

DOSSIER DE PRESSE

Impacts des aménagements de voirie sur l'activité des commerces parisiens

Le cabinet AID Observatoire¹ a effectué pour le compte de la CCIP-Délégation de Paris, lors du 1^{er} semestre 2008, une étude visant à mesurer l'impact des aménagements de voirie, réalisés ces dernières années, sur l'activité des commerces et services aux particuliers.

Cette étude révèle que les aménagements de voirie induisent des conséquences importantes sur le choix du mode de transport, la fréquence d'achat, le montant du panier moyen ainsi que sur le chiffre d'affaires. Ces aménagements, accélérateurs de changement, représentent une période de mutation forte pour les acteurs économiques.

5 axes aménagés ont été sélectionnés². A chacun d'entre eux sont associés des axes non aménagés³, dont la structure et l'environnement commercial se rapprochent le plus possible des axes étudiés.

✓ **Impact sur le mode de transport**

La clientèle des axes aménagés utilise moins la voiture pour réaliser ses achats, comparativement aux axes non aménagés. Cette différence est particulièrement marquée le samedi (respectivement 5% et 10% des consommateurs interrogés ont recours à ce moyen de déplacement).

12 % des clients de la rue de Rivoli et 11% de ceux enquêtés sur le boulevard Magenta déclarent avoir modifié leur mode de transport depuis les aménagements. Ces changements se sont traduits par une diminution de l'utilisation de la voiture au profit du vélo et des transports en commun.

Préconisations CCIP Délégation de Paris :

La mise en place de services à la clientèle constitue une réponse à ces changements :

- par le renforcement de la livraison à domicile pour les achats volumineux,
- par le développement du gardiennage des vélos et/ou des achats réalisés

¹ 3 enquêtes ont été réalisées par le cabinet AID Observatoire auprès de
- 1 600 clients (en face-à-face du 31 janvier au 15 février 2008)
- 1 000 résidents (par téléphone du 5 au 21 février 2008)
- 1 120 commerçants (dont 770 enquêtes par téléphone en février 2008 et 350 en face-à-face entre mai et juin 2008)

² 5 axes aménagés : Rue de Rivoli, Bd de Magenta, Rue Oberkampf, Rue d'Aligre, Rue du Commerce.

³ 5 axes n'ayant pas connu d'aménagement : Rue de Rennes, Rue du Rendez-vous, Avenue du Général Leclerc, Rue de Passy, Avenue de Saint-Ouen.

✓ **Impact sur la fréquence des achats et le panier moyen**

La fréquence des achats est généralement supérieure sur les axes aménagés. Les clients ont en effet déclaré être sensibles à la qualité de l'environnement urbain et aux conditions de circulation piétonne.

Toutefois, les paniers moyens y sont globalement moins élevés : 12 % des clients des axes non aménagés ont dépensé 100 € ou plus contre 7 % seulement sur les sites aménagés. Cette différence est également valable pour les dépenses moyennes.

Les clients des axes aménagés, plus nombreux à se déplacer à pied, en transports en commun et en vélo, sont potentiellement moins sujets à réaliser des dépenses élevées.

D'après les résultats observés sur les 10 axes étudiés, les utilisateurs de la voiture sont parmi ceux qui viennent le moins fréquemment (69% des clients interrogés, venus en voiture, se rendent 2 à 3 fois par mois au maximum sur un pôle commercial alors que 81 % des clients venus à pied s'y rendent au moins une fois par semaine). Mais ce sont aussi ceux qui réalisent les dépenses les plus élevées.

Préconisations CCIP Délégation de Paris :

Cette augmentation de la fréquence induit plus de passages en caisse. En conséquence, il conviendra de veiller à l'adaptation des moyens humains et du mode de fonctionnement des commerces. Les modes d'organisation à privilégier pourraient être les suivants :

- adaptation des horaires d'ouverture
- renforcement de l'équipe de vente aux heures d'affluence
- fréquentation à lisser en proposant des offres spécifiques telles que des tarifs spéciaux à certains horaires.

✓ **Impact sur le chiffre d'affaires**

Parmi les activités ayant observé une baisse de cet indicateur, 56 % sont implantées sur des axes aménagés. A l'inverse, la majorité de celles déclarant une hausse sont installées sur des sites non aménagés (52 %).

L'analyse basée sur la collecte des chiffres d'affaires auprès de 350 établissements confirme ce constat selon lequel les activités ayant connu des aménagements sont plus fragiles.

Sur les axes aménagés, plus de la moitié des commerçants expliquent leur perte de chiffres d'affaires par des difficultés de stationnement (34% des commerces et services aux particuliers interrogés) et des problèmes d'accessibilité à l'axe (25%).

Sur les axes non aménagés, les activités mettent d'abord en avant le pouvoir d'achat : 42 % ont observé que leur clientèle est moins aisée et 25% expliquent la diminution du chiffre d'affaires au regard de l'évolution des prix.

✓ **Impact des travaux**

Les enquêtes ont aussi mis en exergue les difficultés rencontrées par les entreprises, générées par les travaux.

Ces chantiers représentent une période de mutation forte qu'il faut également accompagner par des dispositifs adaptés :

- Accompagner les entreprises pendant cette période afin de favoriser leur pérennisation. Mise place d'aides financières pouvant prendre plusieurs formes : indemnisations⁴, aides temporaires remboursables si le commerce tire un avantage a posteriori des aménagements, aide forfaitaire,...

- mettre en place des aides à la modernisation des espaces de vente : rénovation des façades et des vitrines...

- protéger les activités les plus sensibles des mutations importantes et des hausses potentielles de loyer par exemple grâce au droit de préemption⁵.

Après les travaux, la reprise est difficile

L'enquête démontre la nécessité de mettre en œuvre des dispositifs de reconquête de la clientèle pouvant prendre plusieurs formes :

- actions de communication ciblées par quartier auprès des résidents,
- actions commerciales individuelles et collectives,
- animations à la fin des travaux pour redonner vie à l'axe et s'appuyer sur les facilités de circulation piétonne pour la clientèle.

Concrètement cela peut être réalisé par l'envoi de mailing ou e-mailing pour communiquer sur la fin des travaux, en utilisant les fichiers clientèle des entreprises et en s'appuyant sur les associations de commerçants.

Contact presse

Julie Moscone – 01 55 65 46 28 – jmoscone@ccip.fr

Au service des 310 000 entreprises de Paris, des Hauts-de-Seine, de la Seine-Saint-Denis et du Val-de-Marne, la Chambre de commerce et d'industrie de Paris :

- **Représente leurs intérêts auprès des pouvoirs publics**
- **Accompagne chaque étape de leur développement**
- **Forme leurs collaborateurs et futurs dirigeants**
- **Développe les foires, salons et congrès**

⁴ Pour une meilleure indemnisation des entreprises en cas de dommages de travaux publics. Propositions de la CCIP », rapport présenté par M. Barbier et adopté par l'Assemblée Générale de la CCIP le 06/11/08

⁵ Droit de préemption sur les fonds de commerce et les baux commerciaux. Critères de délimitation des périmètres communaux d'intervention », rapport présenté par M. Barbier et adopté par l'Assemblée Générale de la CCIP le 28/06/07 consultable sur www.ccip.fr