

NOTE DE 4 PAGES

ATELIER PARISIEN D'URBANISME - 17, BD MORLAND - 75004 PARIS - TÉL : 01 42 71 28 14 - FAX : 01 42 76 24 05 - <http://www.apur.org>

LES DÉPLACEMENTS LIÉS AUX ACHATS À PARIS

Comment fait-on ses courses à Paris?... À pied ou en transport en commun, rarement en voiture !

On entend souvent dire qu'activités commerciales et accessibilité automobile vont de pair. A Paris, la réalité est plus complexe.

La dernière Enquête Globale de Transport réalisée en 2001-2002 fournit sur ce point des résultats précis¹ : à Paris un jour de semaine, 67 % des déplacements pour achat sont effectués à pied et 24 % en transports en commun, principalement en métro ; la voiture particulière vient en troisième position, utilisée dans 7 % des cas. Cette part s'infléchit d'ailleurs, elle était de 9 % il y a dix ans. L'utilisation des deux-roues concerne elle seulement 2 % des déplacements.

La plupart du temps, c'est à pied ou en transports en commun que les achats sont effectués ; la voiture est peu utilisée que ce soit par habitude ou lorsqu'elle s'avère plus pratique (colis encombrants, achats réalisés en famille ou encore déplacement qui s'inscrit dans une chaîne dont un maillon requiert ou utilise déjà la voiture).

Des modes de déplacement différents selon le type d'achat réalisé

L'Enquête Globale de Transport permet de distinguer les achats selon leur fréquence : ceux effectués tous les jours, comme acheter son pain ou son journal ; ceux effectués une ou deux fois par semaine, typiquement les courses alimentaires ; et enfin ceux effectués moins régulièrement, comme les achats de vêtements ou d'un appareil ménager². Les achats quotidiens ou hebdomadaires sont majoritairement réalisés chez les commerçants du quartier. Ainsi s'explique que 88 % des déplacements quotidiens soient effectués à pied. L'utilisation des autres moyens de déplacement est du même coup réduite – les transports en commun sont utilisés dans 10 % des cas seulement et la voiture ainsi que les autres modes sont d'un usage marginal (2 %). Lorsqu'il s'agit d'achats hebdomadaires ou bi-hebdomadaires, 72 % des déplacements sont aussi effectués à pied, mais les autres modes de déplacement sont plus souvent utilisés, dans 15 % des cas pour les transports en commun et dans 11 % des cas pour la voiture particulière. Enfin lorsqu'il s'agit d'achats exceptionnels, effectués en majorité dans les arrondissements centraux,

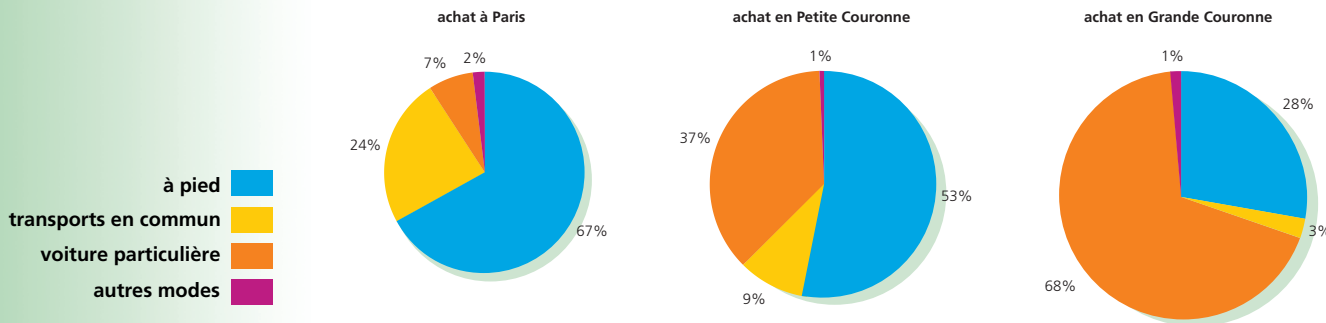


Apur

¹ Les Enquêtes Globales de Transport (EGT) sont réalisées périodiquement auprès d'un échantillon représentatif de ménages franciliens et décrivent leurs déplacements un jour de semaine moyen et en fin de semaine. La dernière enquête réalisée par l'INSEE sous la maîtrise d'œuvre de la Direction Régionale de l'Équipement d'Ile-de-France a été financée par l'État, la Région Ile-de-France, la Ville de Paris, le Syndicat des Transports d'Ile-de-France, la RATP, la SNCF... Les résultats de fin de semaine seront disponibles courant 2004.

² Un jour de semaine, les achats quotidiens motivent 44% des déplacements d'achats à Paris, les achats hebdomadaires ou bi-hebdomadaires 22% et les achats exceptionnels 34%.

Achat en Ile-de-France un jour de semaine



DREIF, Enquête Globale de Transport 2001-2002

là où sont situés les grands magasins, 46 % des déplacements sont réalisés en transports en commun et 37 % à pied. Pour les achats volumineux, on se fait livrer. Au total, même pour ces courses, la voiture n'est pas beaucoup plus utilisée que pour les achats hebdomadaires, puisque la statistique atteint 13 %, 10 % lorsque l'acheteur habite Paris, 19 % sinon.

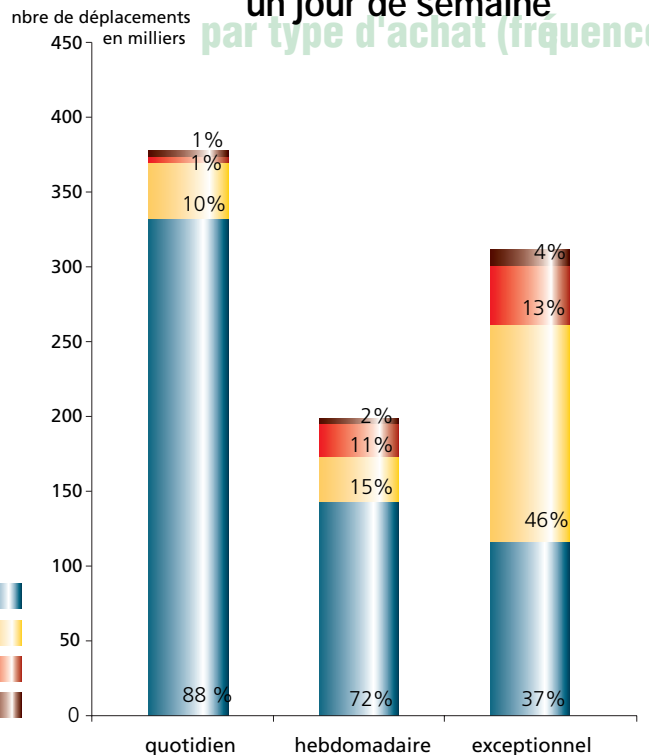
Moins de 5 % des déplacements à destination des petits commerces parisiens sont effectués en voiture.

Par rapport aux achats effectués dans le reste de la région, l'enquête montre que les achats à Paris

sont plus souvent effectués chez un petit commerçant ou dans un grand magasin et moins souvent dans un centre commercial ou un hypermarché. En effet, il y a peu de centres commerciaux et d'hypermarchés à l'intérieur du boulevard périphérique et l'implantation de ces derniers y est dissuadée depuis près de 30 ans.

L'utilisation de la voiture varie quant à elle du simple au triple selon le lieu d'achat : 5 % des clients prennent leur voiture pour faire leurs courses chez les petits commerçants parisiens; ils sont environ 15 % à l'utiliser lorsqu'ils se rendent dans un centre commercial ou dans un grand magasin à Paris, où l'offre de stationnement, généralement en souterrain, est plus développée.

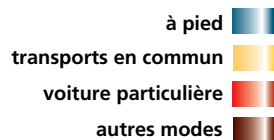
Achat à Paris un jour de semaine



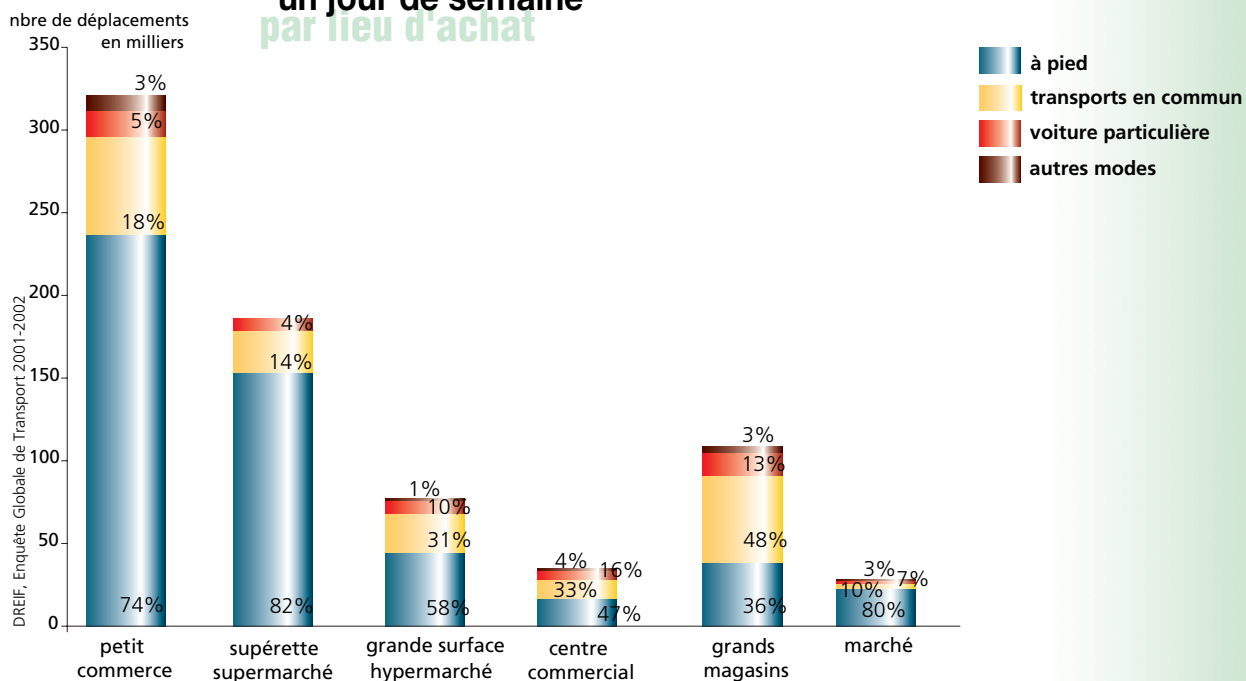
DREIF, Enquête Globale de Transport 2001-2002



RATP - MARGUERITE Bruno



Achat à Paris Mode de déplacement utilisé un jour de semaine par lieu d'achat



Des enquêtes locales confirment ces résultats et les complètent

Ces chiffres globaux sont confirmés dans leurs grandes lignes par les enquêtes de terrain réalisées ces dernières années par l'Apur : en 2002, rue de Rennes, 6^e arrondissement ; en 2003 à Château-Rouge dans le 18^e et sur les boulevards des Maréchaux sud – 13^e, 14^e et 15^e arrondissement – sur le tracé du futur tramway.

Rue de Rennes, 6^e arrondissement

La rue de Rennes est une grande rue commerçante de Paris, avec une FNAC, un Monoprix et une gamme étendue de magasins d'équipement de la personne dont quelques enseignes de haut de gamme.

Les enquêtes réalisées ont montré que l'aire de chalandise de la rue est largement parisienne : 63 à 69 % des clients sont parisiens selon les jours d'enquête et 41 à 45 % habitent les arrondissements riverains. Les clients viennent faire leurs courses en transports en commun (59 % le mardi et 51 % le samedi) ou à pied (32 % le mardi comme le samedi). L'utilisation de la voiture est minoritaire, elle concerne 6 % des clients le mardi et 13 % le samedi.

Et parmi les clients, 59 % se disent prêts à venir plus souvent à l'avenir si des aménagements en faveur des piétons devaient être réalisés sur cette rue très fréquentée. Ce chiffre est à comparer à la perte potentielle des clients-automobilistes, inférieure à 4 % de la clientèle

quel que soit le jour, si venir en voiture devenait plus difficile.

Secteur Château-Rouge, 18^e arrondissement

L'offre commerciale de cette rue est spécifique mais diversifiée : des commerces alimentaires à dominante de produits exotiques, une forte représentation du secteur de la beauté et de l'hygiène : perruquiers, coiffeurs, et des magasins d'équipement de la personne, également ciblés sur les clients d'origine afro-antillaise.

Les enquêtes menées sur le terrain ont montré que l'aire de chalandise est francilienne, avec moins de 44 % de Parisiens le mardi et 52 % le samedi. Les clients viennent principalement en transports en commun (62 % d'entre eux le mardi et 59 % le samedi) ou à pied, 25 % le mardi comme le samedi.

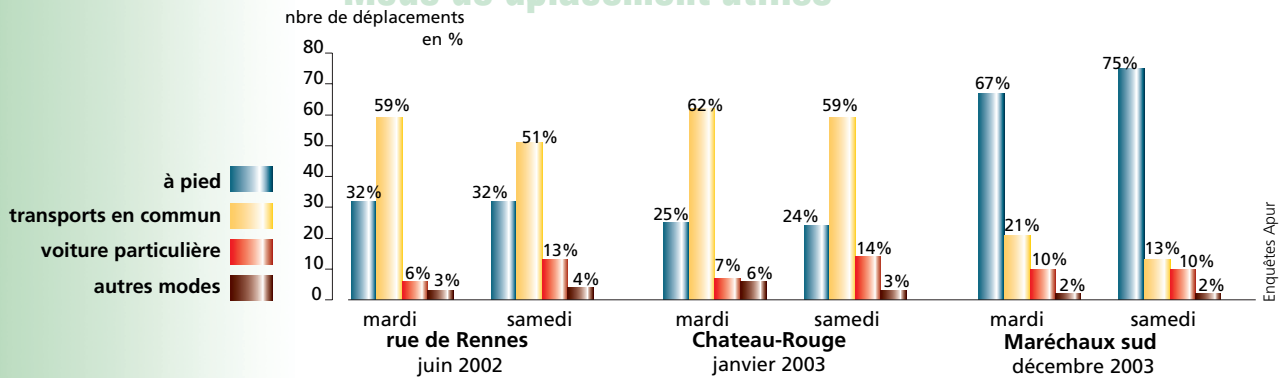
Concernant la voiture particulière, on retrouve un chiffre qui n'est pas tellement éloigné des résultats de l'enquête de la rue de Rennes, elle est utilisée par 7 % des clients un jour de semaine et par 14 % le samedi.

Boulevards des Maréchaux sud, 13^e, 14^e, 15^e arrondissement

Le tissu commercial à dominante locale attire une clientèle parisienne, principalement de quartier : elle

comparaison de trois secteurs d'achats à Paris

Mode de déplacement utilisé



représente 66 % des clients le mardi et 71 % le samedi. La marche à pied est de loin le mode de déplacement le plus courant pour aller faire des achats. Ici, 66 % des clients viennent à pied le mardi et 75 % le samedi. Les autres utilisent les transports en commun (21 % le mardi et 13 % le samedi) ou la voiture: 10 % en moyenne le mardi comme le samedi. Mais l'utilisation de la voiture tombe à moins de 6 % parmi les clients du supermarché, de la boucherie, de la boulangerie ou de la librairie enquêtées; elle atteint ou dépasse 65 % pour le magasin de pièces détachées pour automobile ou le magasin de vente en gros de matériel photo.

En résumé

Les statistiques sont là et les différentes enquêtes qui ont été réalisées vont dans le même sens: d'une manière générale, l'utilisation de la voiture pour faire des courses dans Paris concerne une part réduite de la clientèle totale même si elle est parfois un peu plus élevée le samedi qu'un jour de semaine. L'utilisation de la marche à pied et des transports en commun est toujours largement majoritaire, même si elle diffère localement selon l'aire de chalandise des magasins et de la qualité de desserte en transports en commun.



Références:

- Les comportements d'achat en Ile-de-France dans les Enquêtes Globales de transport, APUR, octobre 2000. A paraître en 2004: les résultats de l'enquête 2001-2002
- Rue de Rennes, Paris 6^e Enquête réalisée auprès des clients en juin 2002, APUR, octobre 2002
- Commerce et espace public à Château Rouge, Éléments pour un diagnostic, APUR, avril 2003 – Étude réalisée pour la SEMAVIP
- Boulevard des Maréchaux sud, Paris 13^e, 14^e, 15^e arrondissements, Enquête réalisée auprès des clients en décembre 2003, APUR, janvier 2004 – Étude réalisée pour la Mission Tramway de la Ville de Paris
- Des parisiens attachés à leurs commerces – Boulevard des Maréchaux sud – Paris 13^e, 14^e, 15^e arr., 4 pages, janvier 2004

L'APUR est une association entre la Ville de Paris, l'État, la Région Ile-de-France, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris, la Caisse d'Allocations Familiales de Paris, la Régie Autonomes des Transports Parisiens, régie par la loi de 1901.

Directeur de la publication: Jean-Baptiste Vaquin. Étude, rédaction et conception: Jean-Baptiste VAQUIN, André-Marie BOURLON et Anne-Marie VILLOT
Contact et vente: APUR/Communication/Service diffusion. 17, boulevard Morland 75004 Paris. Téléphone: 01 42 71 28 14. Prix: 2 €