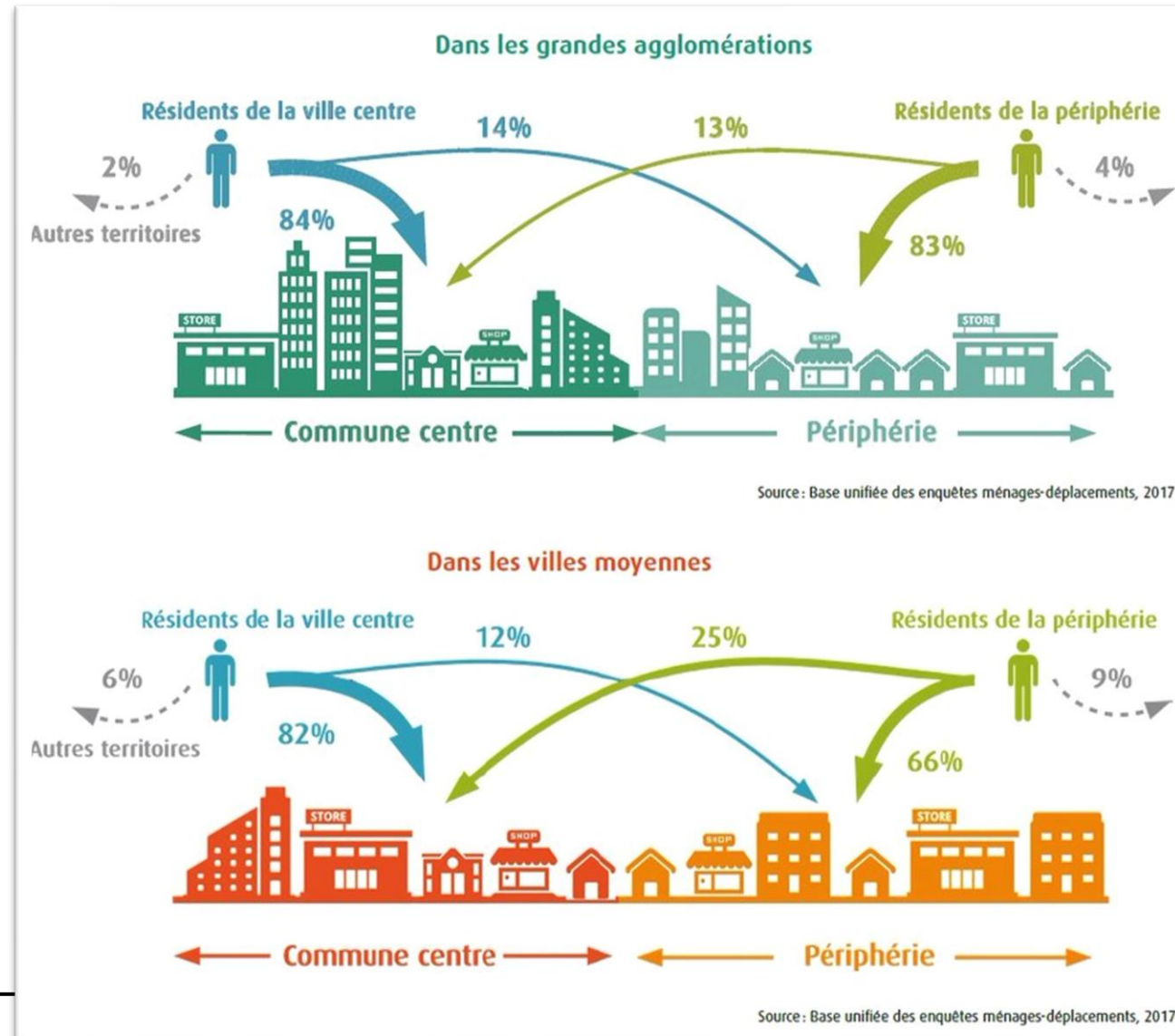
**Que disent les quelques études sur la mobilité
des clients des commerces de centre-ville ?**

Enseignements des études sur la mobilité des clients des commerces de centre-ville

- Toutes les études aboutissent aux 4 mêmes résultats :
 1. La plupart des clients vivent à proximité
 2. La plupart des clients viennent à pied et peu en voiture
 3. Les clients réclament des espaces apaisés et moins de voitures
 4. Les commerçants surestiment systématiquement le poids de la voiture parmi leurs clients

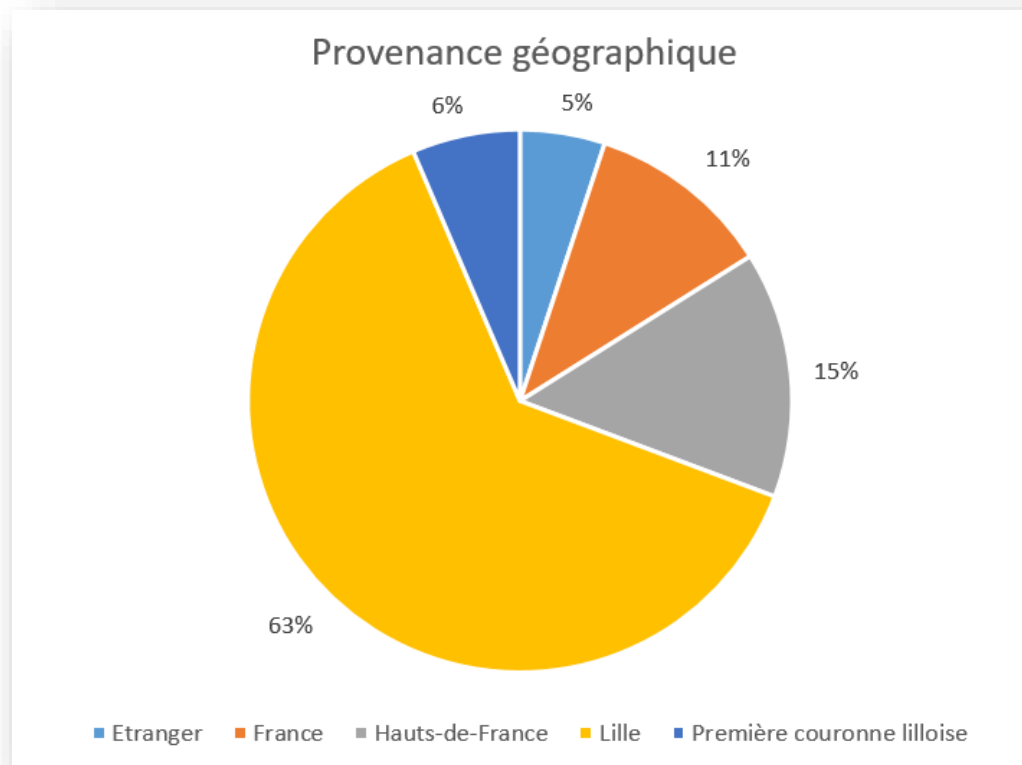
1. La plupart des clients vivent à proximité

1. La plupart des clients vivent à proximité



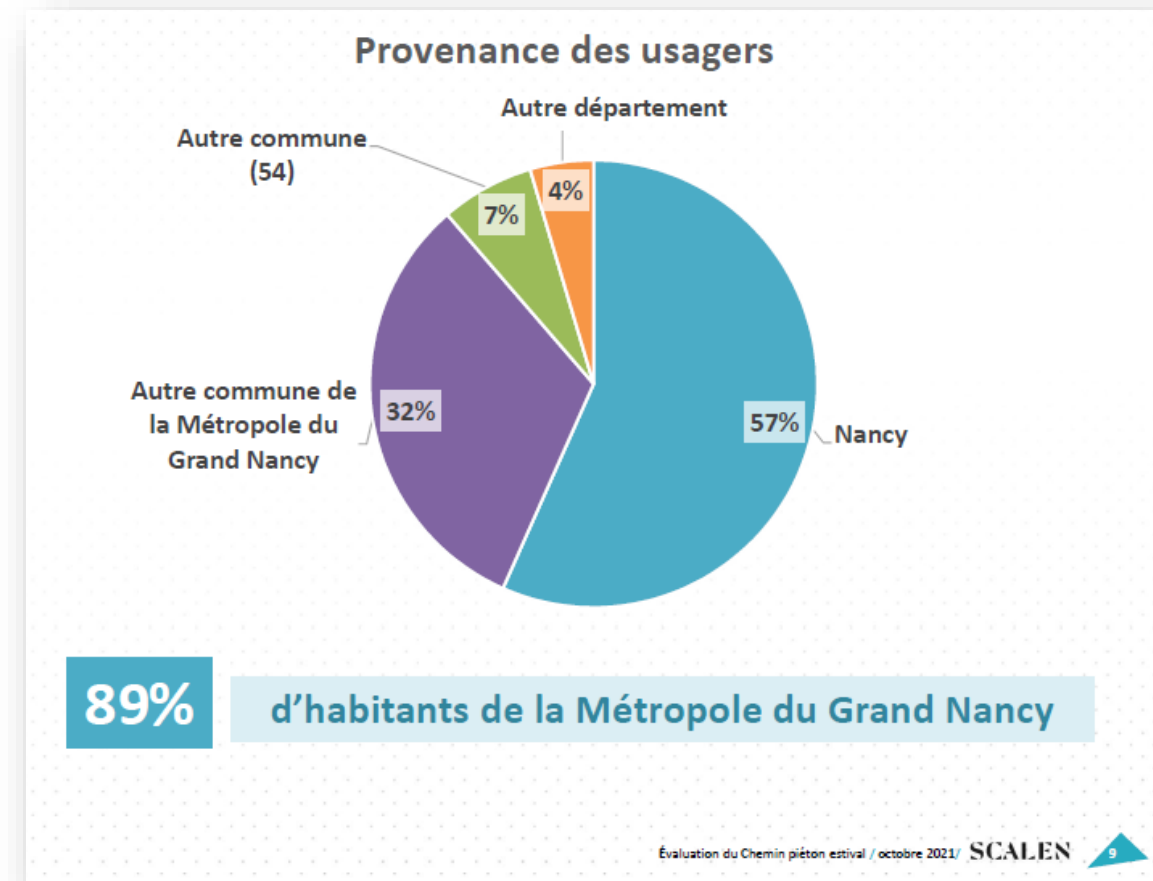
1. La plupart des clients vivent à proximité

Lille



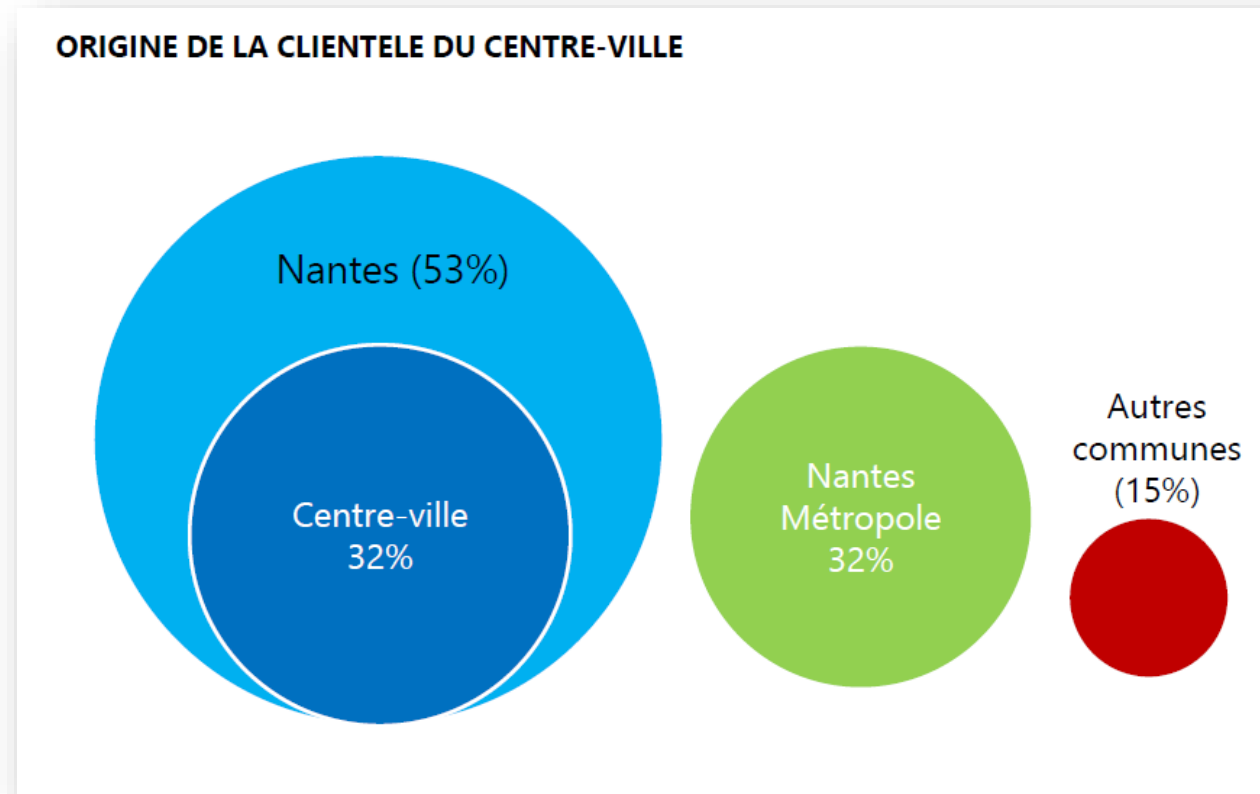
Source : *Mobilité vers les commerces de centre-ville : 5 enseignements issus d'une enquête menée à Lille*, Chassignet, 2021

Nancy



1. La plupart des clients vivent à proximité

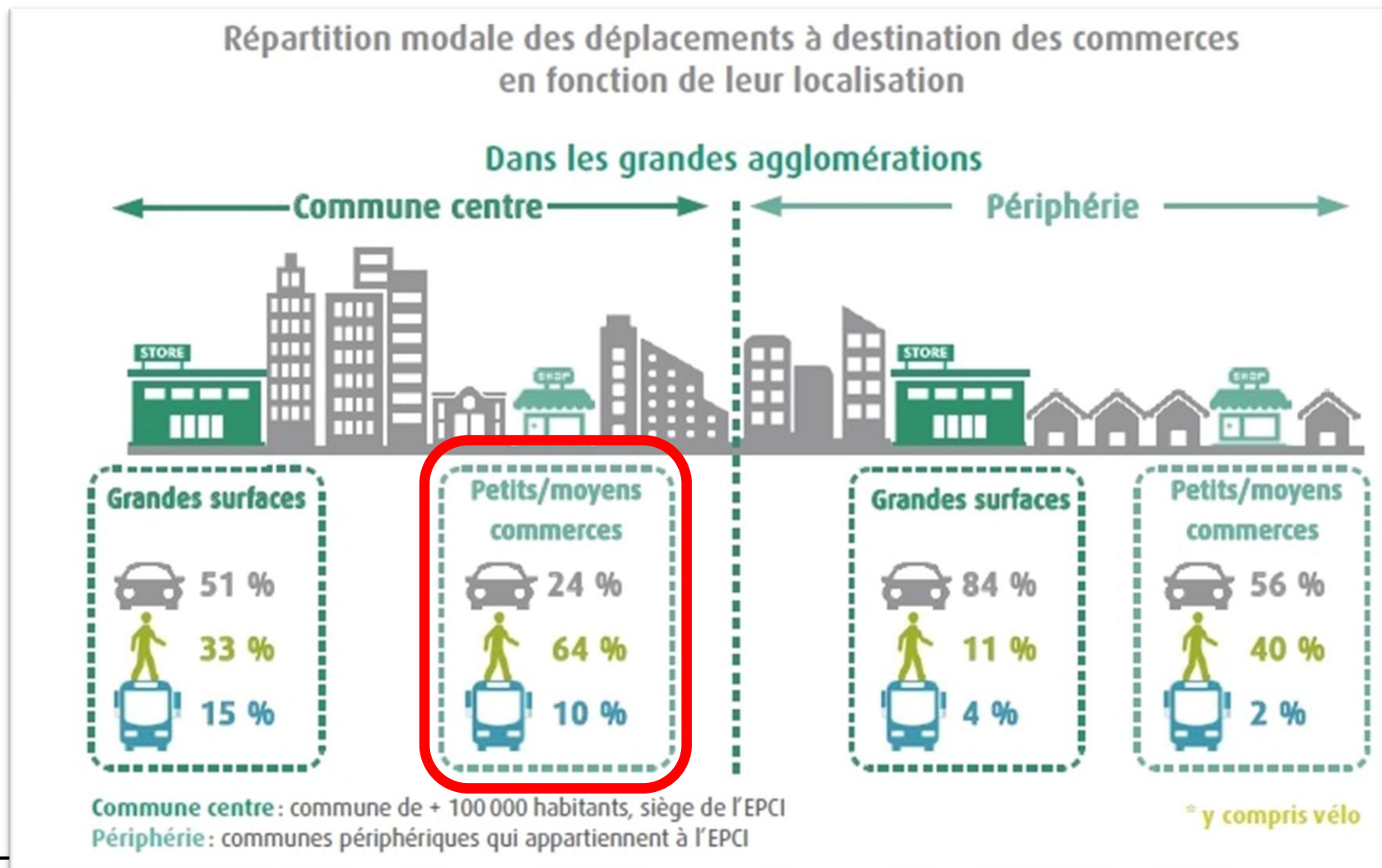
Nantes



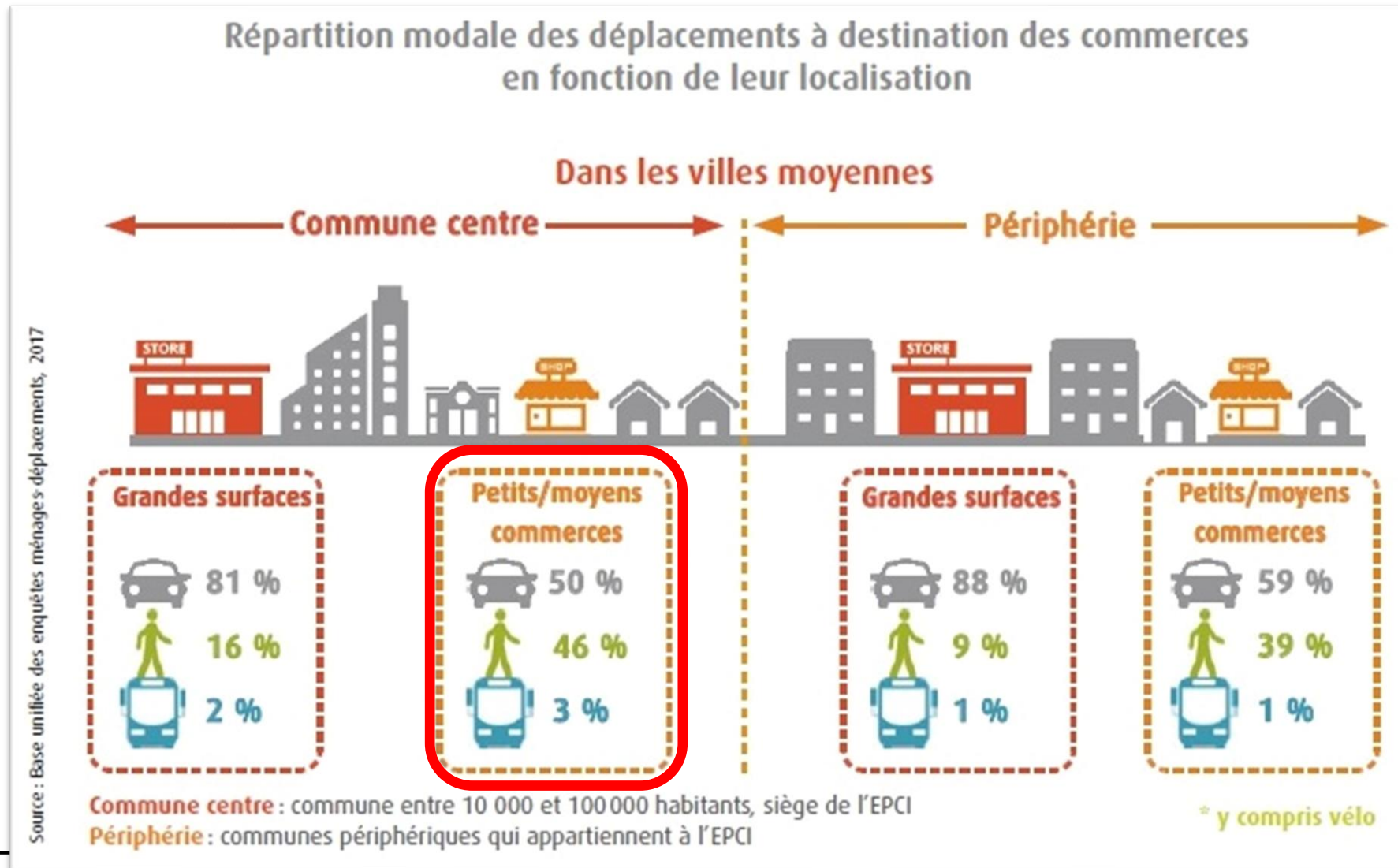
Source : *Trouver une place de parking en centre-ville de Nantes ?
Pas un problème pour les clients*, Ouest France, 2021

2. La plupart des clients viennent à pied et peu en voiture

2. La plupart des clients viennent à pied et peu en voiture

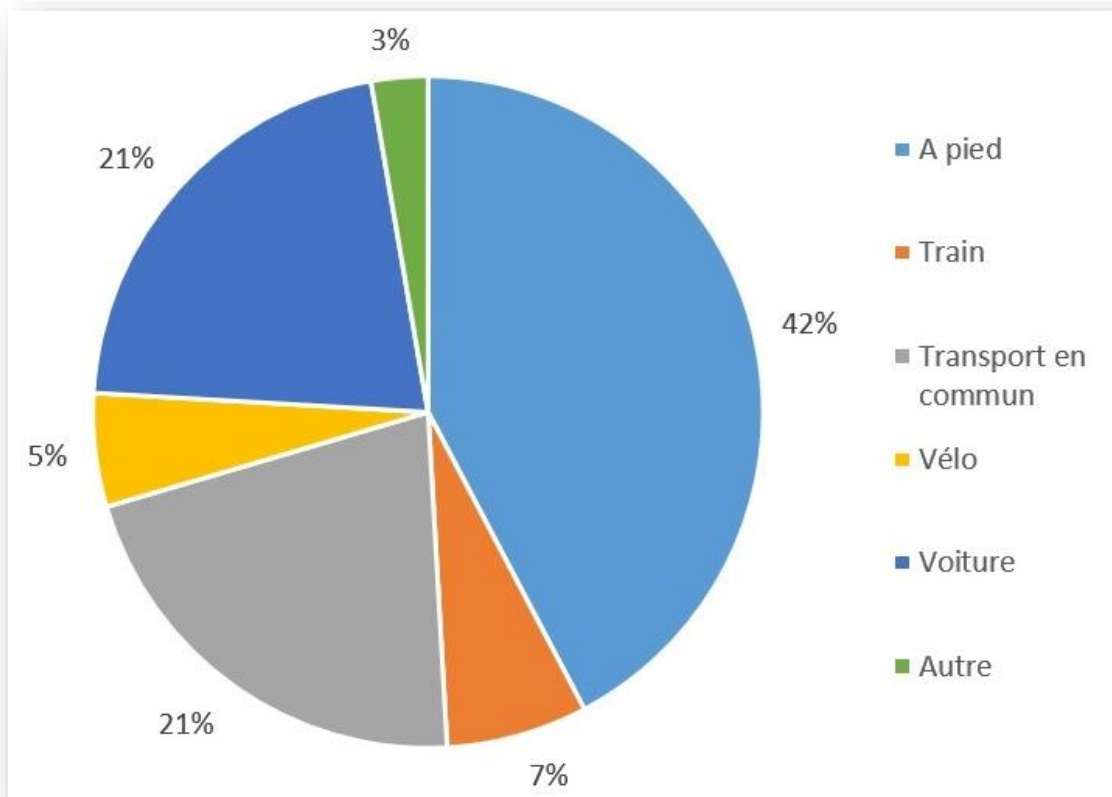


2. La plupart des clients viennent à pied et peu en voiture



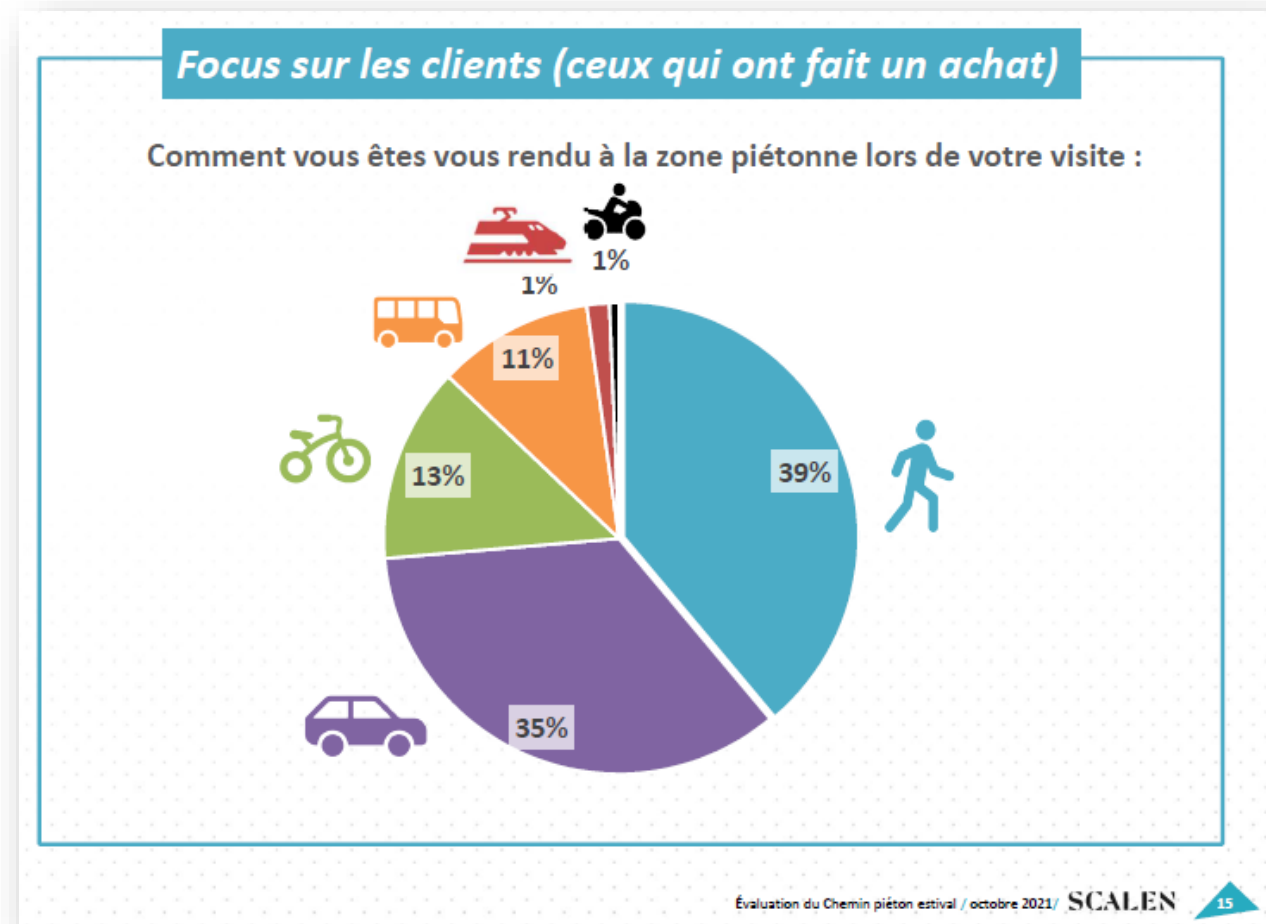
2. La plupart des clients viennent à pied et peu en voiture

Lille



Source : *Mobilité vers les commerces de centre-ville : 5 enseignements issus d'une enquête menée à Lille*, Chassignet, 2021

Nancy

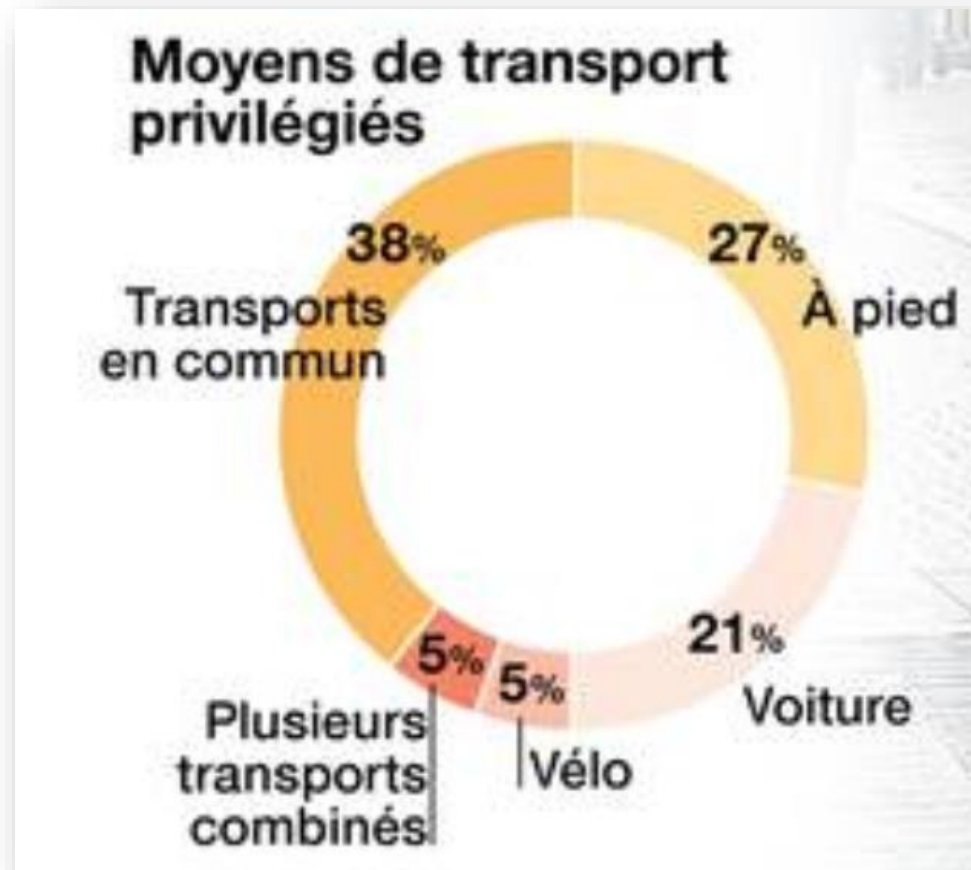


Évaluation du Chemin piéton estival / octobre 2021 / SCALEN

15

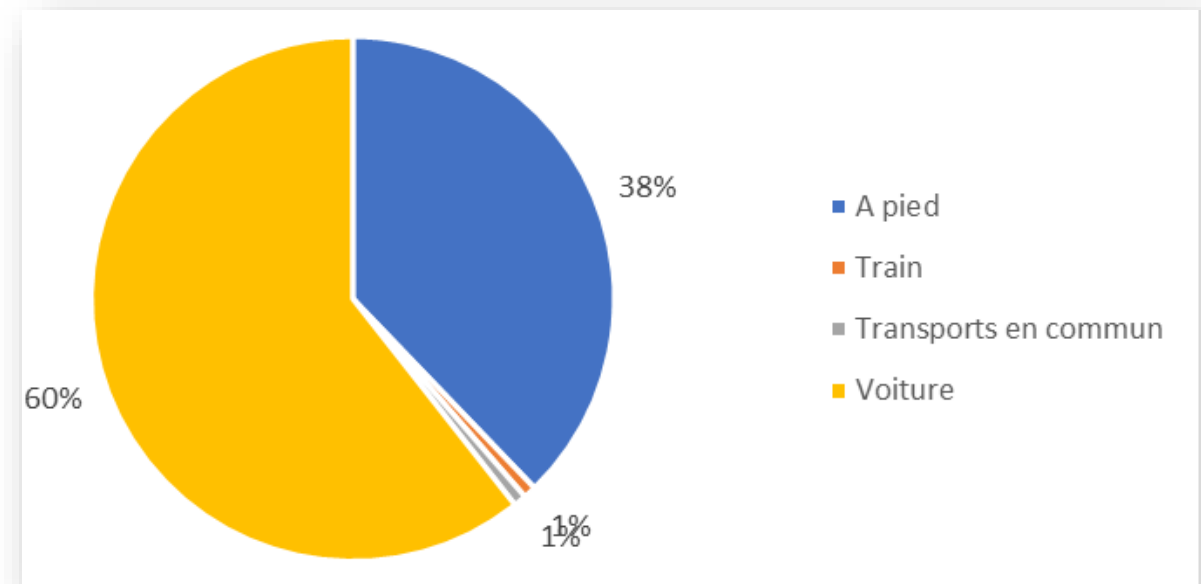
2. La plupart des clients viennent à pied et peu en voiture

Nantes



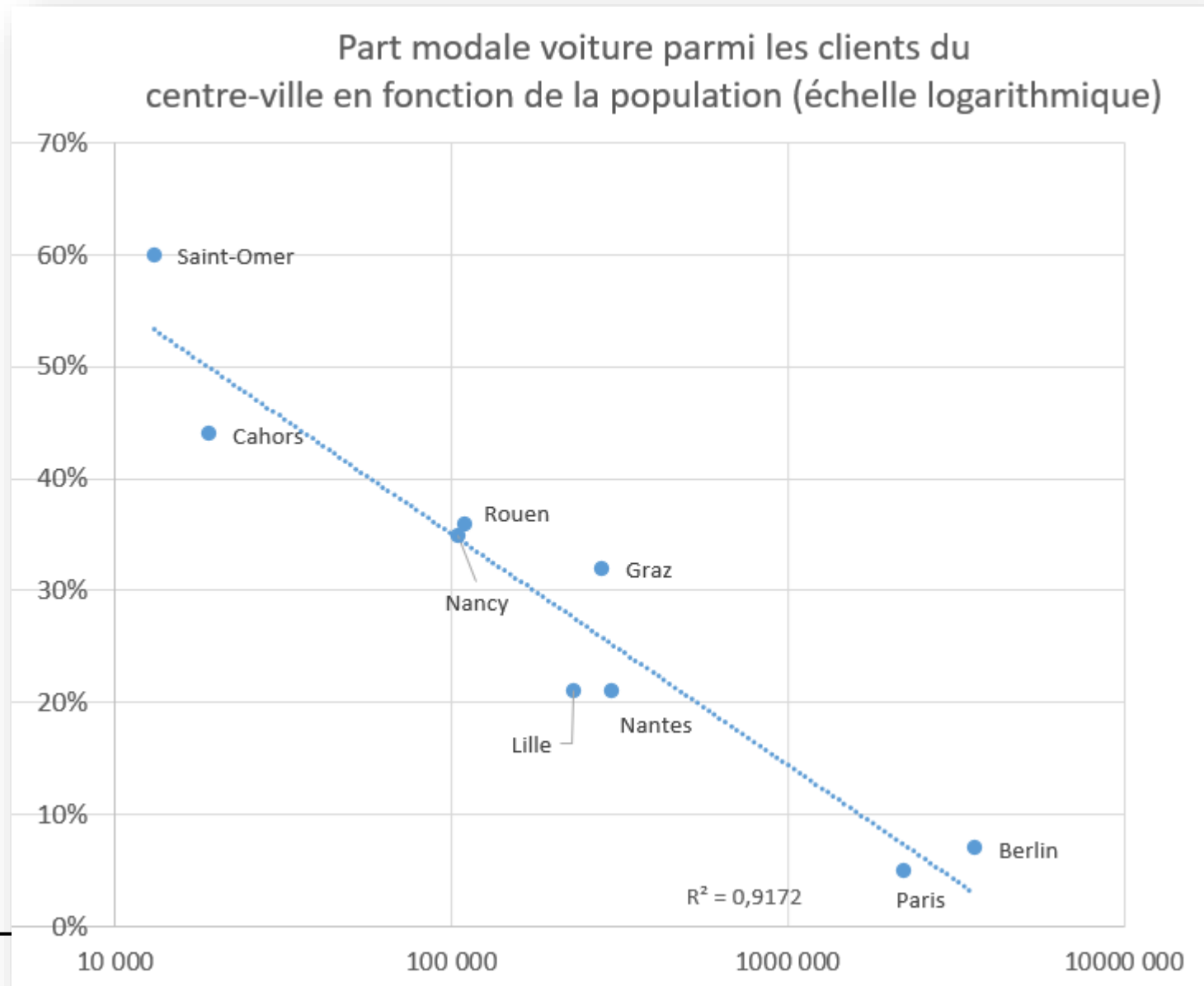
Source : *Trouver une place de parking en centre-ville de Nantes ? Pas un problème pour les clients*, Ouest France, 2021

Saint-Omer (13 000 habitants)



Source : *Mobilité vers les commerces de centre-ville : 5 enseignements issus d'une enquête menée à Lille*, Chassignet, 2021

2. La plupart des clients viennent à pied et peu en voiture



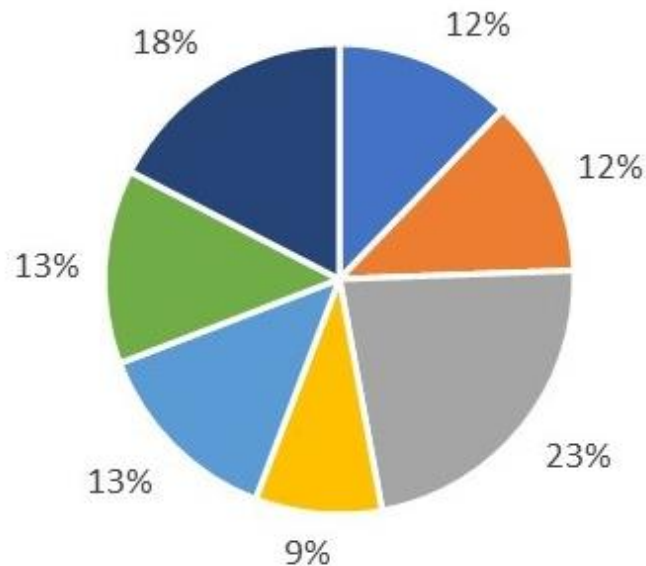
3. Les clients réclament des espaces apaisés et moins de voitures

3. Les clients réclament des espaces apaisés et moins de voitures

Lille

Rouen

Selon vous, quelle serait la mesure prioritaire pour améliorer l'attractivité des commerces en centre-ville?



- Des trottoirs plus larges et moins encombrés
- Faciliter l'accès et le stationnement vélo
- Faciliter la circulation et le stationnement automobile
- Réduire les nuisances du trafic motorisé
- Transports collectifs plus efficaces
- Transports en commun gratuits
- Végétaliser

Source : *Mobilité vers les commerces de centre-ville : 5 enseignements issus d'une enquête menée à Lille*, Chassignet, 2021

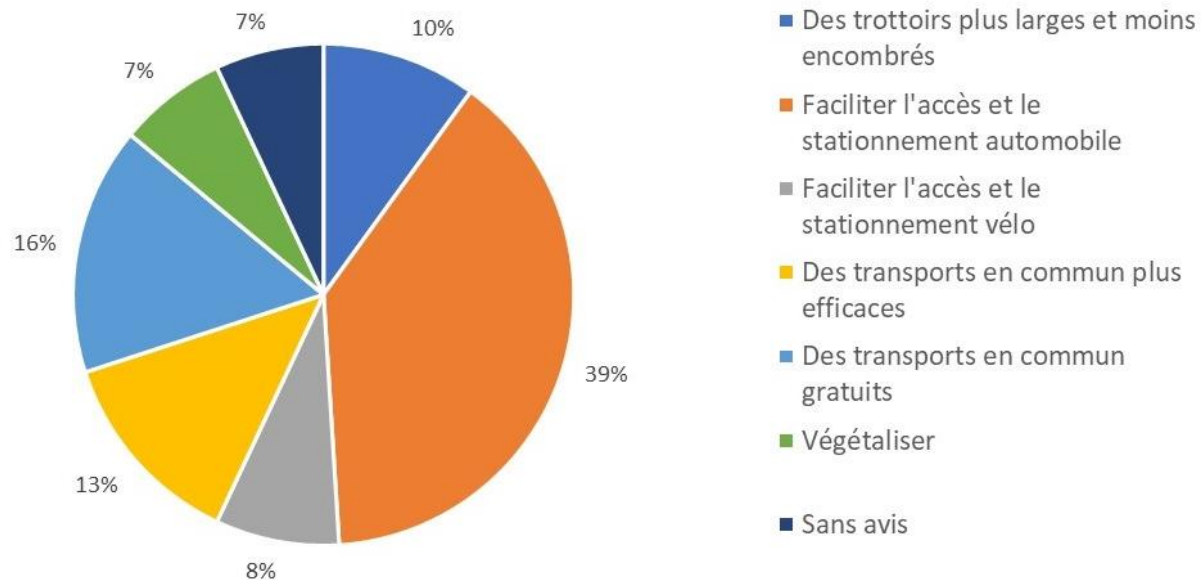


Source : *marchabilité et vitalité commerciale*, Métropole de Rouen,

3. Les clients réclament des espaces apaisés et moins de voitures

Saint-Omer (13 000 habitants)

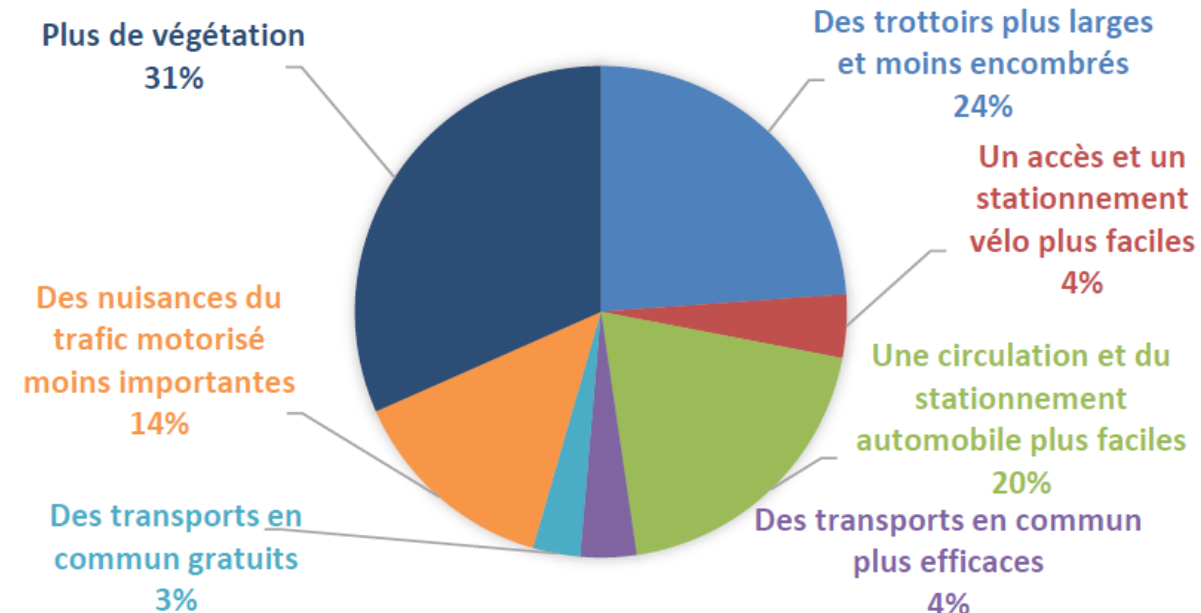
Selon vous, quelle serait la mesure prioritaire pour améliorer l'attractivité des commerces de centre-ville ?



Source : *Mobilité vers les commerces de centre-ville : 5 enseignements issus d'une enquête menée à Lille*, Chassignet, 2021

Lyon, avenue des Frères Lumière

MESURE PRIORITAIRE

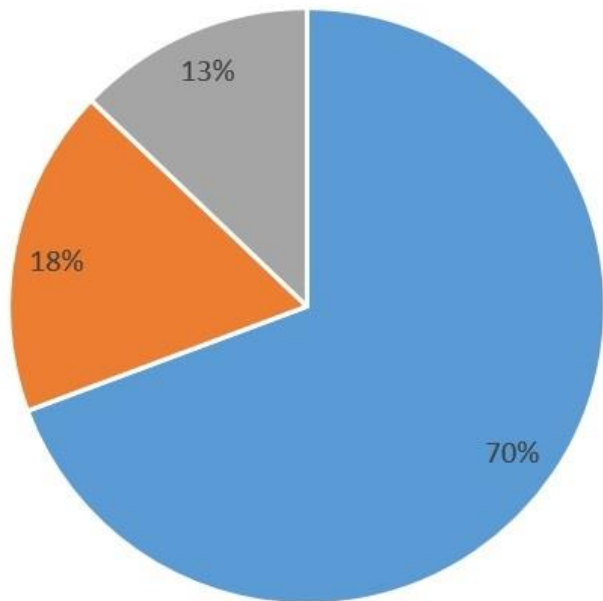


Source : *Réaménagement de l'avenue des Frères Lumière et de la rue du Premier Film*, Métropole du Grand Lyon, 2022

3. Les clients réclament des espaces apaisés et moins de voitures

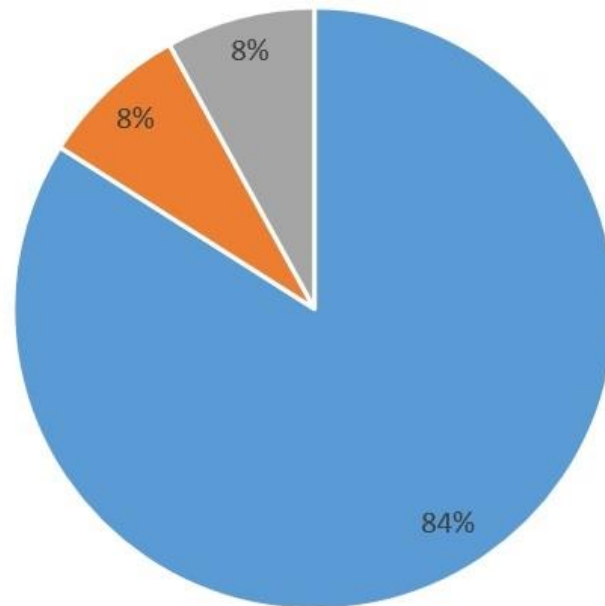
Lille

Que pensez-vous de la limitation à 30 km/h?



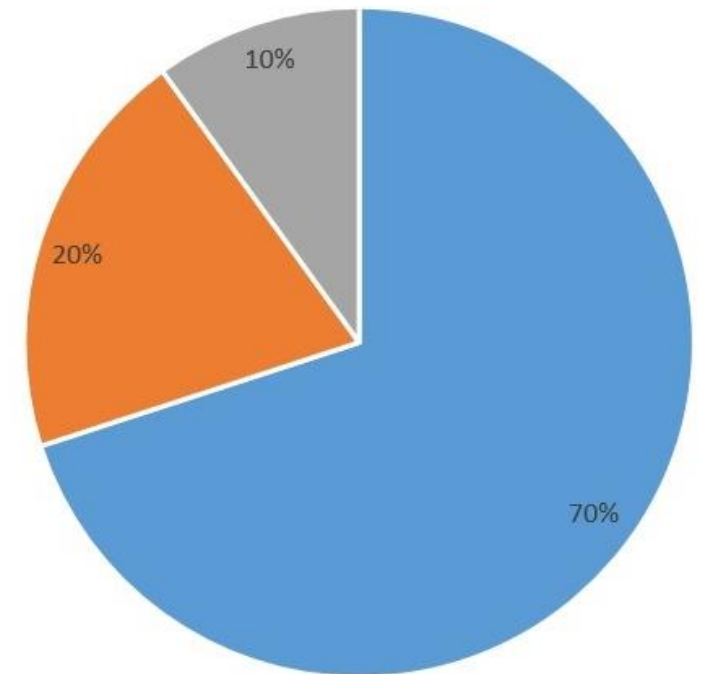
■ Pour ■ Contre ■ Sans avis

Que pensez-vous de la piétonnisation du centre-ville le samedi?



Saint-Omer

Que pensez-vous de la limitation à 30 km/h (Saint Omer) ?

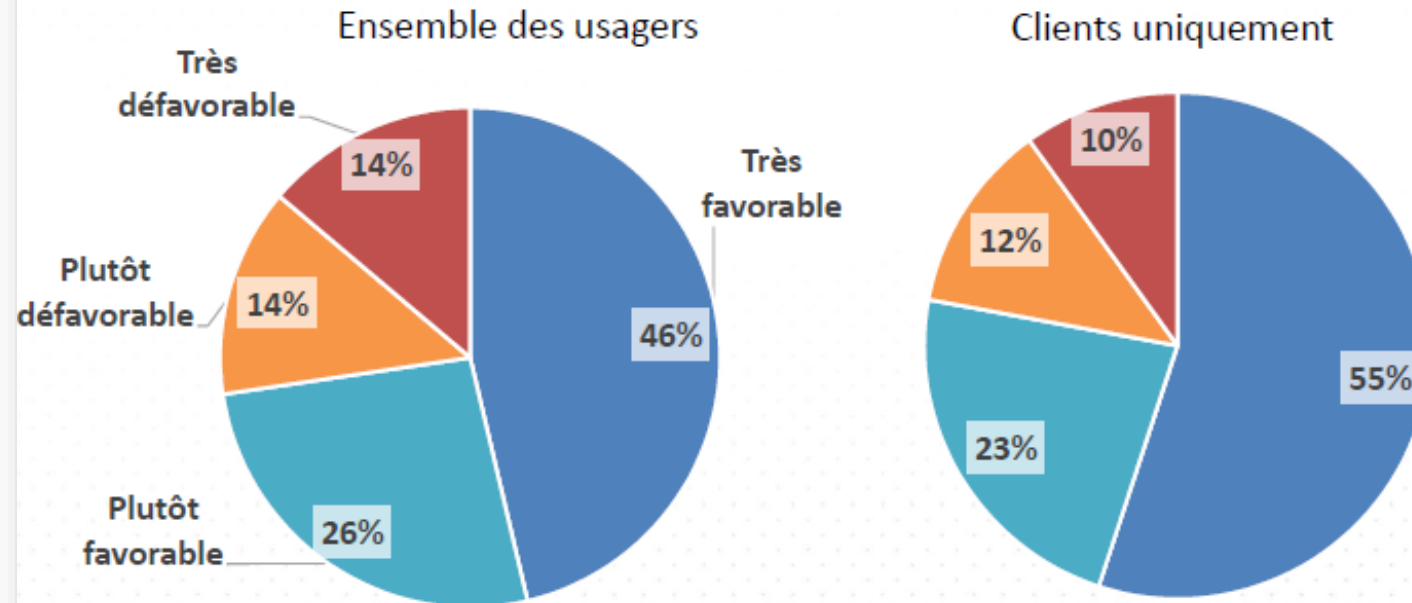


■ Pour ■ Contre ■ Sans avis

3. Les clients réclament des espaces apaisés et moins de voitures

Nancy

D'une manière générale, concernant la création d'une nouvelle zone piétonnisée permanente à Nancy, vous êtes :

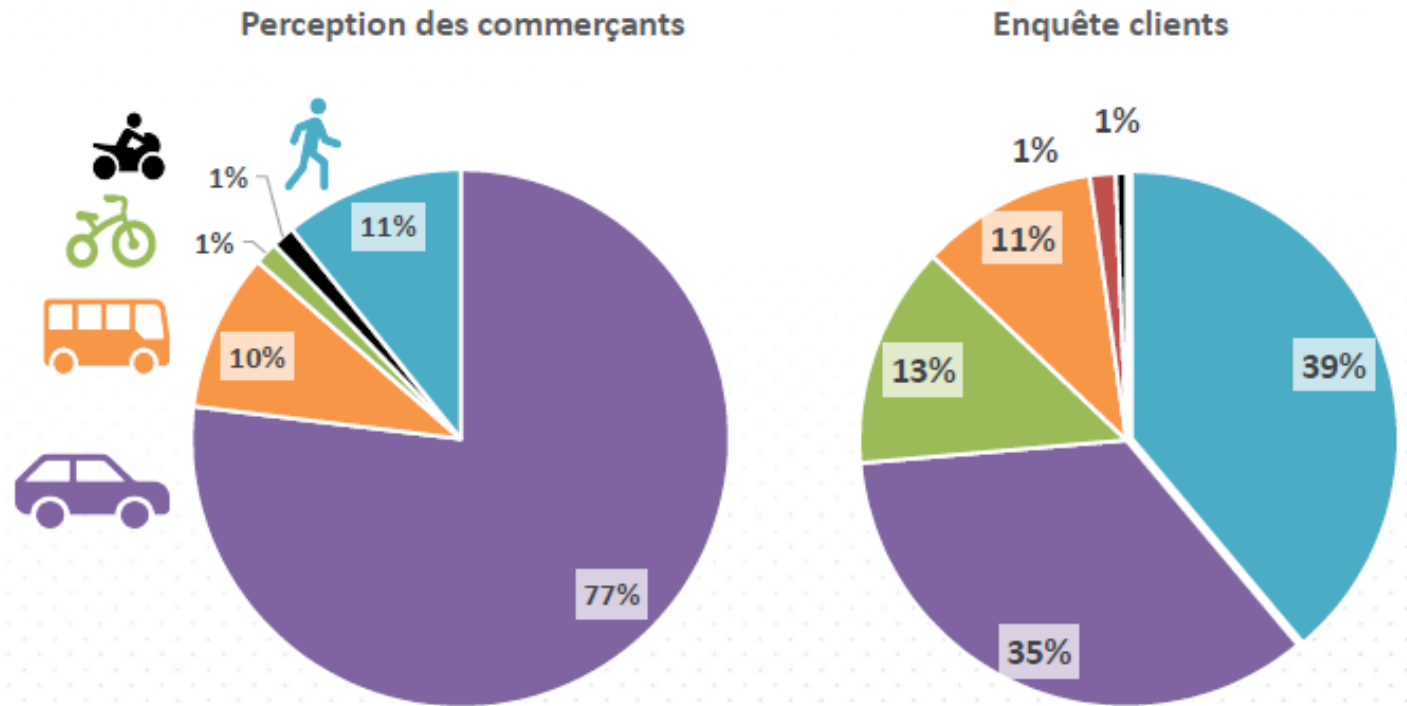


4. Les commerçants surestiment systématiquement le poids de la voiture parmi leurs clients

4. Les commerçants surestiment systématiquement le poids de la voiture parmi leurs clients

Nancy

« Selon vous, quel mode de déplacement utilisent habituellement vos clients pour se rendre au centre-ville de Nancy ? »



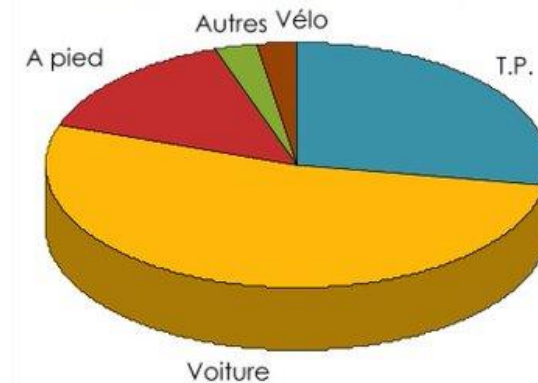
4. Les commerçants surestiment systématiquement le poids de la voiture parmi leurs clients

Bruxelles

Goulet Louise – En semaine

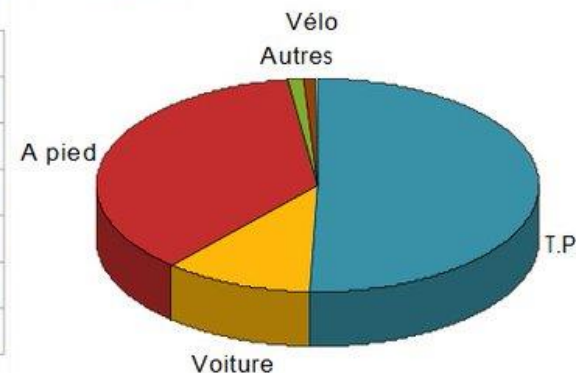
A votre avis, quel(s) mode(s) de transport vos clients utilisent-ils pour venir faire des achats dans ce quartier?

	%
T.P.	27,8%
Voiture	52,6%
A pied	14,3%
Autres	2,7%
Vélo	2,5%
Total	100,0%



Mode de transport pour le trajet aller

	% cit.
T.P.	50,6%
Voiture	11,0%
A pied	36,2%
Autres	1,3%
Vélo	0,9%
Total	100,0%



4. Les commerçants surestiment systématiquement le poids de la voiture parmi leurs clients

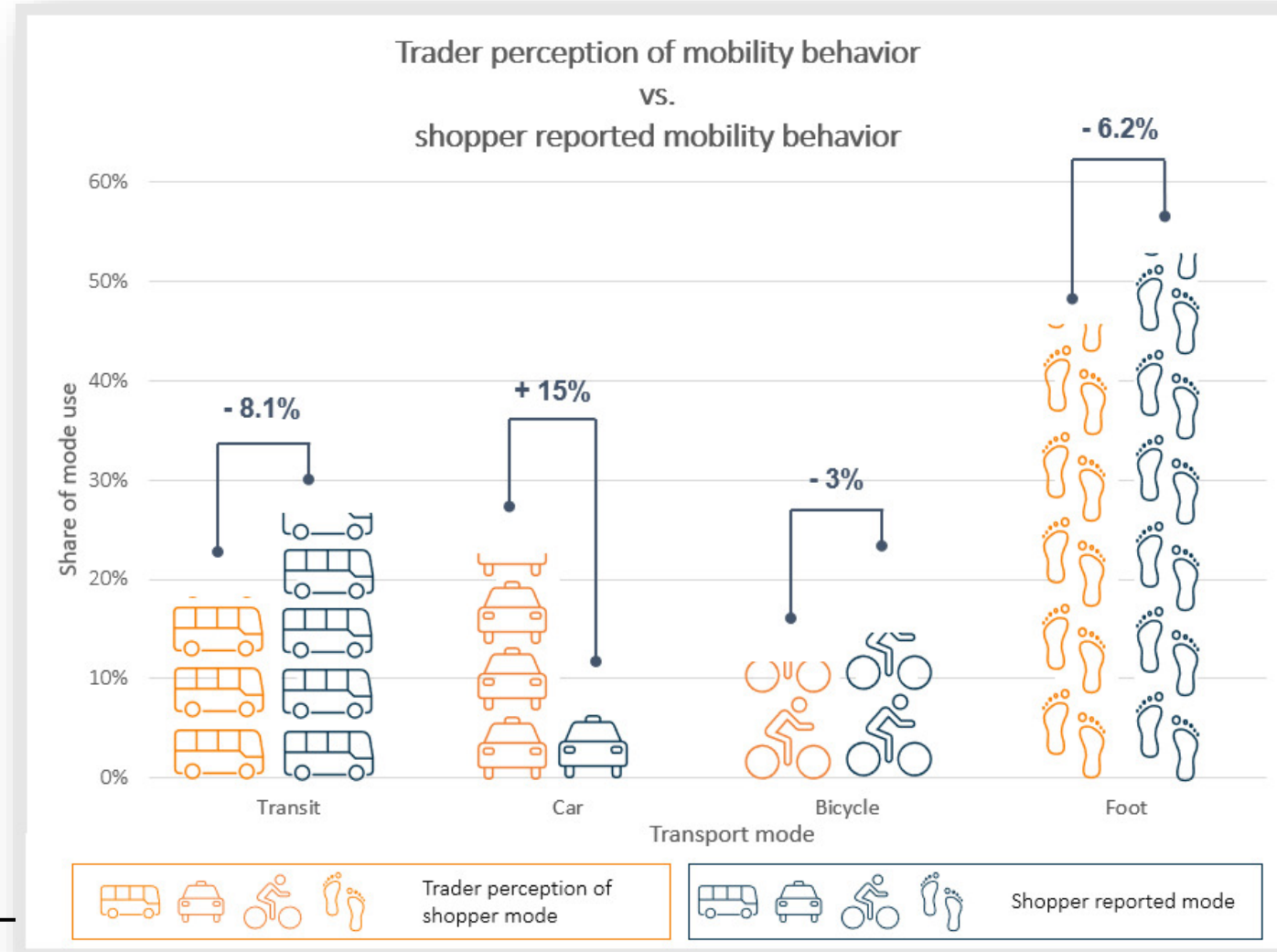
Graz (Autriche)



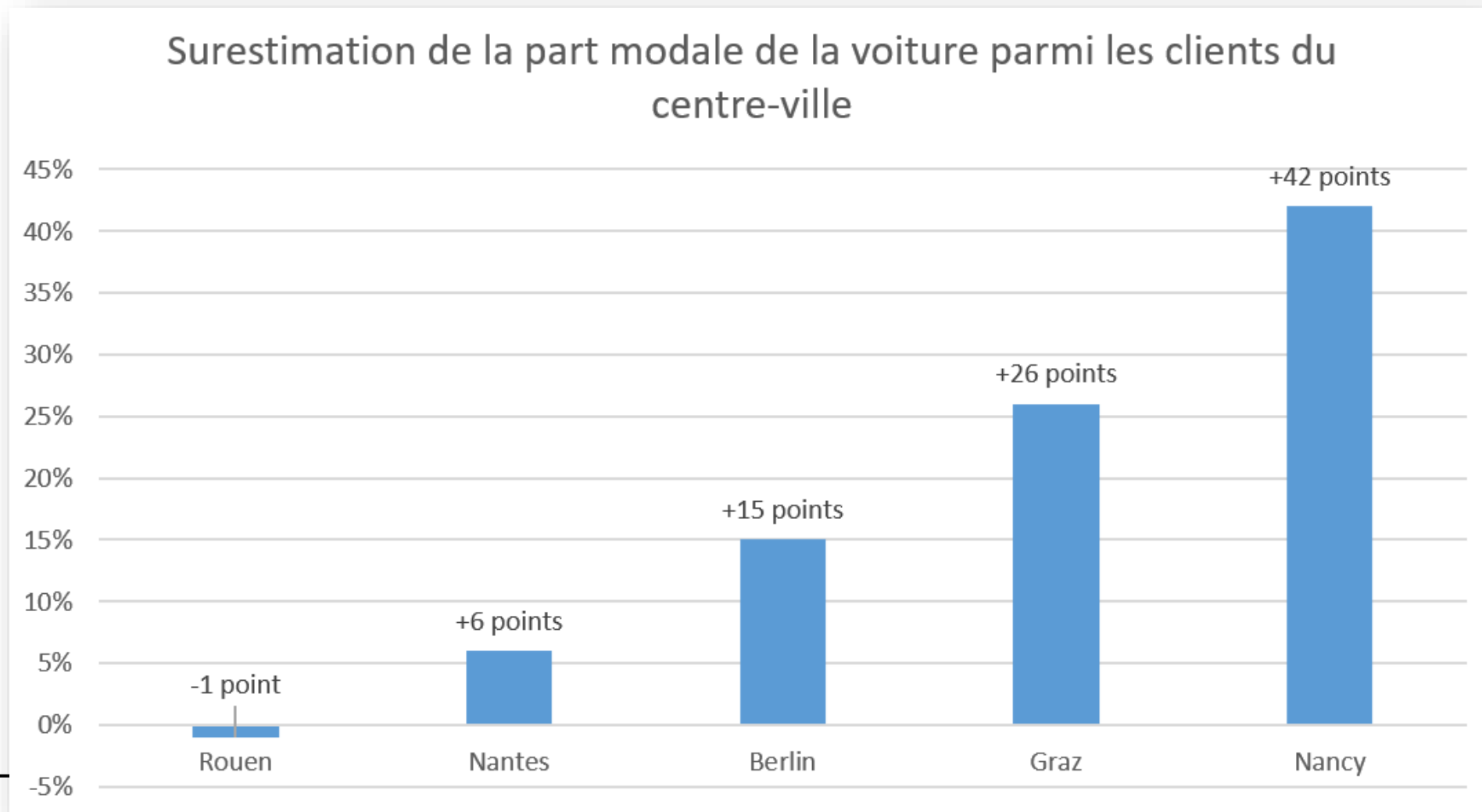
Figure 1 Estimates of shoppers' modal split by retailers and shoppers¹

4. Les commerçants surestiment systématiquement le poids de la voiture parmi leurs clients

Berlin



4. Les commerçants surestiment systématiquement le poids de la voiture parmi leurs clients



4. Les commerçants surestiment systématiquement le poids de la voiture parmi leurs clients

Berlin

- Les commerçants qui se déplacent en voiture surestiment encore davantage le poids de la voiture

		Transit (%)	Car (%)	Bicycle (%)	Foot (%)
Traders' perceptions of shoppers' travel modes, grouped by traders own travel mode (proportion of total in bracket)	Traders who travelled by transit (20.7%)	23.9	16.4	12.3	43.0
	Traders who travelled by car (42.1%)	18.8	28.6	9.1	39.8
	Traders who travelled by bicycle (7.6%)	15.8	10.2	24.5	49.1
	Traders who travelled by foot (22.1%)	14.6	19.1	9.2	57.4
	Average perception of all traders	18.0	21.6	11.6	45.9

4. Les commerçants surestiment systématiquement le poids de la voiture parmi leurs clients

Pourquoi cette surestimation ?

- En France, les commerçants font partie de la catégorie socioprofessionnelle qui utilise le moins les mobilités alternatives
- Ils projettent leur cas personnel sur la mobilité de leurs clients

Figure 8 - Part du mode de transport selon le groupe social des utilisateurs



Lecture : parmi les cadres ayant un emploi, 5,2 % pratiquent la marche comme principal moyen de transport.
Champ : personnes âgées de 15 ans à 74 ans ayant un emploi ou en apprentissage, France hors Mayotte.
Source : Insee, enquête annuelle de recensement 2015, exploitation complémentaire.

4. Les commerçants surestiment systématiquement le poids de la voiture parmi leurs clients

Pourquoi cette surestimation ?

- Les clients automobilistes sont plus « râleurs » que les autres
- « C'est difficile de se garer dans le quartier »

4. Les commerçants surestiment systématiquement le poids de la voiture parmi leurs clients

Pourquoi cette surestimation ?

- Un rapport de force surjoué pour obtenir des compensations

Ca se passe en Europe : Madrid tire profit des restrictions de circulation automobile

Limiter la circulation au centre de Madrid a favorisé le commerce local et fait grimper de 8,6 % pendant la période des fêtes.

[Lire plus tard](#) [Commenter](#) [Partager](#) [Commerce de détail](#) [Environnement](#)



L'analyse, basée sur les données de cartes de crédit, passe au crible un échantillon de 20 millions de transactions. Elle indique que **le montant des achats effectués pendant la période des préparatifs de Noël et de la fête des Rois Mages** (journée durant laquelle on offre les cadeaux, en Espagne où le Père Noël n'a que peu d'importance) **a augmenté de 8,6 % par rapport à l'année précédente**, contre une hausse de 3,3 % seulement dans le reste de la ville.

Protestations de l'opposition

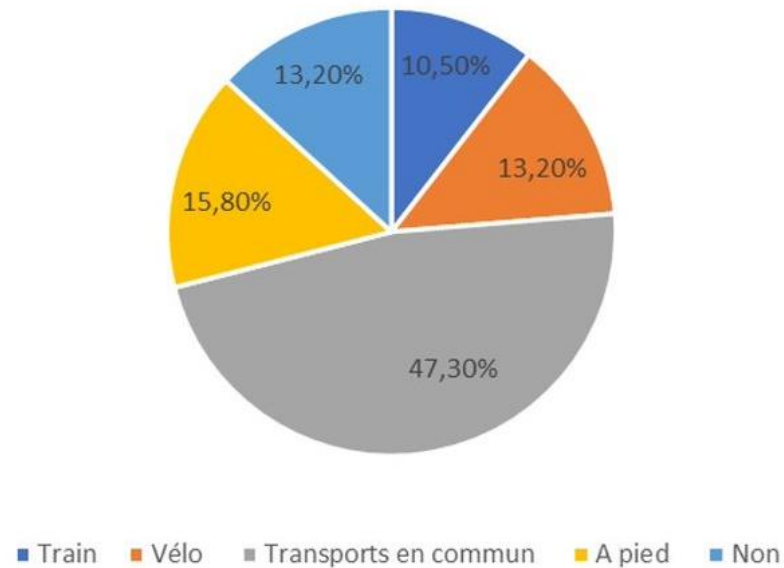
Ces arguments chiffrés et détaillés vont à l'encontre des informations diffusées par la **Plateforme des affectés de Madrid Central** qui, de son côté, signalait une **baisse des ventes 15 %**, soit un retour aux pires années de la crise. L'étude de BBVA devrait couper court à la polémique et aux **protestations de l'opposition municipale** qui accuse la maire, l'ancienne juge Manuela Carmena (soutenue par Podemos), de vouloir étrangler le commerce local avec ses mesures « talibanes » anti-voitures.

Les automobilistes sont minoritaires, mais s'en priver ne va-t-il pas mettre tout de même en difficulté les commerces?

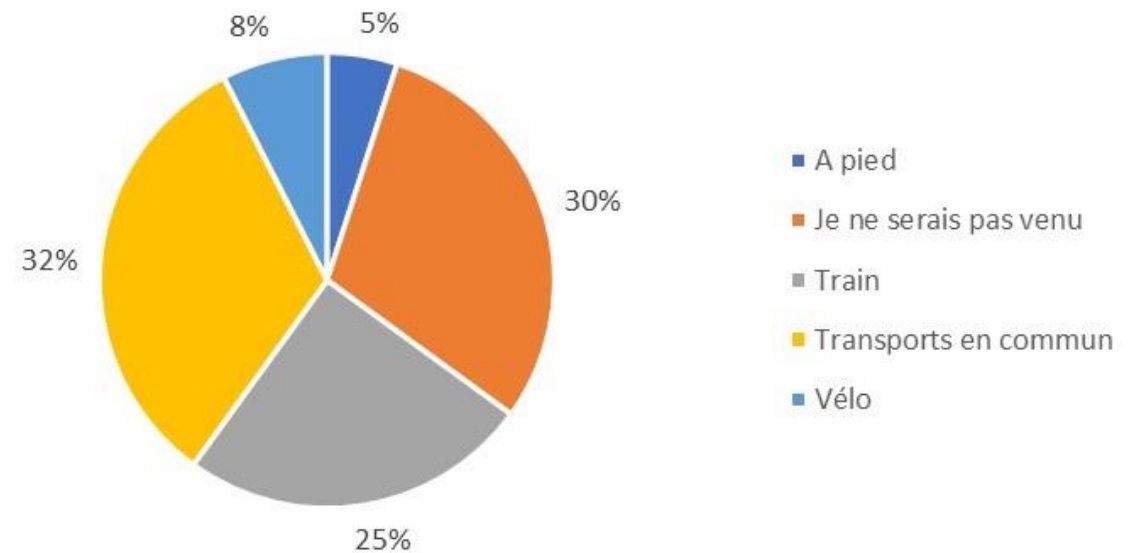
Les automobilistes sont minoritaires, mais s'en priver ne va-t-il pas mettre tout de même en difficulté les commerces?

- Ceux qui viennent en voiture ne sont pas « automobilistes exclusifs »

Vous arrive-t-il d'utiliser un autre moyen de transport pour vous rendre en centre-ville ?



Si vous n'aviez pas pu venir en voiture aujourd'hui, comment seriez-vous venu ?



Les automobilistes sont minoritaires, mais s'en priver ne va-t-il pas mettre tout de même en difficulté les commerces?

- Ceux qui viennent en voiture ne sont pas « automobilistes exclusifs »
- On ne peut pas favoriser la circulation automobile que dans un seul sens!
 - Une partie de la clientèle « captive » habitant le centre-ville pourrait aller faire leurs achats ailleurs
- Accorder trop de place à la voiture = se priver de certains clients qui ne trouvent pas le centre-ville agréable

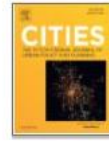
Moins de voitures = plus de business?

Moins de voitures = plus de business?



Cities

Volume 120, January 2022, 103468



Street pedestrianization in urban districts: Economic impacts in Spanish cities

Yuji Yoshimura ^a, Yusuke Kumakoshi ^a, Yichun Fan ^b, Sebastiano Milardo ^c, Hideki Koizumi ^a, Paolo Santi ^c, Juan Murillo Arias ^a, Siqi Zheng ^b, Carlo Ratti ^c

Show more

+ Add to Mendeley Share Cite

<https://doi.org/10.1016/j.cities.2021.103468>

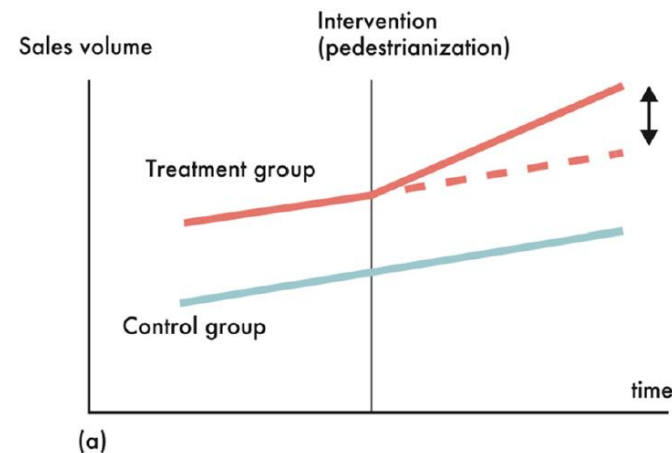
Get rights and content

Highlights

- We quantify the economic impacts of pedestrianization by difference-in-differences.
- We find that pedestrianization increases retail stores' sales volumes.
- We reveal key factors for increasing stores' sales volumes by pedestrianization.

Etude menée dans 14 villes espagnoles à partir des données de transaction bancaire :

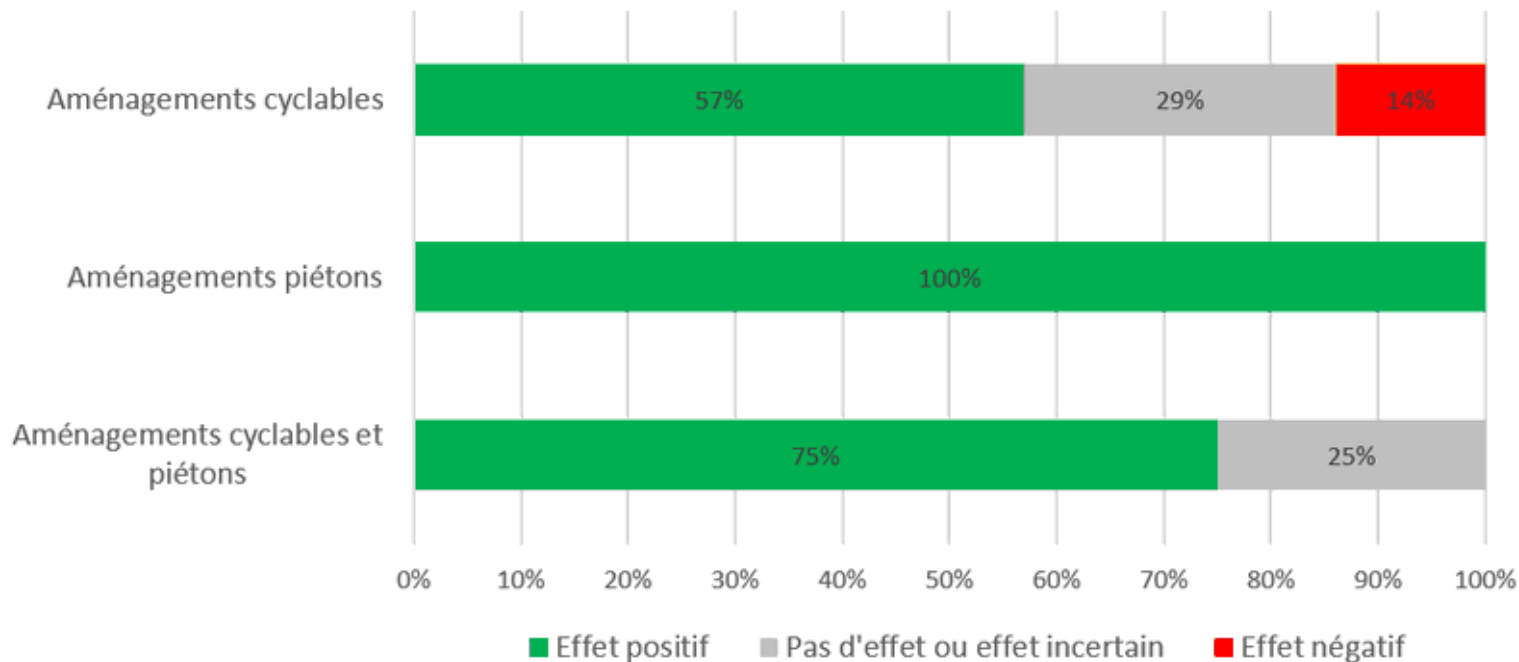
- La piétonnisation permet d'augmenter significativement le chiffre d'affaire des commerces
- L'effet est encore plus important dans les villes petites à moyennes



Moins de voitures = plus de business?

Evolution de l'activité des commerces suite à la mise en place d'aménagements pour les mobilités actives

Analyse basée sur 45 études de cas aux Etats-Unis et Canada



Source : Economic impacts on local businesses of investments in bicycle and pedestrian infrastructure: a review of the evidence, Jamey M. B. Volker, Susan Handy, 2021

Méta-analyse de 45 études de cas aux Etats-Unis et au Canada

Economic impacts on local businesses of investments in bicycle and pedestrian infrastructure: a review of the evidence, 2021

De nombreux exemples de villes qui ont réussi à redynamiser leur centre en réduisant la place de la voiture

Ville	Mesures mises en place	Période	Résultats et source
Madrid	Zone à faible émission et piétonisations	2018 - 2019	Chiffre d'affaire des commerces de la zone impactée : +9,5% https://www.forbes.com/sites/carltonreid/2019/03/08/closing-central-madrid-to-cars-resulted-in-9-5-boost-to-retail-spending-finds-bank-analysis/#2673d39855a7
Cheltenham (Angleterre)	Piétonisation de plusieurs rues du centre-ville	2018	Augmentation de 84% de la fréquentation des rues commerçantes https://road.cc/content/news/250502-threifold-rise-cycling-cheltenham-town-centre-after-car-ban
Toronto	Remplacement d'une file de stationnement par une piste cyclable	2016	Augmentation du nombre de clients, du montant du panier moyen et de la fréquence de visites https://medium.com/sidewalk-talk/the-latest-evidence-that-bike-lanes-are-good-for-business-f3a99cda9b80
Arras	Piétonisation de la Place des Héros	2019	Augmentation de la fréquentation des commerces et restaurants de la Place https://twitter.com/F3nord/status/1120963438057000960?s=20
Pontevedra (Espagne)	Piétonisation de l'ensemble du centre-ville	A partir de 1999	Redynamisation du centre-ville, gain de 10 000 habitants Maire réélu 3 fois https://www.francetvinfo.fr/sante/environnement-et-sante/espagne-pontevedra-la-ville-ou-le-pieton-est-roi_3200883.html

Rappel : la réduction de la place de la voiture en ville est ancien et c'est une tendance lourde



Conclusions

- Les commerçants sont les premiers opposants aux projets de transformation de l'espace public (pourtant réclamés par leurs clients!)
- Ces oppositions sont basées sur des idées-reçues et un ressenti erroné
- Afin de sortir des idées-reçues et avoir des discussions basées sur des faits, il est important de lancer des enquêtes :
 - Enquête terrain auprès des clients : une méthodologie testée à Lille et Saint-Omer peut être librement réutilisée (reprise depuis à Lyon notamment)
 - Enquête menée par les commerçants au moment du passage en caisse
 - Etude des transactions bancaires avant/après