



# Commerces de centre-ville et de périphérie : mobilités comparées

Collecter, exploiter & analyser les données de déplacements – 24 et 25 avril 2017

Mathias Boquet  
MCF en Géographie – Université de Lorraine

Maxime Le Corre  
Chargé d'études connaissance et analyse de la mobilité - CEREMA



## ➤ Loterr / Université de Lorraine

- Etudier les facteurs d'attractivité des territoires (commerces, culture, équipements et services, patrimoine et cadre bâti, ambiance...)
- Comprendre les effets du développement de l'offre commerciale sur la spatialité des modes de consommation
- Questionner la relation entre l'individu et le lieu

## ➤ Cerema

- Actualiser les connaissances afin de fournir un appui technique et méthodologique dans l'analyse des projets de création ou d'extension de zones commerciales sur les aspects mobilité et trafic
- Appréhender les comportements d'achat des ménages
- Co-construire avec l'université une démarche reproductible

## ➤ 2 enquêtes par questionnaire

➤ Enquête dans le centre-ville de Metz – 911 questionnaires  
*samedi 18 octobre / samedi 29 novembre 2014*

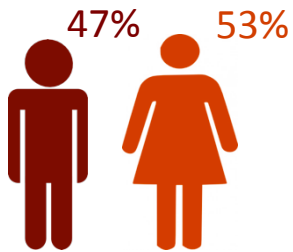
➤ Enquête dans le centre commercial Waves – 1472 questionnaires  
*samedi 7, jeudi 12, mercredi 18 et samedi 21 novembre 2015*

Questionnaires différents mais assez proches sur un certain nombre de variables

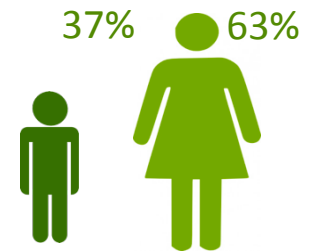
Pour la partie « caractéristiques générales » seuls les échantillons des samedis seront utilisés.

# 1. Caractéristiques générales

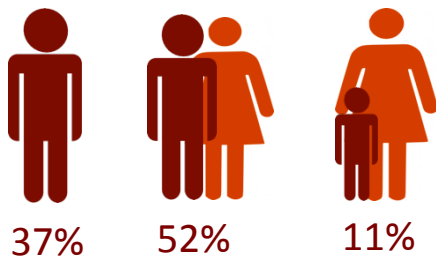
## ➔ Sexe



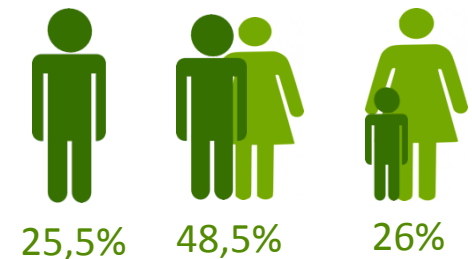
« La répartition hommes/femmes est à peu près équilibrée au centre-ville alors qu'en périphérie - en semaine mais aussi le week-end - on retrouve une majorité de femmes. »



## ➔ Accompagnement

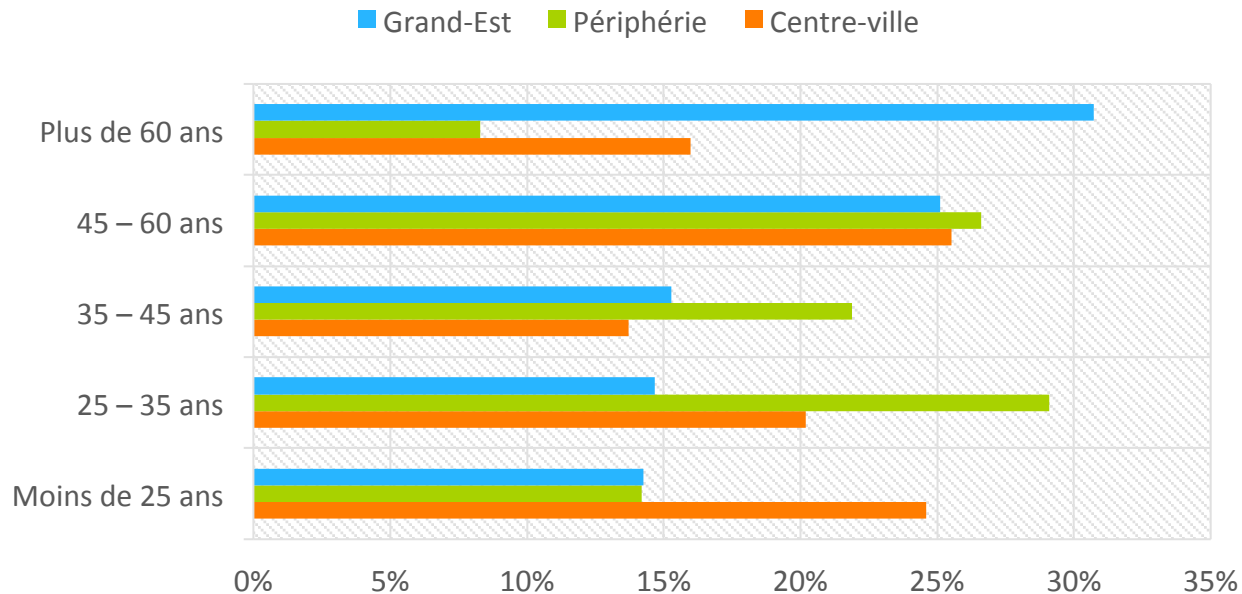


« La part des personnes accompagnées avec enfants est plus importante au sein du centre commercial de périphérie qu'au centre-ville de Metz. »



# 1. Caractéristiques générales

## ➔ Age



*« Pour des raisons évidentes liées au vieillissement, les seniors sont assez peu présents dans les deux espaces »*

*« Les jeunes et les seniors sont mieux représentés en centre-ville à l'inverse du centre commercial de périphérie. »*

*« Les 35-45 ans sont les moins présents en centre-ville. »*

# 1. Caractéristiques générales

## ➤ Professions et Catégories Sociales

PCS	CENTRE-VILLE	WAVES
Actifs	61,13%	78,6%
Retraités	12,07%	5,9%
Etudiants	21,30%	10,2%
Inactifs (hors étudiants et retraités)	4,83%	4,5%
Autre	0,75%	0,8%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

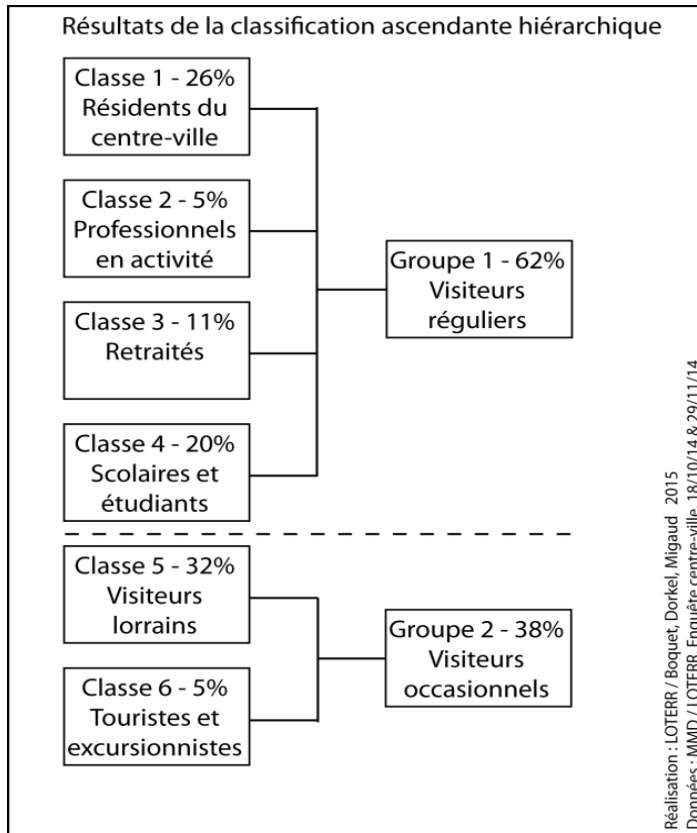
*« Les étudiants et les cadres sont particulièrement présents au centre-ville de Metz alors qu'à l'inverse ce sont les employés et ouvriers qui sont les plus représentés en périphérie. »*

PCS (Actifs seuls)	CENTRE-VILLE	WAVES	LORRAINE INSEE 2013
Agr. Art. Com, chefs d'entreprise	6,10%	4,6%	7,0%
Cadres et professions int. sup.	36,09%	25,1%	12,4%
Professions intermédiaires	14,54%	11,3%	25,4%
Employés Ouvriers	43,27%	59,1%	55,2%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

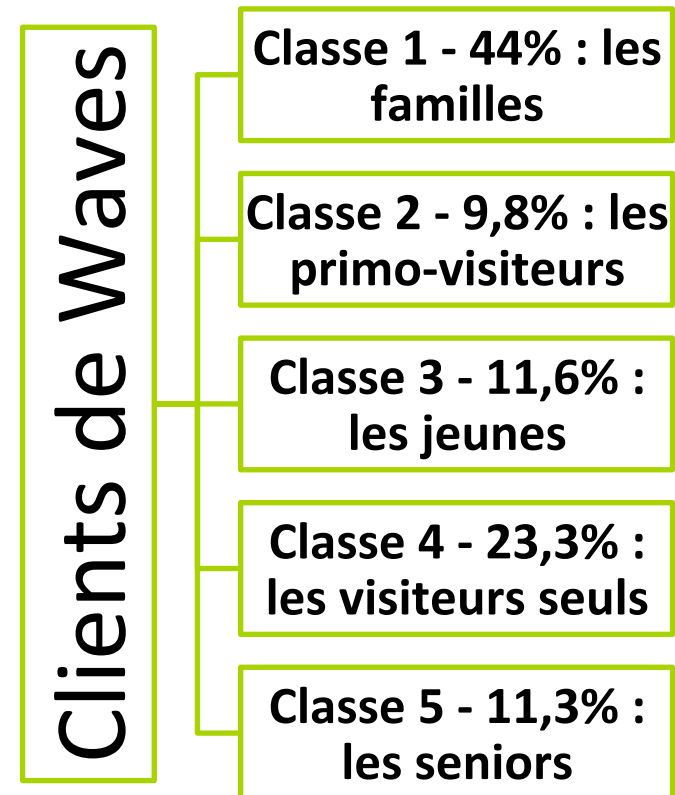
*« Il est difficile de tirer des conclusions sur la catégorie professions intermédiaires dans la mesure où elle est souvent mal interprétée par les répondants. »*

# 2. Profil des visiteurs

## ➔ Catégories de visiteurs



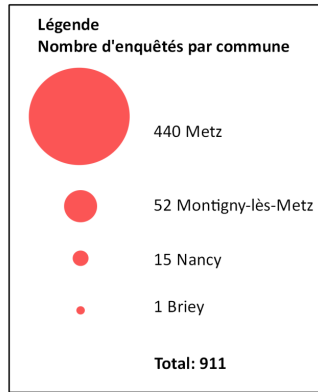
Metz Centre ville



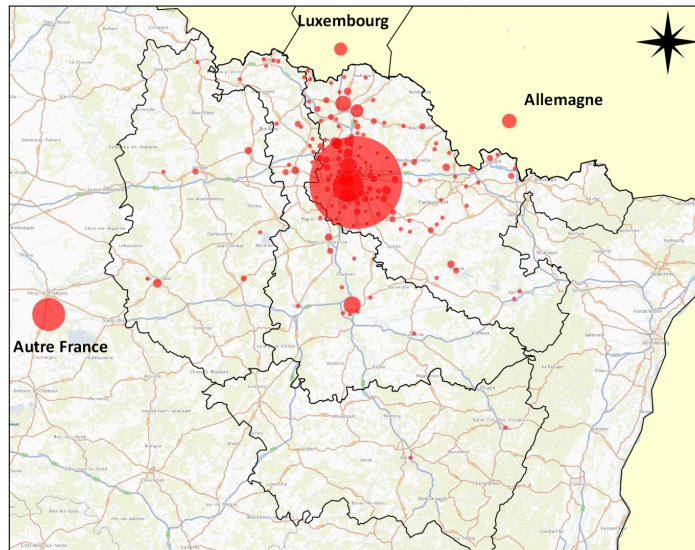
Centre commercial de périphérie

# 3. Aire de chalandise au lieu de domicile

## ➔ Centre-ville



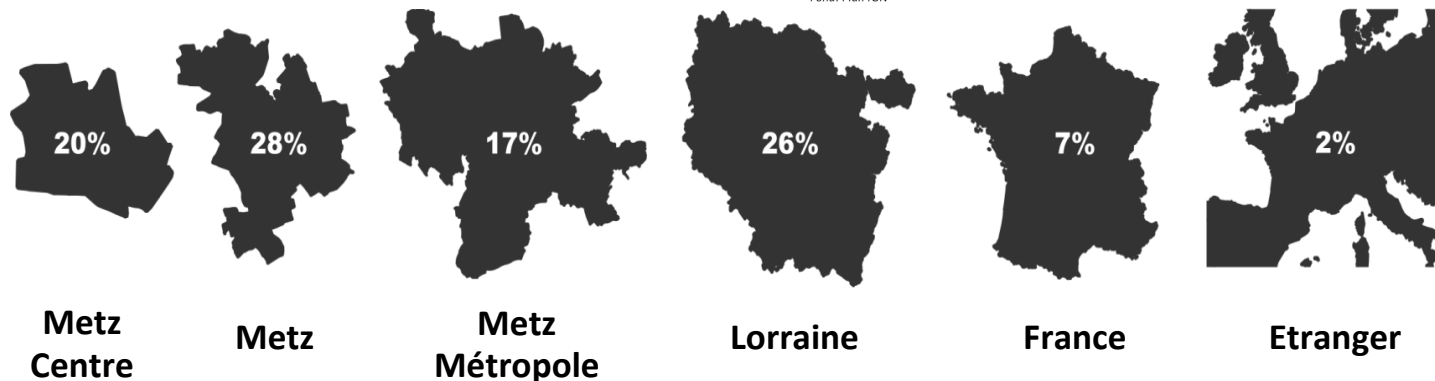
0 25 50 75 100 km



Réalisation: H. Migaud, 2014  
Sources: MMD/LOTERR Enquête centre-ville 18/10/2014 et 29/11/2014  
Fond: Plan IGN

*« 64% des visiteurs du centre ville sont originaires de Metz Métropole »*

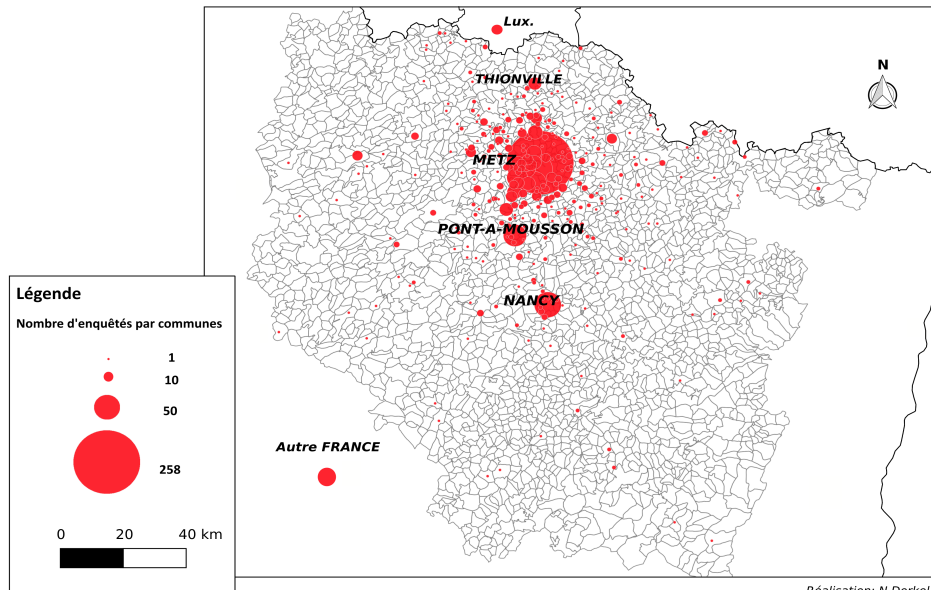
*« Aire d'influence à l'échelle de la Moselle »*





# 3. Aire de chalandise au lieu de domicile

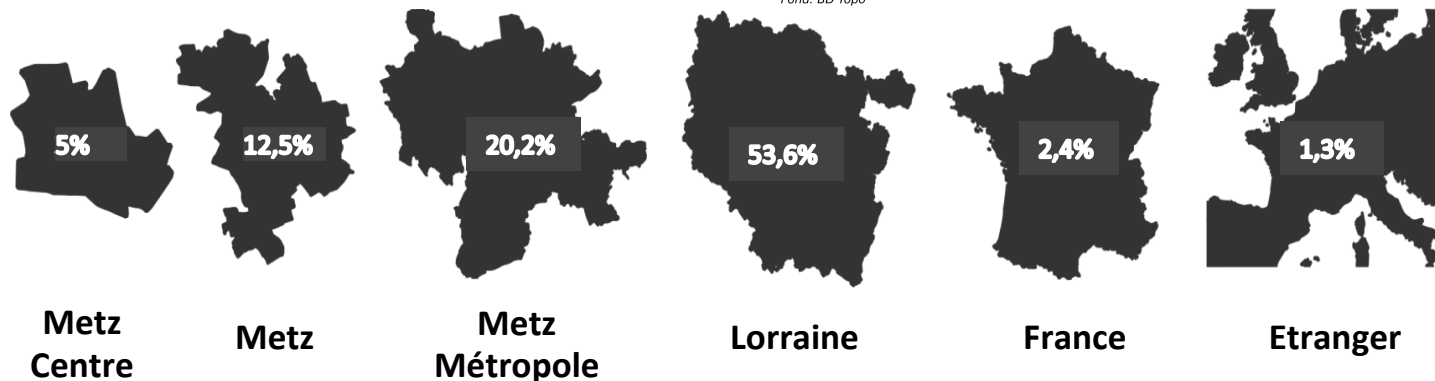
## ➔ Centre commercial de périphérie



Réalisation: N.Dorkel, 2017  
Sources: CEREMA/LOTERR Enquête Waves  
Fond: BD Topo

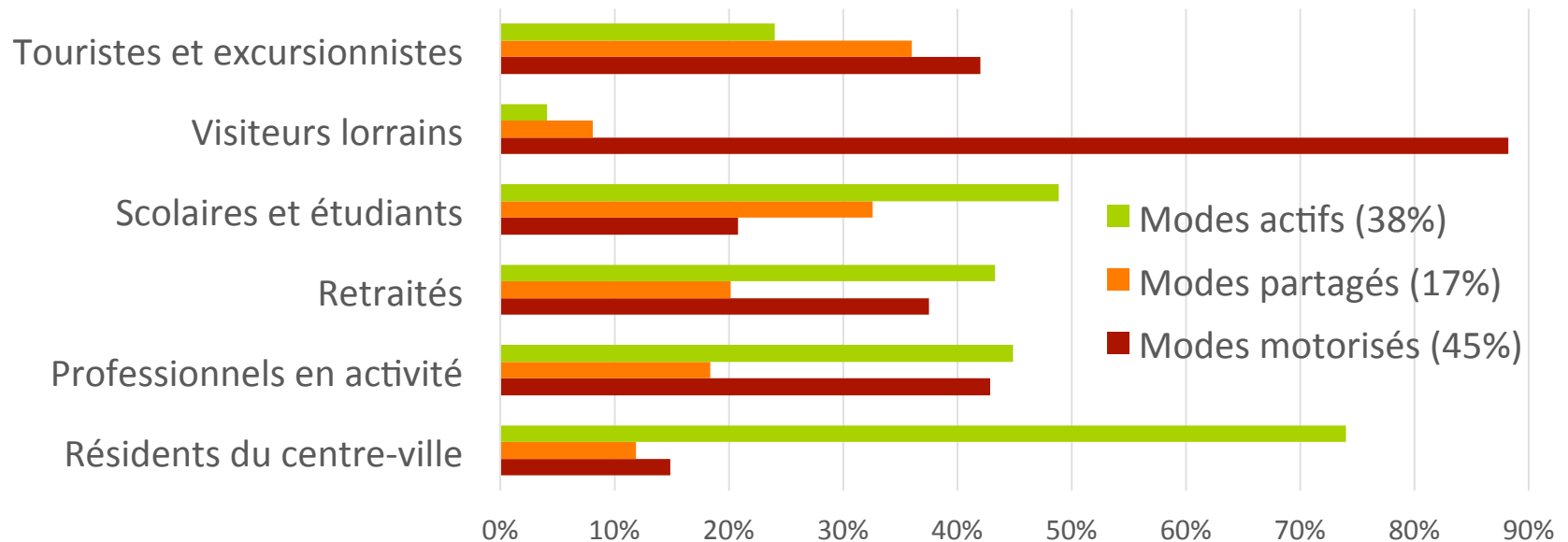
« 43% des visiteurs du centre ville sont originaires de Metz Métropole »

« Aire d'influence à cheval sur deux départements »



# 4. Mobilité comparée : mode d'accès

## ➤ Choix du mode de déplacement au centre-ville de Metz



## ➤ Choix du stationnement au centre-ville de Metz

- Proximité d'un point d'intérêt – 43%
- Disponibilité des places – 29%
- Gratuité/Prix – 27%

# 4. Mobilité comparée : mode d'accès

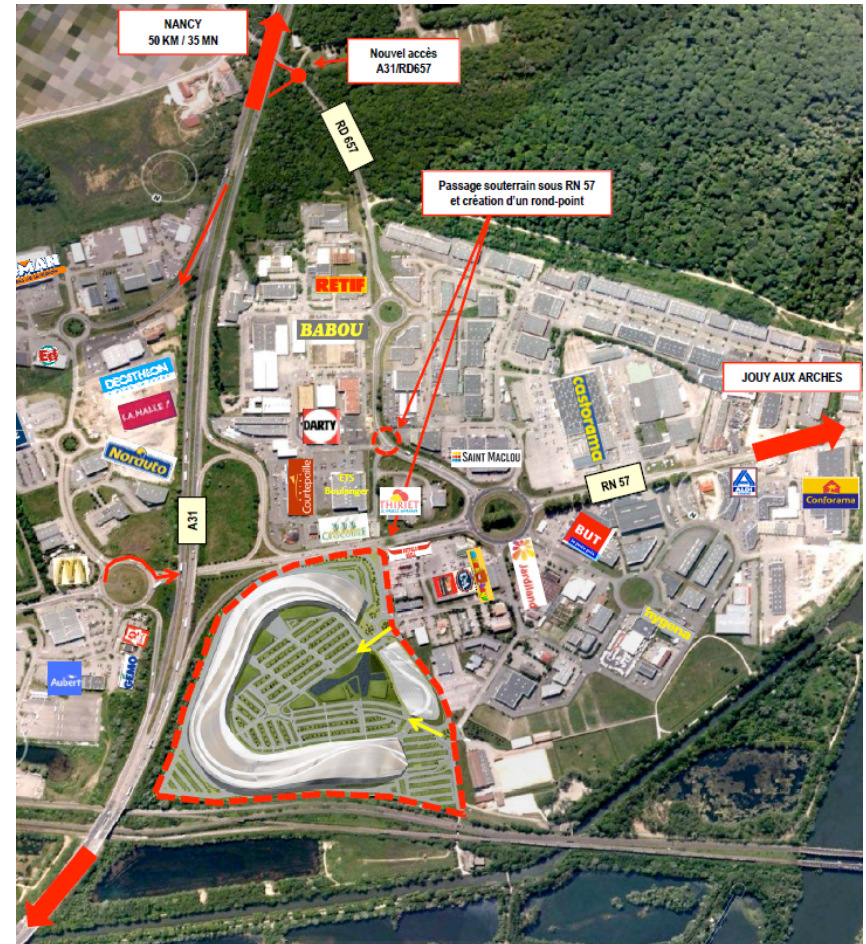
## ➤ Choix du mode de déplacement en périphérie

« Une offre principalement routière... »

« Part modale des voitures particulières ultra-majoritaire de 98,2% »

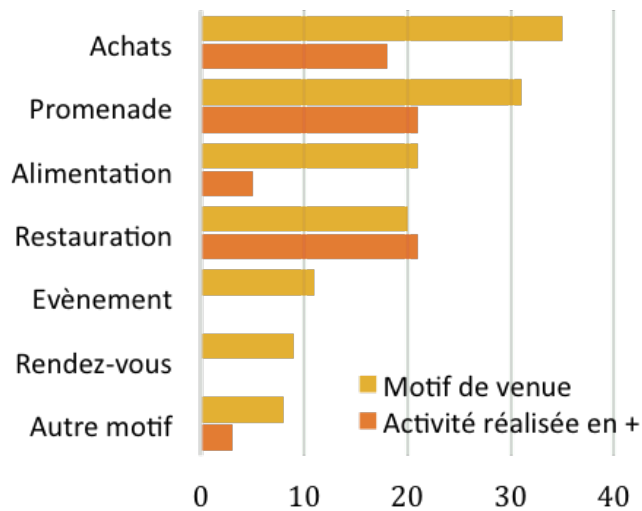
« Un taux d'occupation de 2,02 personnes par véhicule »

« Le rôle important des accès autoroutiers avec près de 60% des usagers qui empruntent l'A31 »



# 4. Mobilité comparée : motif de venue

## ➤ Motifs de venue et parcours en centre-ville

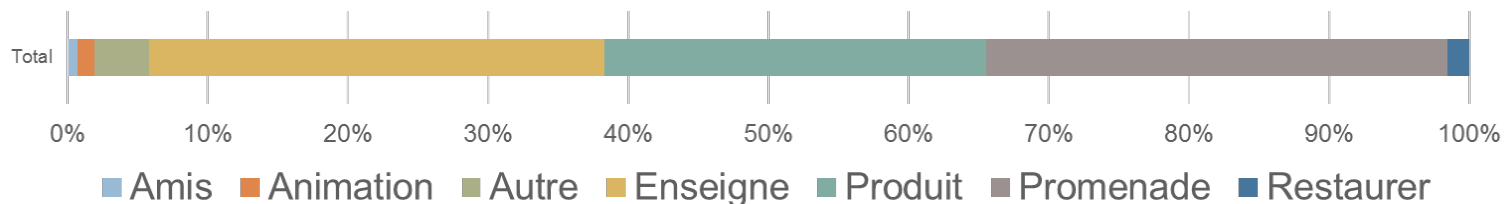


en % des répondants (somme supérieure à 100%)

« au centre-ville, la fonction commerciale ne constitue pas un motif de venue prépondérant »

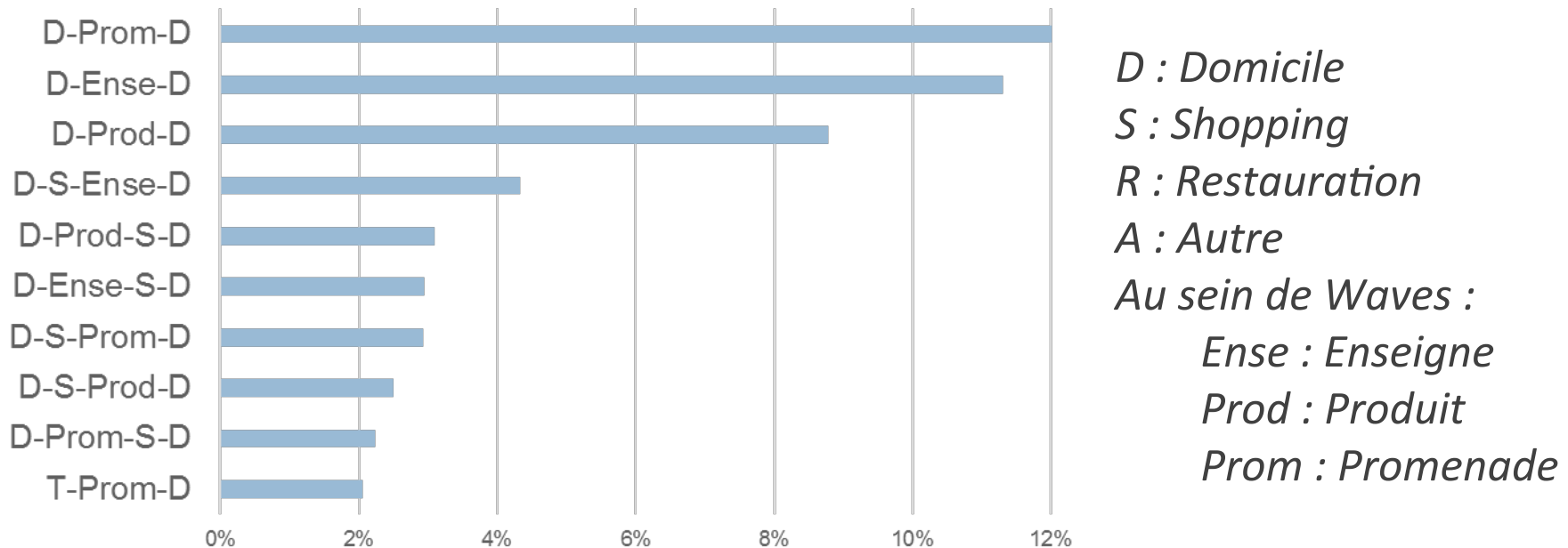
« en périphérie, c'est l'inverse mais la part du motif promenade n'est pas négligeable »

## ➤ Motifs de venue en périphérie



# 4. Mobilité comparée : motif de venue

## ➔ Chaines de déplacement vers et depuis le centre commercial



*30% des déplacements sont liés directement à un autre motif « shopping »*

*44% en prenant en compte le motif « restauration »*

# 4. Mobilité comparée

## ➤ Concurrence ou complémentarité ?

- *« Hormis avec Actisud, les échanges avec d'autres zones commerciales sont faibles, y compris avec le centre-ville »*
- *« 34 % des gens déclare avoir diminuer la fréquence de visite de leurs précédents lieux d'achat ou de consommation »*
  - *« 58% d'entre eux il s'agit du centre-ville de Metz »*
  - *« 23% d'entre eux il s'agit d'Actisud »*
- *« Si Waves n'avait pas existé, dans quel lieu les enquêtés auraient réalisés leur shopping ? »*
  - *« 43% dans le centre-ville de Metz »*
  - *« 25% à Actisud »*

# Conclusion et suites

## ➤ Conclusions

- *Retour d'expérience très enrichissant*
- *Enquête reproductible sur d'autres « unités » commerciales*
- *Une passation d'enquête perfectible qui doit être contrôlée*

## ➤ Suites

- *Analyses fines des pratiques au niveau de Waves*
- *Publication d'un rapport*
- *Nouveau terrain d'expérimentation en Moselle*