

Synthèse du rapport du CREDOC concernant le commerce et la mobilité

1- Les nouvelles politiques de déplacements urbains : les questions posées au commerce

L'activité commerciale est dépendante des conditions de son accessibilité. La mobilité croissante des ménages a encouragé le redéploiement spatial des activités commerciales dans les espaces périphériques, à proximité des grands axes routiers.

En s'implantant dans les zones périphériques, les activités commerciales se sont rapprochées des nouveaux espaces résidentiels situés aux franges de la ville.

Dans le même temps, cela n'a pas été sans conséquence sur l'évolution de l'offre commerciale de proximité et de centre urbain.

2- Les effets des mutations de l'appareil commercial sur les déplacements des consommateurs

L'offre commerciale de périphérie s'est progressivement diversifiée dans les créneaux traditionnels de vente des centres urbains (équipement de la personne, culture, loisirs et sports).

Face à ce développement, le commerce de centre-ville se doit d'offrir des produits de qualité et attirer de nouvelles clientèles à la recherche de produits à bas prix, ce qui explique l'engouement pour le maxi discompte.

Compte tenu de la spécificité de la clientèle du centre-ville (étudiants, couples bi-actifs, cadres , retraités), il existe des opportunités de développement de concepts commerciaux « sur mesure ».

3- Les objectifs des nouvelles politiques de déplacements urbains face aux intérêts du commerce

Depuis le début des années 1990, la protection de l'environnement apparaît comme un motif majeur de l'intervention publique et la voiture particulière devient un bouc émissaire.

Le protocole de Kyoto de 1997 confirme la nécessité de promouvoir les modes de déplacements les moins polluants.

Comment concilier les intérêts des acteurs du commerce avec les objectifs des politiques de déplacements urbains ?

Pour les commerçants en zone urbaine dense, la question du stationnement est fondamentale. En effet, sans un nombre suffisant de places de stationnement à proximité, l'activité commerciale est menacée.

La question de la livraison des marchandises est également une préoccupation majeure et des aires de livraison inadaptées ou insuffisantes constituent des freins au développement du commerce.

En revanche, dans les zones périphériques, les problématiques sont totalement différentes et la nécessité de disposer d'espaces de stationnement conditionne le dynamisme des hypermarchés et des centres commerciaux.

Comment concilier la promotion d'un développement commercial équilibré avec la nécessité du développement durable ?

4- Les moyens des politiques publiques territoriales pour concilier le développement durable et le dynamisme commercial

Le développement de transports en commun en site propre dans un certain nombre de villes est devenu l'instrument majeur de reconquête de l'accessibilité des centres-villes (Marseille, Grenoble, Strasbourg).

Ce développement engendre le plus souvent des mutations du tissu commercial et l'arrivée de locomotives commerciales nationales au détriment de commerces indépendants.

L'organisation de la livraison des marchandises en centre-ville est devenu un sujet majeur de préoccupation.

A La Rochelle, une plate forme de groupage-dégroupage a été mise en place : seuls les véhicules légers et non polluants peuvent pénétrer en centre-ville.

A Bordeaux, un espace de livraison de proximité (ELP) a été installé pour faciliter la livraison des marchandises dans la centre-ville.

Cette expérimentation réussie est le fruit d'un partenariat conclu entre la ville de Bordeaux, la Communauté urbaine, EDF, les transporteurs et les commerçants.

La nécessité de revitalisation du commerce de centre-ville a conduit les pouvoirs publics à mettre en place en 2005 un plan de dynamisation des associations de commerçants, dans le cadre d'un partenariat conclu avec les collectivités territoriales et la CCI.

Ces mesures spécifiques s'inscrivent en complémentarité des crédits du FISAC « classique » qui prévoient de financer des activités de modernisation du commerce.

