

ÉTATS GÉNÉRAUX CŒUR DE VILLE / CŒUR DE TERRITOIRE

PIÉTONISATION DU SAMEDI (BILAN INTERMÉDIAIRE)

5 FÉVRIER 2018



1. La méthodologie d'enquête



Une enquête à destination des chalands et usagers

Date de réalisation de l'enquête : du 15 au 23 décembre 2017.

Méthode d'enquête : questionnaire en ligne adressé aux listes de diffusion suivantes : États Généraux du cœur de ville, comité des usagers du cœur de ville, personnel municipal et agglomération.

Nombre de questionnaires collectés : 222



Une enquête à destination des commerçants

Date de réalisation de l'enquête : du 28 novembre au 8 décembre 2017. Enquête réalisée sur 6 journées.

Méthode d'enquête : en direct, sur le lieu de vente.

Nombre de commerçants enquêtés : 94.

Certains commerçants ayant plusieurs points de vente, l'échantillon représente une centaine de points de vente.

Périmètre d'étude : les rues du Dr Serres, Avejan Bas, Beauteville, Sauvages et St-Vincent.

2. L'objectif



Recueillir l'avis des commerçants, des chalands et des usagers sur l'action et évaluer l'impact de la piétonisation sur l'activité commerciale.



3. Les résultats pour les chalands et usagers



La fréquentation

- 42 % des personnes interrogées fréquentent le centre-ville très régulièrement en semaine et le samedi
- 28 % le fréquentent très régulièrement et plutôt en semaine
- 11 % le fréquentent très régulièrement et plutôt le samedi
- 11 % le fréquentent souvent (au moins une fois par mois)
- 8 % le fréquentent rarement (quelquefois dans l'année)



Le mode de transport

- 64 % des personnes interrogées utilisent la voiture pour venir en centre-ville
- 32 % marchent
- 2 % utilisent les transports en commun
- 1 % utilisent le vélo
- 1 % la moto



Le lieu de stationnement habituel

- 38 % des personnes indiquent stationner habituellement dans un parking souterrain payant
- 24 % dans une rue non payante ou un parking non payant
- 10 % dans un parking de surface payant
- 8 % dans une rue payante
- 5 % dans un garage ou sur une place de parking privé

À noter : certaines personnes venant habituellement à pied ont quand même répondu à cette question.

Les habitudes d'achat

- 82 % des personnes indiquent avoir l'habitude d'effectuer des achats en centre-ville.

Le niveau d'information sur le samedi piéton

- 93 % des personnes indiquent avoir connaissance du samedi piéton.

L'appréciation sur le samedi piéton

- **77 % de jugements positifs :**
 - > 39 % des personnes estiment que l'action est très satisfaisante
 - > 38 % estiment l'action plutôt satisfaisante
- 5 % des personnes estiment que l'action est peu satisfaisante
- 9 % des personnes estiment que l'action n'est pas satisfaisante
- 9 % ne se prononcent pas



Les raisons permettant de juger l'action plutôt satisfaisante ou très satisfaisante

- 90 % des personnes estiment que cela permet de créer un cadre agréable et convivial
- 51 % estiment que cela donne envie de faire ses achats en centre-ville
- 36 % estiment que cela réduit le niveau de pollution sonore et atmosphérique
- 36 % estiment que cela réduit le risque d'accident de la circulation
- Une personne a ajouté que cela facilitait la circulation des PMR

À noter : les raisons « cadre agréable » et « achats » sont très fréquemment associées.

Les actions complémentaires permettant d'améliorer l'action

Par ordre de citation :

- Étendre le périmètre à d'autres rues (14)
- Animations culturelles et artistiques (10)
- Animations commerciales (déballages, horaires d'ouverture) (8)
- Aménagement de voirie (revêtements, mobilier) (5)
- Étendre le dispositif à d'autres jours ou périodes (5)
- Gratuité du parking (4)
- Offre commerciale plus diverse (2)
- Couvrir les rues (1)
- Signaler les magasins par un plan (1)



Les personnes plutôt ou très satisfaites de l'action envisagent-elles de venir plus souvent le samedi ?

- 72 % de oui

Les raisons permettant de juger l'action peu ou pas satisfaisante

Par ordre de citation :

- **Frein pour venir faire des achats (20)**
- **Circulation plus difficile (16)**
- Aménagement des rues inadapté (12)
- Manque d'animation (5)



Les propositions d'actions correctives par les personnes peu ou pas satisfaites

Par ordre de citation :

- **Ouvrir la rue du Dr Serres à la circulation (2)**
- Effectuer des contrôles (bruit et vitesse des 2 roues à moteur) (1)
- Étendre le périmètre (1)
- Animations (1)

Les personnes peu ou pas satisfaites de l'action envisagent-elles de venir moins souvent le samedi ?

- **57 % répondent oui**

4. Les résultats pour les commerçants



La fréquentation

- **54 %*** des commerces interrogés estiment que la piétonisation du samedi n'a pas d'impact sur la fréquentation du point de vente.
- 31 % estiment qu'il y a une baisse
- 15 % estiment qu'il y a une hausse

Il est à noter que seuls 22 % des points de vente sont équipés d'un compteur automatique en entrée de magasin.

Si on analyse en détail les réponses de 12 commerces équipés d'un outil fiable de comptage sur les rues Avejan et du Dr Serres, les résultats sont les suivants :

- Fréquentation stable : 42 %
- Hausse de fréquentation : 33 %
- Baisse de fréquentation : 25 %

** Ces chiffres sont à rapprocher de ceux communiqués par l'UCIA (55,9 % – 27,5 % – 16,7 %)*

Le chiffre d'affaire

- 61 % des commerces interrogés estiment que la piétonisation du samedi n'a pas d'impact sur le chiffre d'affaires du point de vente
- 33 % estiment qu'il y a une baisse.
- 6 % estiment qu'il y a une hausse.

Le chiffre d'affaires est un indicateur très variable d'un point de vente à un autre selon la météo, le type de produit vendu, la réalisation d'opération promotionnelle etc...

On constate également qu'une hausse de la fréquentation ne se traduit pas forcément par une hausse du chiffre d'affaires.

La plupart des commerces interrogés ont pris en compte dans leur réponse les éléments de conjoncture pour ne pas imputer au seul samedi piéton une éventuelle hausse ou baisse de chiffre d'affaires.

Au niveau national, septembre a été un mois en hausse par rapport à 2016 (environ + 9 %). Octobre a été un mois en baisse (environ - 13 %). Novembre a été en hausse (+ 4,5 % avec l'effet black Friday). Ces éléments ont permis de pondérer les données recueillies.

Constat : Il est très difficile de déterminer si le samedi piéton a un impact ou non sur le niveau d'activité. Une majorité des personnes interrogées estime qu'il est encore trop tôt pour rendre un avis valable. La prolongation du test jusqu'au moins juin 2018 semble une évidence.

Les heures les plus actives le samedi

11h-12h et 15h-17h sont les périodes horaires où l'activité est au plus haut.
Le temps de la pause déjeuner semble être très respecté par la clientèle locale.

Les heures les plus actives le samedi

- **50 %* des commerces interrogés jugent l'action satisfaisante.**
- 16 % sont pleinement satisfaits et 34 % estiment que des améliorations pourraient renforcer l'intérêt de l'action.
- 21 % ne sont pas satisfaits de l'action en l'état et estiment que des corrections doivent être apportées.
- 18 % jugent l'action insatisfaisante.
- 11 % n'ont pas souhaité se prononcer.

* 49,5 % d'après l'enquête UCIA

Les éléments d'amélioration souhaités par les personnes satisfaites de l'action

L'animation des rues ressort en première place, suivi d'un temps de gratuité dans les parkings et une vraie piétonisation avec interdiction de toute circulation de véhicules à moteur (deux roues, navette et véhicules de la police municipale).

Les éléments de correction souhaités par les personnes non satisfaites de l'action

La demande d'un temps de gratuité dans les parkings passe devant la nécessité de maintenir une voie pénétrante en centre-ville à partir de la place G. Pieri.

En cumulé, c'est la demande d'un temps de gratuité dans les parkings qui a été faite par 20 % des personnes interrogées. Vient ensuite l'animation des rues avec 14 % et l'interdiction de circulation à tous véhicules à moteur avec 13 %.



5. Conclusion



La confirmation à l'échelle d'Alès, d'une tendance nationale et durable en faveur des piétons.

Donner plus de place au piéton est un moyen de construire l'image de la ville : convivialité, dynamisme, qualité urbaine et qualité de vie.

Mais piétonisation et vitalité commerciale ne vont pas forcément de pair. Il est possible que l'on ait une population de promeneurs qui ne soient pas forcément des acheteurs. L'enjeu consiste à trouver le bon équilibre entre qualité d'environnement et maintien de la dynamique commerciale.