

Observation des effets économiques du Tramway des Maréchaux Sud sur les commerces et activités de proximité riverains du tracé

3 ans après sa mise en service.

12^{ème} volet d'enquêtes



juin 2010

Sommaire

-Vue d'ensemble	1
-Evolution des chiffres d'affaires entre 2003 et 2008	2
-Opinion des commerçants sur l'impact du tramway sur l'activité	3
-Evolution de l'équipement commercial depuis le début des travaux	5
-Vacance des locaux	6
-Caractéristiques de l'équipement commercial début 2010	7
-Descriptif détaillé de l'équipement commercial début 2010	8

Vue d'ensemble

▶ Alors que le chiffre d'affaire des activités situées en bordure du tramway était reparti à la hausse en 2006 et 2007, celui-ci, du fait d'une conjoncture défavorable, a légèrement reculé en 2008 pour retrouver le niveau atteint en 2003. L'hôtellerie et la restauration tirent néanmoins leur épingle du jeu avec une progression respective de 8% et de 4% en 2008 par rapport à 2007 malgré un net recul en France pour ces secteurs d'activité.

▶ Le tramway a apporté un embellissement général des quartiers concernés et une bonne visibilité des commerces mais n'a pas généré, selon les commerçants interrogés, un afflux supplémentaire de chalands.

▶ Les commerçants souffrent toujours d'un manque crucial de places de stationnement et de livraison représentant pour certains un lourd handicap pour leur activité.

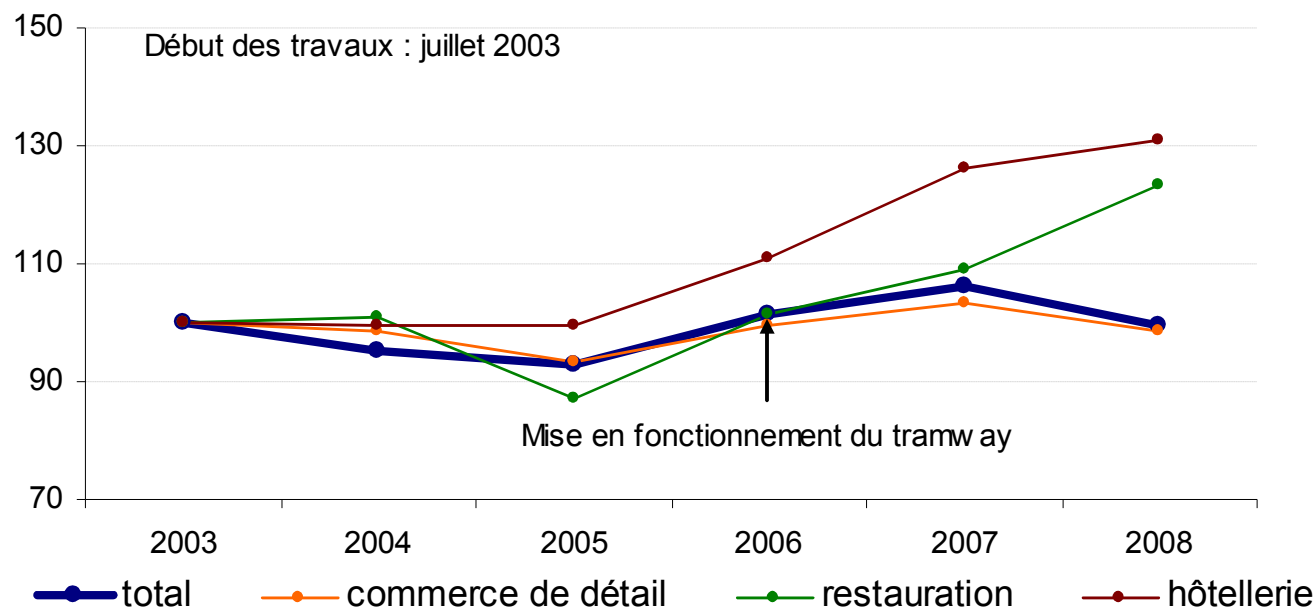
▶ Après 3 ans de mise en service du tramway, l'équipement commercial situé en bordure du tramway n'a pas connu de changement majeur. Depuis mi-2003, le nombre total de cellules commerciales est resté quasi identique et seulement 15% d'entre-elles ont changé d'affectation. Le nombre de commerces de détail a légèrement diminué au profit des cafés-restaurants et des services aux particuliers. De plus, comme sur l'ensemble de Paris, les enseignes appartenant à un réseau sont plus nombreuses. Leur part est en effet passée de 19% à 22% de l'ensemble des établissements du parcours.

▶ Si le nombre de locaux vacants est resté stable pendant les travaux, traduisant peut-être un certain attentisme de la part des commerçants durant cette période, il a augmenté l'année qui a suivi la mise en fonctionnement du tramway pour baisser ensuite et retrouver, début 2010, le niveau d'avant les travaux. Il reste plus élevé aux deux extrémités du parcours.

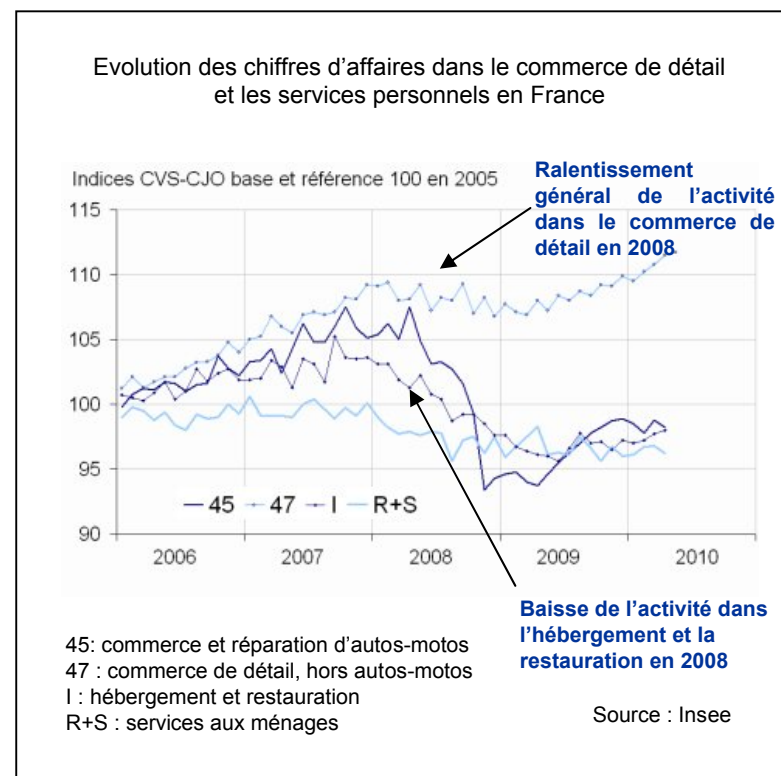
Evolution des chiffres d'affaires ⁽¹⁾ entre 2003 et 2008

Evolution des chiffres d'affaires

base 100 : 2003



Source : base DIANE*



En moyenne, **les commerces et services de proximité** situés en bordure du tramway **ont retrouvé, en 2008, le même niveau de chiffre d'affaires qu'en 2003**. Une baisse générale a été ressentie en 2005 et en particulier dans la restauration, année pendant laquelle les travaux ont été fortement pénalisants pour cette activité.

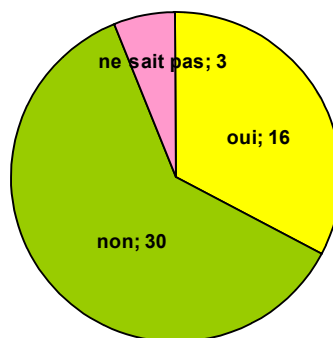
L'hôtellerie et la restauration tirent leur épingle du jeu depuis la mise en fonctionnement du tramway, profitant d'un cadre plus convivial et d'un aménagement propice à leur activité. **Les chiffres d'affaires ont continué à progresser en 2008** (+ 8% par rapport à 2007 dans l'hôtellerie et +4% dans la restauration) alors que globalement ce secteur d'activité a connu un net recul cette année là en France. En revanche, alors que **le chiffre d'affaires avait progressé dans le commerce de détail depuis la mise en fonctionnement du tramway en 2006, il a connu un repli en 2008** (-5% par rapport à 2007) en relation avec le ralentissement observé en général.

(1) chiffre d'affaires collectés à partir de la base DIANE* et de celle établie par la CCIP-Paris par la collecte des chiffres d'affaires auprès de commerçants volontaires. 38 commerces et activités de proximité ont ainsi pu être observés sur la période 2003-2008 dont 13 commerces de détail, 13 restaurants traditionnels ou rapides et 4 hôtels sur les 7 existants.

* Base DIANE : fichier qui restitue la situation financière des entreprises sur plusieurs années. Il est réactualisé tous les trimestres pour tenir compte de la clôture des comptes annuels d'entreprises ne correspondant pas à l'année calendaire. L'année 2009 est à la date de la rédaction de cette note très peu renseignée.

Opinion ⁽²⁾ des commerçants sur l'impact du tramway sur leur activité

Pensez-vous que l'arrivée du tramway a été bénéfique à votre activité ?



Base : 49 commerces déjà installés avant l'arrivée du tramway

16 parmi les 49 commerçants déjà installés avant l'arrivée du tramway considèrent que **son arrivée a été bénéfique** à leur activité dont 3 brasseries, 2 hôtels et 7 activités de service qui **bénéficient**, pour la plupart, **d'une clientèle utilisatrice du tramway**, souvent plus aisée et plus jeune. De plus, parmi eux, 4 activités qui ont la chance de ne pas rencontrer de problèmes de stationnement majeurs pour leur clientèle (essentiellement motorisée) se félicitent de l'amélioration de la circulation depuis la mise en place du tramway, facilitant ainsi l'accès à leur commerce.

Mais les commerçants sont nettement plus nombreux à penser que le tramway a plutôt nui à leur activité (30 parmi les 49 interrogés). La moitié d'entre eux **souffrent d'un manque crucial de places de stationnement et de livraisons devant leur commerce générant un lourd handicap pour leur activité.** Le nombre de places, et leur répartition sur la parcours, n'est pas en cohérence avec le tissu commercial existant. Les places de livraison sont très souvent insuffisantes ou sous-dimensionnées devant des commerces qui nécessitent des déchargements de matériaux encombrants et lourds (farine, parquets-moquette, fûts de bière...) ainsi que les arrêts taxi ou stationnement minute pour car devant les hôtels. Beaucoup de livraisons se font en double file ou sur le trottoir au risque de se faire verbaliser. Certains sont amenés à se faire livrer la nuit ou à s'approvisionner par eux-mêmes. « Les clients motorisés ne viennent plus, ce qui entraîne une grosse perte du chiffre d'affaires » se plaint un caviste, « 1 seule place de livraison pour 12 commerces ! », « il faudrait des arrêts minute », « les transporteurs doivent rester en double file pour décharger leur véhicule et sont très souvent verbalisés », « les trottoirs sont gigantesques et déserts et il manque des places de stationnement et de livraison ». Ils sont nombreux à regretter les contre-allées qui existaient auparavant et qui permettaient à leur clients de stationner.

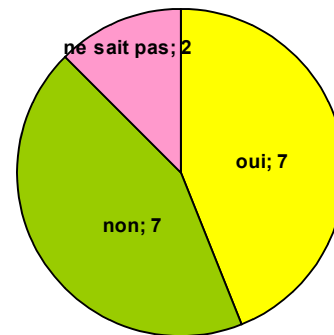
De l'avis général des commerçants qui ont répondu au questionnaire et qui étaient **déjà installés avant l'arrivée du tramway**, celui-ci et les aménagements effectués (élargissement des trottoirs, pavage, plantations d'arbres, installation de bancs...) **n'auraient pas généré un afflux supplémentaire de piétons.** Certains considèrent même que le tramway, plus régulier que le précédent mode de transport (bus PC) inciterait moins à marcher et à emprunter les trottoirs. Par ailleurs, les boulevards des Maréchaux Sud ne semblent pas, malgré leur requalification urbaine, attirer les touristes hormis ceux qui se rendent aux expositions à la porte de Versailles.

⁽²⁾ Enquête d'opinion réalisée par téléphone mi- 2010 par la CCIP auprès de 49 commerçants déjà installés sur le parcours du tramway avant le début des travaux et de 16 commerçants installés depuis.

Les commerçants déplorent aussi **le moindre nombre d'arrêts** du T3 par rapport à ceux du PC et leurs implantations, pour la plupart, au milieu de la chaussée leur paraissent dissuasive pour la clientèle. Pour autant selon les résultats de l'enquête, les **commerces situés à proximité d'une station tirent mieux leur épingle du jeu** que les autres.

Seulement **10 commerçants** ont vu leur chiffre d'affaires **suivre une évolution positive** mais, pour 6 d'entre eux, celle-ci n'est pas due au tramway mais à des efforts personnels (beaucoup de travail, bonne connaissance du terrain, maintien d'une bonne convivialité, démarchage, restructuration de la société...). **15** déclarent une **évolution négative de leur chiffre d'affaires** et **17** une stabilité **accusant principalement une conjoncture défavorable** notamment une clientèle moins aisée mais aussi pour certains **l'arrivée du tramway**.

L'installation du tramway et le réaménagement du quartier ont-ils conditionné votre choix d'implantation ?



Base : 16 commerces installés après le début des travaux

7 commerces dont 3 dans la restauration **sur les 16 interrogés qui se sont installés après les travaux** ont déclaré que **l'existence du tramway et le réaménagement du quartier avaient influencé leur choix**. Mais ils sont aussi nombreux à déclarer que son installation n'a pas été déterminante. Par ailleurs, sur les 5 qui ont observé un chiffre d'affaires en hausse, 2 seulement considèrent que cette évolution est due au tramway. Les 3 autres disent bénéficier d'une conjoncture porteuse. Les commerces qui constatent une baisse ou une stabilité de leur chiffre d'affaires rendent essentiellement responsable une mauvaise conjoncture.

Tout le monde s'accorde à dire que **le tramway apporte un embellissement et une bonne visibilité de leur commerce** mais **certains le disent bruyant** (roues métalliques et non pneumatiques, signal de démarrage...) apportant une nuisance sonore (hôtels dont l'isolation est imparfaite, terrasses de restaurant...).

Enfin, les commerçants ont été nombreux à déclarer que **le tramway rendait plus difficile le passage d'un côté à l'autre des boulevards** (surtout pour les personnes à mobilité réduite) avec pour conséquence un effet de coupure et une proximité amoindrie entre les deux rives.

Evolution de l'équipement commercial depuis le début des travaux

	Juin 2003 (avant travaux)											
	commerce de détail alimentaire	commerce de détail-équipement de la personne-santé-beauté	commerces de détail-équipement de la maison-culture-loisir-bricolage-jardinage	auto-moto	cafés-restaurants	autres services	commerces de gros/autre local	médical	hôtels de tourisme	vacants	cellules supplémentaires	total
Mars 2010 (3 ans après la mise en fonctionnement du tramway)												
commerce de détail alimentaire	54	1	1	1	1					2	1	61
commerce de détail-équipement de la personne-santé-beauté		24	1		1	1						27
commerces de détail-équipement de la maison-culture-loisir-bricolage-jardinage			30	2		4	2			1	3	42
auto-moto		1		16		1						18
cafés-restaurants	3	1	3	1	65	1				3	2	79
autres services	1		5	1	1	87	2	1		5	5	108
commerces de gros/autre local	1	1	1				7				2	12
médical								4		1		5
hôtels de tourisme									7			7
vacants		1	3	1	2	3	1		1	8	2	22
cellules supprimées			2	1		2						381
regroupements	4			1	2	2				3		
total	63	29	46	24	72	101	12	5	8	23		383

Exemples de lecture :

Première colonne : parmi les **63** commerces de détail alimentaires répertoriés en **juin 2003**, **54** sont encore, au mois de **mars 2010**, des commerces alimentaires, **3** sont devenus des cafés-restaurants, **1** un service de proximité et **1** un commerce de gros et **4** ont fait l'objet d'un regroupement avec le commerce voisin.

Première ligne : parmi les **61** commerces de détail alimentaires répertoriés en **mars 2010**, **54** étaient déjà en **juin 2003** des commerces alimentaires, **1** était un commerce de détail-équipement de la personne-santé-beauté, **1** un commerce de détail-équipement de la maison-culture-loisir-bricolage-jardinage, **1** une station service, **1** un café-restaurant, **2** étaient vacants et **1** est un local supplémentaire affecté à une activité commerciale.

Cellules supprimées : magasins disparus, murés, transformés... Cellules supplémentaires : locaux affectés récemment à une activité commerciale Regroupements : refonte de plusieurs locaux voisins en un seul magasin

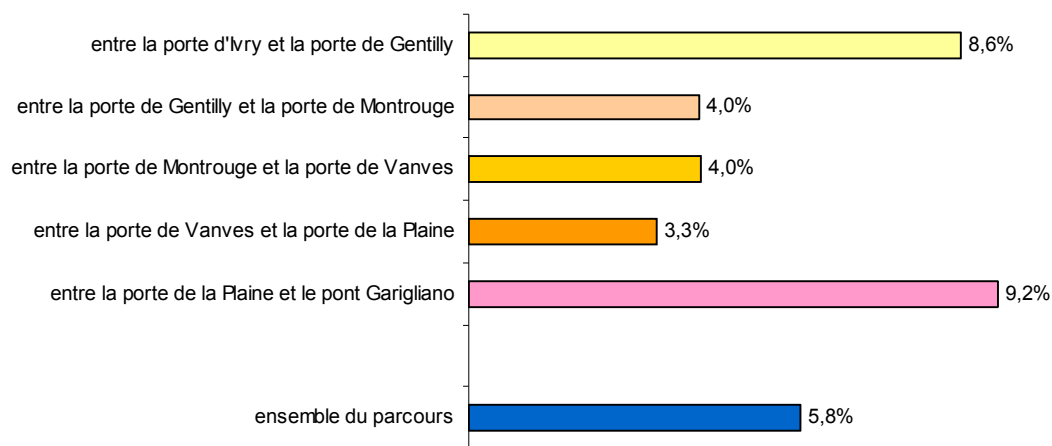
Le nombre total de commerces situés sur le parcours est resté quasiment constant entre mi-2003 et début 2010 (381 locaux contre 383). Les disparitions et regroupements de surfaces commerciales observés ont, en effet, été compensés par l'affectation de nouveaux locaux à une activité commerciale. Une partie des locaux a connu un changement d'affectation. Par rapport à juin 2003, 294 ont la même affectation (85%); 52 ont connu des transformations d'activité (15%), 14 ont disparu (cellules supprimés ou annexés à un autre local) et 13 ont été créés. On retrouve des tendances similaires pour l'ensemble des communes parisiennes.

Evolution sectorielle : entre juin 2003 (avant les travaux) et mars 2010 (3 ans après les travaux), **le nombre de cellules commerciales affectées au commerce alimentaire et non alimentaire a diminué au profit des cafés-restaurants et des autres services**. De leur côté, **les points de vente auto-moto**, bien représentés en général sur les boulevards périphériques, **sont sensiblement moins nombreux** qu'avant l'installation du tramway suite aux difficultés rencontrées pendant les travaux et au nouvel aménagement plus restrictif pour les voitures. Leur nombre est passé de 24 à 18. Pour tout Paris, la tendance observée entre 2005 et 2007 est la baisse du nombre de commerces (alimentaires et non alimentaires) compensée par une progression des services. L'hôtellerie-restauration et le secteur auto-moto sont, en revanche, restés stables.

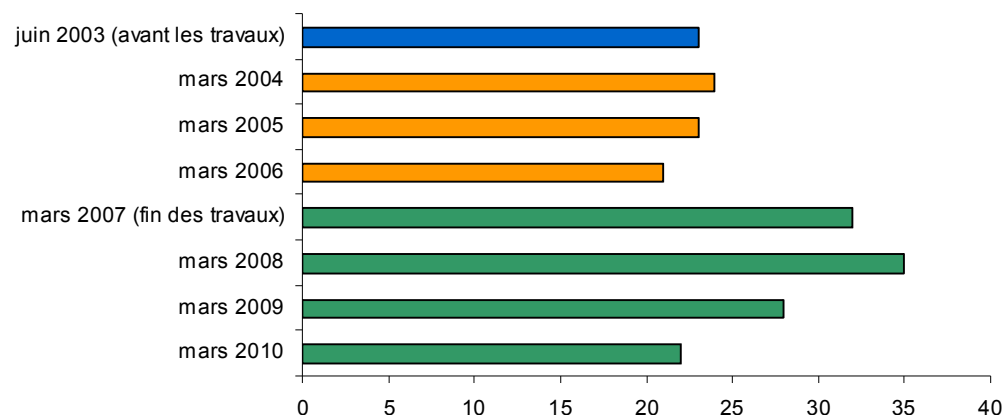
Evolution des enseignes : le **nombre d'enseignes** appartenant à un réseau (commerces se regroupant de manière durable avec d'autres, sous une enseigne commune, par la voie de rapports contractuels) **a nettement augmenté** depuis le début des travaux du tramway (+15% entre 2003 et 2010). Leur part sur le parc commercial occupé est passé de 19% à 22%. Une tendance à une progression globale est aussi observée sur l'ensemble de Paris (+3,2% entre 2005 et 2007).

Vacance des locaux

Taux de vacance en mars 2010



Evolution du nombre de locaux vacants depuis juin 2003



Les locaux vacants ont été, en mars 2010, au nombre de 22 sur l'ensemble du parcours. **Ils représentent 5,8% des locaux en rez de chaussée** mais se répartissent de façon irrégulière avec des **taux plus importants aux extrémités du parcours** (entre la porte d'Ivry et la porte de Gentilly et entre la porte de la Plaine et le pont de Garigliano). **Ils sont, en revanche, particulièrement peu nombreux entre la porte de Gentilly et la porte de la Plaine**. A titre de référence, le taux de vacance sur tout Paris était de 9,4% en 2007.

Si le **nombre de locaux vacants** est resté relativement stable durant les travaux, traduisant sans doute un certain attentisme de la part des commerçants durant cette période, il a augmenté l'année qui a suivi la mise en fonctionnement du tramway pour baisser ensuite et **retrouver le niveau atteint avant les travaux**.

Caractéristiques de l'équipement commercial en mars 2010

Activités	nombre de cellules commerciales					total	répartition par activités					total
	13ème arrondissement	14ème arrondissement		15ème arrondissement			13ème arrondissement	14ème arrondissement		15ème arrondissement		
	tronçon 1	tronçon 2	tronçon 3	tronçon 4	tronçon 5		tronçon 1	tronçon 2	tronçon 3	tronçon 4	tronçon 5	
Commerce de détail alimentaire	13	10	22	13	3	61	19%	13%	22%	21%	4%	16%
Commerce de détail - équipement de la personne-santé-beauté	5	6	8	3	5	27	7%	8%	8%	5%	7%	7%
Commerce de détail - équipement de la maison-culture et loisirs	6	14	7	8	7	42	9%	19%	7%	13%	9%	11%
Commerce de détail - auto-moto	1	2	7	6	2	18	1%	3%	7%	10%	3%	5%
Cafés et restaurants	16	14	15	10	24	79	23%	19%	15%	16%	32%	21%
Autres services	21	18	33	16	20	108	30%	24%	33%	26%	26%	28%
Commerce de gros-autres locaux	2	2	3		5	12	3%	3%	3%	0%	7%	3%
Médical		2		2	1	5	0%	3%	0%	3%	1%	1%
Hôtels de tourisme		4		1	2	7	0%	5%	0%	2%	3%	2%
Locaux vacants	6	3	4	2	7	22	9%	4%	4%	3%	9%	6%
total	70	75	99	61	76	381	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Cf annexe pour plus de détails

Tronçon 1 : de la Porte d'Ivry à la Porte de Gentilly

Tronçon 3 : de la Porte de Montrouge à la Porte de Vanves

Tronçon 4 : de la Porte de Vanves à la Porte de la Plaine

Tronçon 2 : de la Porte de Gentilly à la Porte de Montrouge

Tronçon 5 : de la Porte de la Plaine au pont Garigliano

Malgré les évolutions constatées depuis 2003 (cf page précédente), **les commerces de détail alimentaires restent très présents sur le parcours**. Ils sont 2 fois plus présents sur les boulevards des Maréchaux sud que sur tout Paris. Ils représentent en effet 16% de l'ensemble des locaux en rez de chaussée contre 8% dans la capitale. **Les points de vente relevant du secteur auto-moto sont également bien représentés** (5% des locaux contre 1% dans tout Paris) et occupent souvent des surfaces importantes principalement entre la Porte de la Plaine et la Porte de Gentilly.

En revanche, **le commerce de détail non alimentaire est moins présent** en totalisant seulement 18% des locaux contre 26% dans l'ensemble de la capitale et notamment le prêt-à-porter (habillement, chaussure, maroquinerie) qui regroupe seulement 3% des activités commerciales contre 11% sur Paris.

Les cafés et restaurants sont aussi bien implantés sur les boulevards des Maréchaux Sud en représentant 21% de l'ensemble des locaux contre 15% dans tout Paris. Ils sont particulièrement concentrés dans le 15ème arrondissement autour du Parc des Expositions de la porte de Versailles. **7 hôtels de tourisme se situent, par ailleurs, sur le parcours**, essentiellement implantés autour de la porte d'Orléans et de la porte de Versailles.

Descriptif détaillé de l'équipement commercial début 2010:

Commerces de détail alimentaire : 61

Alimentation générale :	14
Boucherie-charcuterie :	6
Boulangerie-pâtisserie :	20
Commerce de détail de boissons :	2
Superette :	6
Supermarché :	2
Traiteur :	7
Vente de fruits et légumes :	2
Vente de produits surgelés :	1
Alimentation spécialisée	1

Commerces de détail équipement de la personne-santé-beauté : 27

Bijouterie-horlogerie-joaillerie :	2
Pharmacie :	13
Prêt à porter :	11
Parfumerie :	1

Commerces de détail équipement de la maison-culture-loisir-bricolage-jardinage : 42

Fleuriste :	5
Vente de journaux-tabac-librairie-papeterie :	15
Equipement du foyer :	16
<u>Autres</u> : ventes de jeux , articles de sport, téléphonie :	6

Auto-moto : 18

Concessionnaires auto/moto :	6
Garage/essence/station service :	4
Vente équipements automobile/moto :	5
Réparation auto :	1
Location de véhicules automobiles :	2

Cafés-restaurants : 79

Restauration traditionnelle :	23
Brasserie et restauration continue :	27
Restauration rapide :	18
Bar-café-débit de boissons :	9
livraison à domicile plats alimentaires :	2

Autres services : 108

Coiffure/soins de beauté :	26
Agences immobilières, de voyage, d'intérim :	12
Blanchisserie-pressing-laverie automatique :	7
Banque-assurance-poste :	17
Vidéoclub - location de cassettes :	2
Services annexes aux entreprises /formation :	11
Travaux/réparation/location matériels :	11
Ecoles de conduite :	3
Imprimerie/photos/points fax :	8
<u>Autres</u> : services culturels et de loisir, déménagement, pompes funèbres, toilette pour chiens, aide à la personne ... :	11

Commerces de gros / autre local : 12

Médical : 5

Hôtels de tourisme : 7

Locaux vacants : 22