

COLLOQUE DU 15/9/2011

« DEVELOPPER LA MARCHÉ EN VILLE »

ANNE FAURE, urbaniste ARCH'URBA sarl

**MARCHE ET  
COMMERCE** **DE PROXIMITE**  
Nouveau contexte et nouvelles perspectives

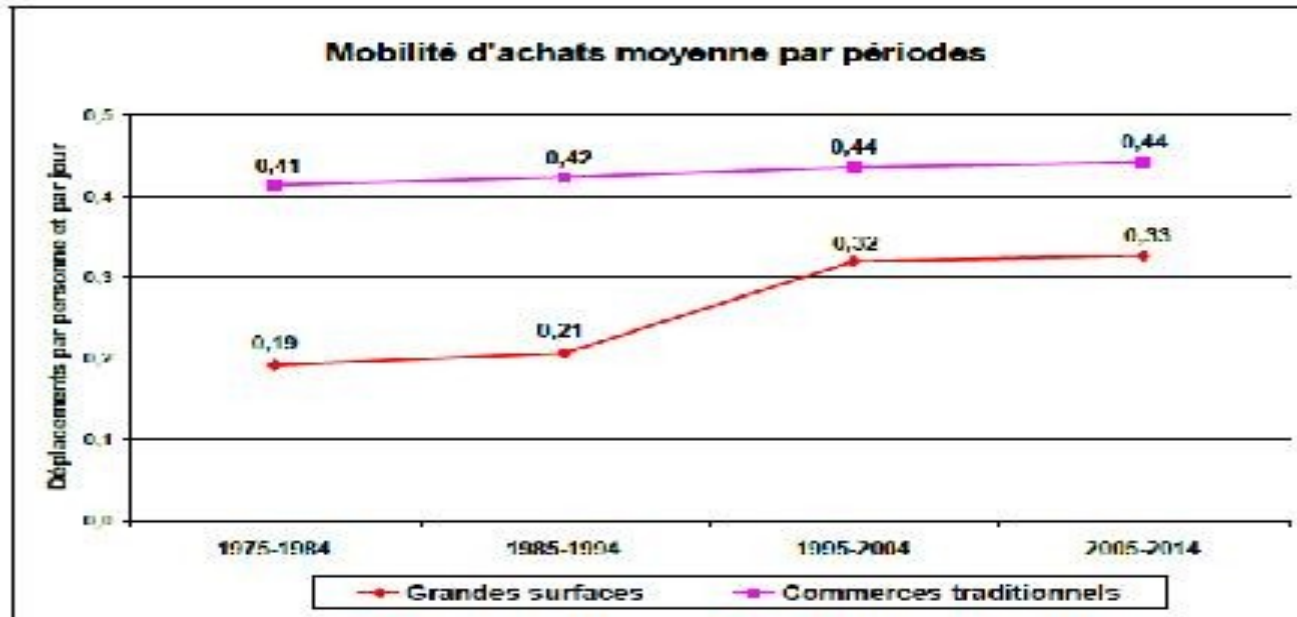


## Une évolution des pratiques

- La fréquentation du **commerce de proximité** est une bonne occasion de marcher en ville
- Les chiffres des centres commerciaux périphériques **stagnent ou diminuent** depuis plusieurs années :
  - 1,3% en 2010 avec de fortes disparités locales
- Actuellement, **le commerce de proximité retrouve une partie de sa clientèle**
- Les **comportements d'achat** s'adaptent au contexte

# Une nouvelle répartition

*La mobilité d'achats en hausse depuis 30 ans*



La mobilité d'achats, stable dans les années 1980, a connu une forte hausse dans les années 1990 sous l'effet de déplacements plus nombreux vers les grandes surfaces.

Les années 2000 montrent un retour à la stabilité de la mobilité d'achats.

**Après une forte croissance dans les années 1990, la mobilité vers les grandes surfaces se stabilise**

# Une part modale importante

*La marche dans l'enquête nationale transports 2007- 2008*

	<b>marche</b>	<b>vélo</b>	<b>transports collectifs</b>	<b>motos et scooters</b>	<b>voiture</b>	<b>tous modes</b>
<b>Motif</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Travail	10,7	1,9	9,2	2,5	75,8	100
Etudes	32,1	3,3	26,9	1,2	36,5	100
<b>Achats</b>	<b>27,4</b>	<b>2,4</b>	<b>3,5</b>	<b>0,8</b>	<b>65,8</b>	<b>100</b>
Visites	20,5	3,5	4,0	4,0	68,1	100
Sport	48,1	7,4	4,3	0,7	39,6	100
Autres	23,5	1,7	4,7	0,9	69,1	100
<b>Ensemble</b>	<b>23,1</b>	<b>2,6</b>	<b>8,3</b>	<b>1,6</b>	<b>64,3</b>	<b>100</b>

# Marche et transports publics

*Une augmentation de la part des modes doux dans les grandes agglomérations dotées de TCSP*

<b>ENQUETES MENAGES</b>	<b>Marche %</b>	<b>vélo %</b>	<b>TC %</b>	<b>Voiture %</b>	<b>Autres %</b>	<b>total %</b>
<b>Grande région grenobloise EMD 2010</b>	<b>25</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>59</b>	<b>2</b>	<b>100</b>
<b>Strasbourg (Bas- Rhin) EMD 2009</b>	<b>25</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>60</b>	<b>1</b>	<b>100</b>
<b>Bordeaux (SCOT) EMD 2009</b>	<b>21</b>	<b>3</b>	<b>9</b>	<b>63</b>	<b>3</b>	<b>100</b>
<b>Lyon (grand territoire) EMD 2006</b>	<b>27</b>	<b>1</b>	<b>11</b>	<b>59</b>	<b>2</b>	<b>100</b>



## **UN NOUVEAU CONTEXTE**

# *Les modes de vie évoluent*

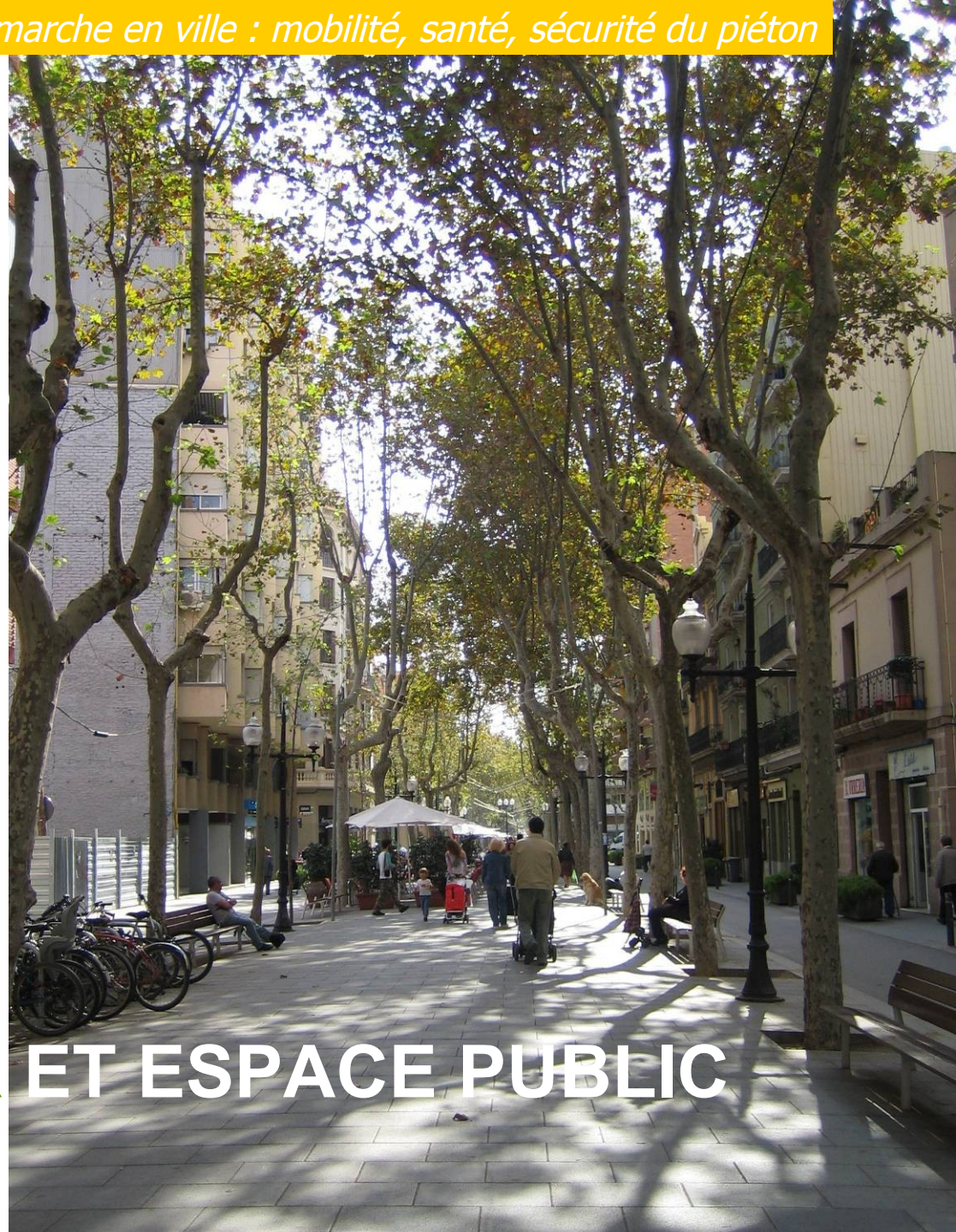
- **Le coût de l'énergie** : les sondages montrent que les ménages limitent leurs déplacements
- **La sensibilité à l'environnement augmente**
- **L'allongement du temps de vie** :  
avec l'âge on apprécie les services de la ville
- **La diminution de la taille des familles et l'augmentation des familles monoparentales**
- **L'aménagement des horaires de travail** :  
plus de choix d'organisation et de temps libre
- **L'informatique et le télétravail** permettent des gains de temps de transports

## *La ville change*

- **Les communes investissent dans la qualité** des espaces centraux des pôles urbains
- **L'amélioration des transports collectifs: le tramway connaît un franc succès**
- **Une nouvelle offre commerciale:** des chaînes de moyennes surfaces qui s'implantent dans les centres des villes et des quartiers
- **Les pôles de quartier redynamisés:** les moyennes surfaces ont un rôle de locomotive
- **Les économies** supposées possibles dans les centres commerciaux périphériques **sont relativisées**



**VIE DE QUARTIER ET ESPACE PUBLIC**



# *Marche et projet urbain*

- La création d'un espace à priorité piétonne est **un projet à part entière**
- **Il se décline en phases d'études** comme une démarche de projet urbain
- Il doit faire l'objet d'une **recherche de consensus** entre tous les acteurs
- **Il ne suffit pas de poser des panneaux à l'entrée de la zone**



# Ouvrir le dialogue

- Recueillir l'avis des commerçants, des riverains et **de tous les acteurs**
- Mettre en place un **processus de concertation organisé**
- **Utiliser différents outils:** ateliers, ballades urbaines, enquêtes, observations de comportement...



# *Assurer le confort du piéton*

- **Qualité des sols, du mobilier urbain, de l'éclairage**
- **Accompagnement végétal approprié**
- Prise en compte du handicap, **personnes à mobilité réduite**
- **Entretien des aménagements**
- **Offre de stationnement adaptée:**
  - temps autorisé et tarifs
  - distance et qualité des accès



# *Les mesures d'accompagnement*

- La desserte par les **transports collectifs**
- **La livraisons** des magasins
- **La livraison** des clients des magasins
- **Le stationnement vélo sécurisé**
- Les **navettes électriques** de centre ville, **etc.**





# LES AVANCEES REGLEMENTAIRES

## *Le code de la rue*

- Le « **code de la rue** », d'août 2008, apporte un nouvel outil aux collectivités
- **Les « zones de rencontre » :**
  - Vitesse limitée à 20km / h
  - Priorité au piéton
  - Cycles autorisés
- Elles permettent d'organiser du **stationnement de courte durée** à proximité immédiate des commerces, très apprécié des commerçants
- Pour que le site garde ses caractéristiques de zone apaisée, **le contrôle du stationnement doit être strict et sanctionné par des amendes**

# *L'exemple de Metz*

- La première ville qui a mis en place des **zones de rencontre**
- **5 places concernées** en centre ville entre aire piétonne et zone 30
- Les aménagements ont été peu modifiés
- La ville a mené des **évaluations régulières**





# *Les évaluations de Metz*

- **Les vitesses sont faibles** dans les zones de rencontre (12% à plus de 20 km /h)
- **Les cyclistes sont satisfaits, les piétons encore timides, les conducteurs hésitants**
- Il y a plus de **fréquentation piétonne** dans les places peu commerçantes
- **Les chiffres d'affaires** des commerces ont augmenté
- **Des problèmes de contrôle du stationnement**



# *D'autres zones de rencontre*

- **En quartier résidentiel**
  - surtout grandes villes
  - politiques d'ensemble
  - aménagements simples
  - forte implication des habitants
  - trafic faible quasiment limité aux riverains
- **En secteur urbain central avec mixité fonctionnelle commerce, tourisme**
  - Contribue à l'image de la ville
  - aménagements importants
  - contraintes fonctionnelles
  - trafic parfois élevé



# *Des réalisations et des projets*

- **Environ 80 zones de rencontre ont été réalisées :**  
Aytré, Bagnères de Bigorre, Bourges, Bordeaux, Caen, Charleville-Mézières, Clamart, Carnac, Douarnenez, Figeac, Issy-les-Moulineaux, Le Mans, Metz, , Niort, Paris, Pont L'Abbé, Puteaux, Roubaix, Rouillon, Saint Aubin S/Mer, Sceaux, Tournus, Tours, Villeurbanne etc.
- **Environ 40 zones de rencontre sont en projet :**  
Brive, Cagnes s/Mer, Curis au Mont d'Or, Kernével, Lille, Lyon, Monistrol, Quimperlé, Rennes, Rouen, Saint Caradec, Saint Georges d'Orques, Saint Malo, Saint Priest, Strasbourg, Suresnes, Toulouse etc.



# VERS UN RENOUVEAU DE LA MARCHÉ ?

- Des modes de vie qui s'adaptent au contexte
- **La crise de l'énergie** qui change la donne
- Des outils réglementaires plus souples
- **« No parking, no business »** n'est plus d'actualité en ville
- Les citoyens retrouvent le plaisir de la ville

