

# Comment mener à bien sa politique de stationnement ?

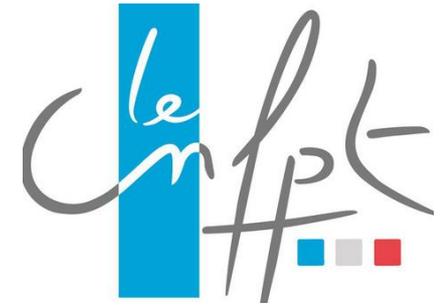


Guillaume LUCAS - Inddigo



**UNE VOIRIE POUR TOUS**

Rues et espaces publics À VIVRE



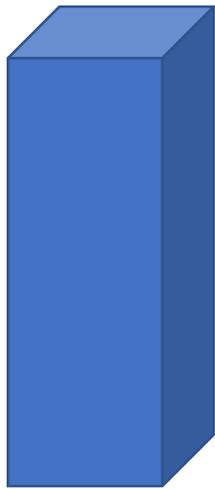
# Contenu de la présentation

- Présentation d'une démarche engagée avec l'Ademe Normandie en 2015 auprès de villes moyennes sur la question de la mise en place d'une stratégie de stationnement.
- Travail commun avec 10 agglomérations, approfondissement sur 3 collectivités

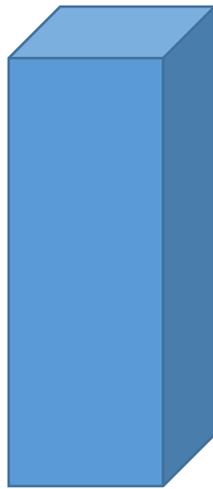


# Le contenu du projet

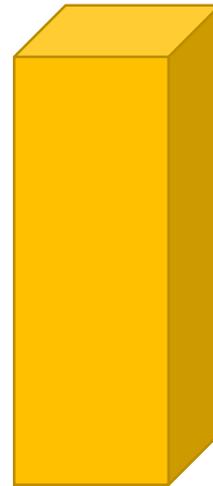
- 4 sessions de formation-action avec 10 villes
- Un accompagnement de 3 villes
- Une démarche en 20 questions
- 4 piliers à la définition de la stratégie de stationnement



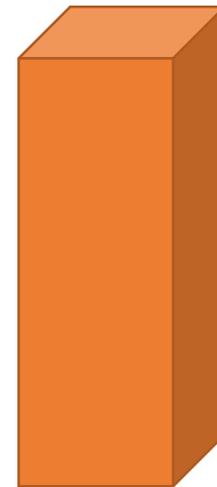
**Projet Urbain**



**Organisation  
De l'offre**



**Implication  
Des partenaires**



**Communication  
À l'utilisateur**

# Les curseurs à valider

	Projet urbain	Organisation du stationnement	Participation des acteurs	Information des usagers
<b>Préparation de la stratégie</b>  <b>CONNAISSEZ VOUS ?</b>	Typologie des activités dans le CV	L'offre de stationnement	Identifier les acteurs	Identifier les cibles
	Pratique des déplacements	Compréhension des pratiques	Analyse du contexte (historique, politique,...)	
	Qualité des aménagements	Disponibilité privée		
<b>Plan d'actions</b>  <b>QUE VOULEZ VOUS ?</b>	Plan de mobilité alternatif	Zonage et réglementation du stationnement	Stratégie de concertation : pourquoi? Quoi ?	Stratégie de communication
	Réflexion sur la qualité des espaces publics	Dispositif de contrôle	Travail de l'argumentaire	Plan de communication
	Stratégie CV : habitat, commerces,...	Evolution réglementaire (PLU)	Organisation de la concertation	Lancement du projet

# Le projet urbain

## Enseignements

**Le stationnement n'est pas un objectif, c'est un outil.**

**Il doit accompagner le projet urbain, il ne doit pas être le projet !**



De la visibilité  
des vitrines



- 1) Que voulez vous pour votre centre-ville ? Commerces, habitat, activité ?
- 2) Quelles sont les têtes de gondoles dans votre offre commerciale ?
- 3) Il y a-t-il une complémentarité des offres par ilots commerciaux ?  
(une maison de santé avec une pharmacie)
- 4) Quand vit votre centre-ville ? En matinée, le midi, en soirée, le week-end, en soirée ? Quand il y a-t-il saturation ? Absence d'animation ?
- 5) Comment marche t-on dans votre centre-ville ? Quelques test simples ?
  - 1) Pouvez vous parler en marchant ? Non, pourquoi ?
  - 2) Arrivez vous à regarder les vitrines, les premiers étages ?
  - 3) Votre regard est attiré par une vitrine, une gondole, pouvez vous aller tout droit ? Qu'est ce qui vous bloque ?

# De la visibilité des vitrines



- 1) Connaissez vous votre offre de stationnement ?
- 2) Connaissez vous votre taux d'occupation, le niveau de rotation des véhicules ?
- 3) Qui sont les usagers des places de stationnement ?
- 4) Avez-vous une stratégie précise pour chaque usager ?
- 5) Quels sont les circuits de recherche de place ? Sont-ils logiques ? Sont ils visibles ?
- 6) Quelle politique de réglementation ? Quel contrôle ?

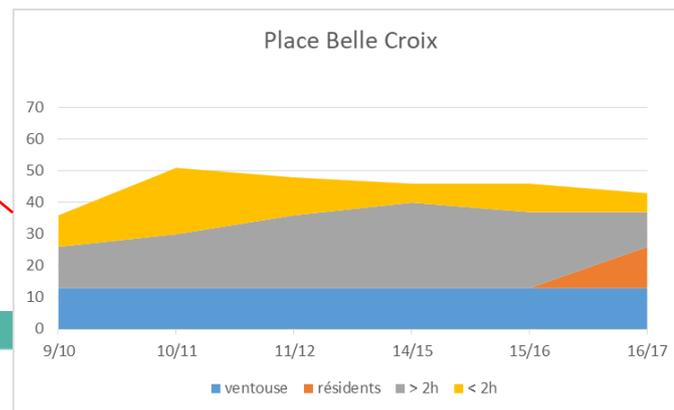
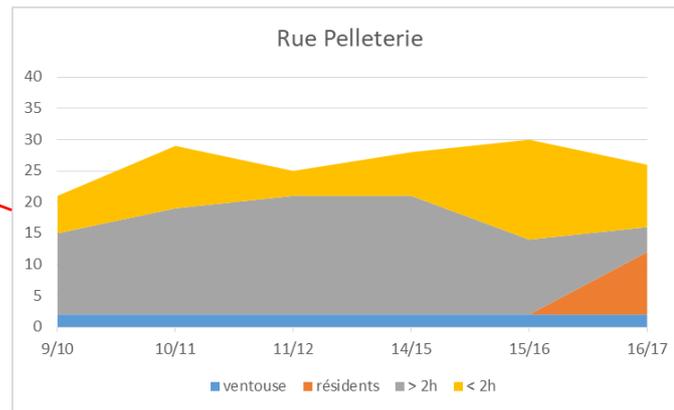
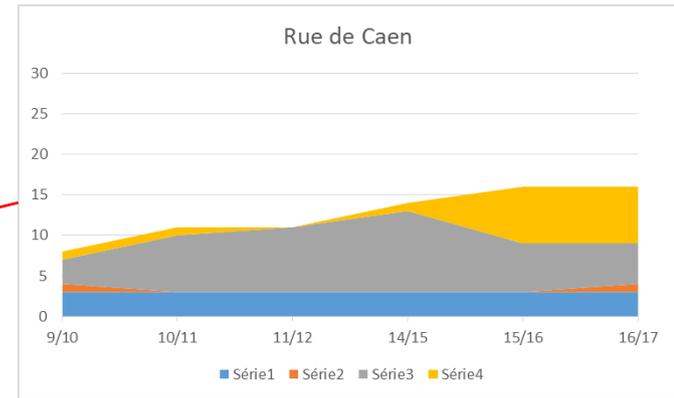
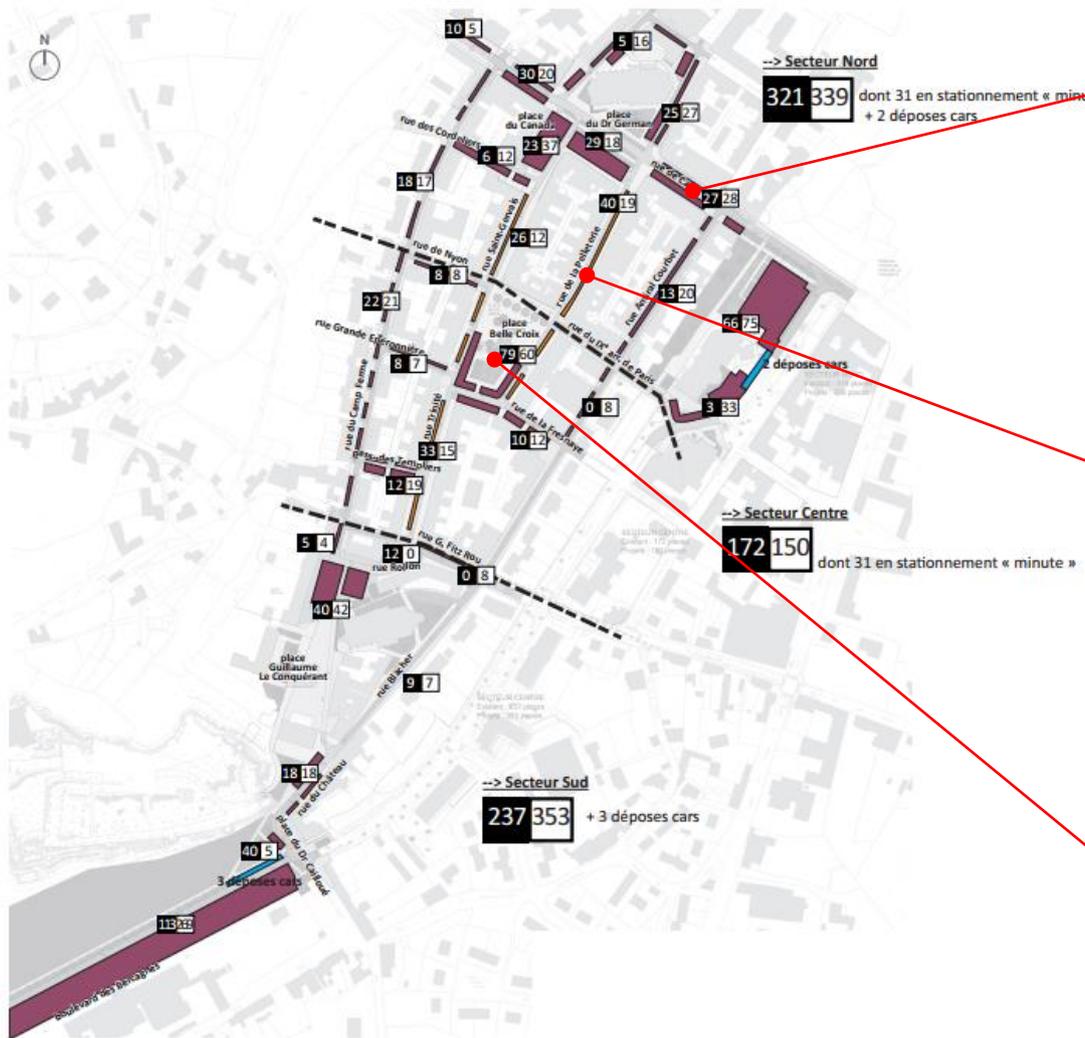
MODULE  
ENQUETE  
ROTATION  
OCCUPATION

## Enseignements

**La zone règlementée n'a pas besoin de dépasser l'offre commerciale (en ville moyenne)**

**Le contrôle, un vrai effet rotation (+25% de disponibilité à Valognes)**

# Falaise, une enquête de stationnement, riche d'enseignement



# Respect du stationnement, quelques statistiques

(source enquête stationnement ville moyenne – CEREMA – 20 000 à 50 000 hab)

Dans les villes moyennes, quelles sont les parts

- Des déplacements en voiture ?
- Des zones de stationnement règlementées ?
- Des tarifs moyens à l'heure
- Nb d'heure payée à la place
- Recettes par place

<b>65%</b>	<b>75%</b>	<b>85%</b>
56%	72%	<b>86%</b>
50 cts	<b>90 cts</b>	1,5 €
1h	<b>2h</b>	3h
65€	<b>322€</b>	1113€

# Stationnement règlementé ou payant

Peu importe, il doit avant tout être **contrôlé**.

- **Stationnement règlementé** gratuit (zone bleue) : coût du contrôle porté par les habitants.
- **Stationnement payant** : coût du contrôle porté par l'utilisateur.

# Le stationnement pour qui et comment ?

Qui	Durée	Tarif	Disponibilité	Proximité	Signalétique
Résident	En soirée à partir de 18h, jusqu'à 9h du matin. Volonté de pouvoir laisser le véhicule à la journée	Le stationnement arrive en 10 <sup>e</sup> position dans le critère d'accès au logement (tarif à 15€ par mois souvent constaté)	Faible	Faible sauf en livraison Usage des places des livraisons ?	Inutile
Actifs	Pour la journée ou demi-journée En journée de 8h à 18h	Recherche de stationnement gratuit (cf influence du tarif)	Forte, le temps de recherche d'une place impacte le trajet domicile-travail	Moyenne	Jalonnement dynamique des disponibilités
Chaland – client – usagers service public	De 10min à 2h en fonction des boutiques & services. En journée de 9h à 18h	Acceptable si garantie d'une place et d'un tarif progressif	Forte	Inversement proportionnel à la durée du motif d'achat	Utile pour jalonner des poches de stationnement attractive
Touriste	De 2h à une demi-journée	Acceptable si garantie d'une place intéressante	Moyenne si stationnement gratuit	Faible mais nécessité de se repérer	Indispensable, ainsi que l'information des temps de liaison à pied.

## Mais aussi :

- **Qualité des cheminements piétons**
- **Animation**
- **Sécurité et l'éclairage**

Participation  
des acteurs

## Enseignement

**In fine, tous les usagers sont des piétons à un moment**  
**La concertation doit portée sur un projet commun et**  
**consensuel, le centre-ville et pas sur le stationnement**

### 1) Qui doit participer au projet du centre-ville?

- 1) Commerçants,
- 2) Riverains
- 3) Employeurs (l'emploi doit rester dans le centre).

### 2) Quelles compréhension doivent-ils avoir du centre-ville ?

- 1) Vos clients peuvent-ils marcher agréablement depuis les zones de stationnement vers les boutiques ? Pourquoi est ce règlementé ?
- 2) Le touriste, l'occasionnel peut-il de comprendre (voir) où est le site avant de s'arrêter ? Comment ?
- 3) L'actif peut-il avoir la garantie de trouver rapidement une place de stationnement ? Comment ?
- 4) Le riverain peut-il laisser son véhicule en sécurité ? Pourquoi ?

### 3) Comment leur faire découvrir le centre-ville sous un nouvel angle ?

Les diagnostics en marchant  
(de jour, de nuit)

Les opérations braderies,  
cafés parking

Ma ville, un scénario  
(travail en séquençage)

# Falaise, un travail concerté

4 ateliers élargis durant l'élaboration du plan guide dont 1 avec les commerçants



# Revenir sur les présupposés

A quel niveau, apparait la question du stationnement dans le choix d'implantation d'un commerce, pour les opérateurs économiques ?

- 1ere position : il s'agit avant tout de l'image du quartier, de la présence de générateurs de mobilité (grandes enseignes, équipements publics)
- 2eme position : il s'agit de l'accès (accès routiers et transports en commun), plus que le stationnement ***c'est le bouchon qu'il faut éviter.***
- 5eme position : Les possibilités de stationnement apparaissent en 5eme position. (après l'analyse de l'offre commerciale) et du profil de clientèle

**Le flux piéton, le critère pour estimer et comparer la performance d'une boutique.**

Flux piéton	10 000
Nb de visiteurs	150
Taux de capture	1,50%
Taux de transformation	33,33%

Source CCI de Lyon

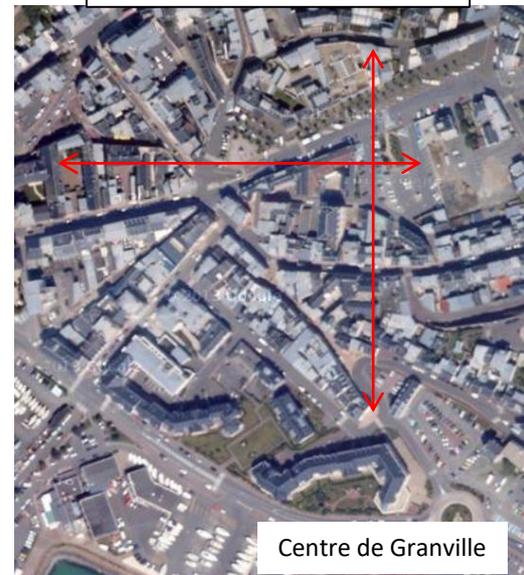
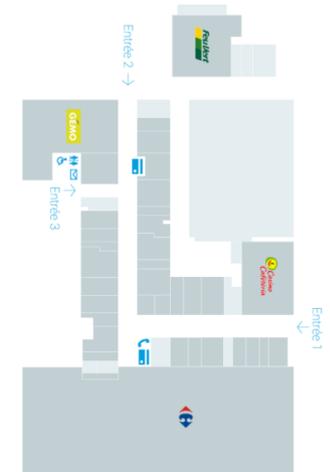
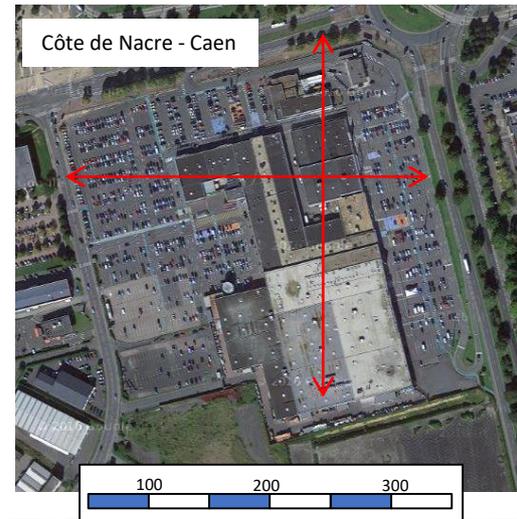
# Stationner dans la vitrine, le rêve de chacun.

Mais quelle distance est prête à faire un automobiliste devenu piéton ?

❑ 50 m, la distance minimale pour rejoindre la ligne de caisse du centre commercial (Côté de Nacre à Caen)

❑ 300 m, c'est la distance moyenne acceptable (étude SARECO), c'est 5 min à pied

❑ 500 m (c'est la distance moyenne pour un arrêt de bus d'une ligne avec une bonne fréquence), c'est 10 min à pied.



## Information

- 1) Que prévoyez vous en information statique, jalonnement ? Pour qui ?
- 2) Que prévoyez vous en matière de sensibilisation des automobilistes ? Pour expliquer la réglementation ?
- 3) Que prévoyez vous en matière de sensibilisation et **d'implication des commerçants ?**
- 4) Que prévoyez vous en matière de communication à destination des piétons ?

# Autre ville Valognes

## Résoudre les conflits d'usage

### PROJET

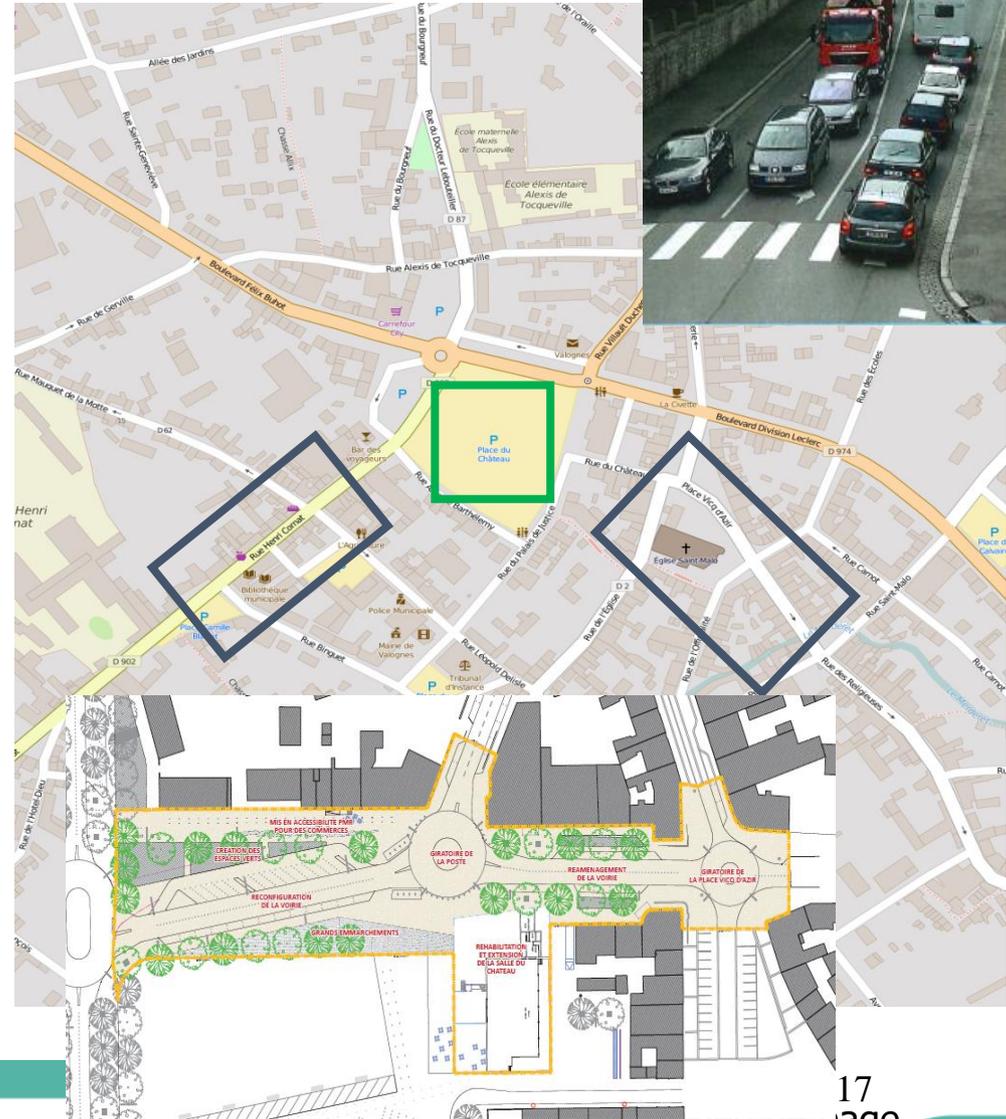
Projet urbain pour apaiser le trafic du Bld Leclerc

Connecter les deux centre-villes

Conforter le dynamisme commercial

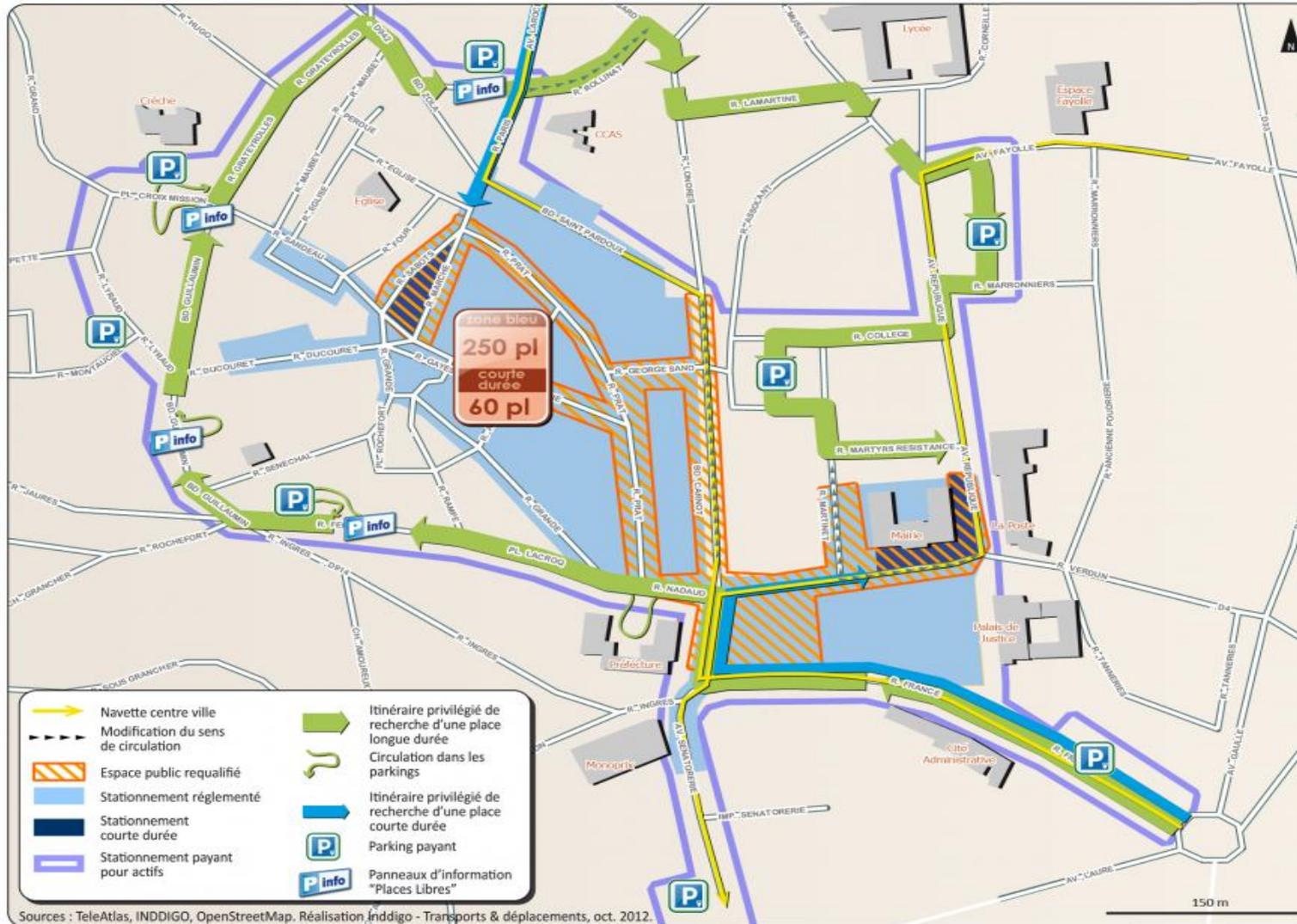
### STATIONNEMENT

Enquête en juin 2016 – très faible taux de rotation sur les rues commerçantes





# Travailler sur le jalonnement - Guéret



# Lisieux, clarification des espaces règlementés

