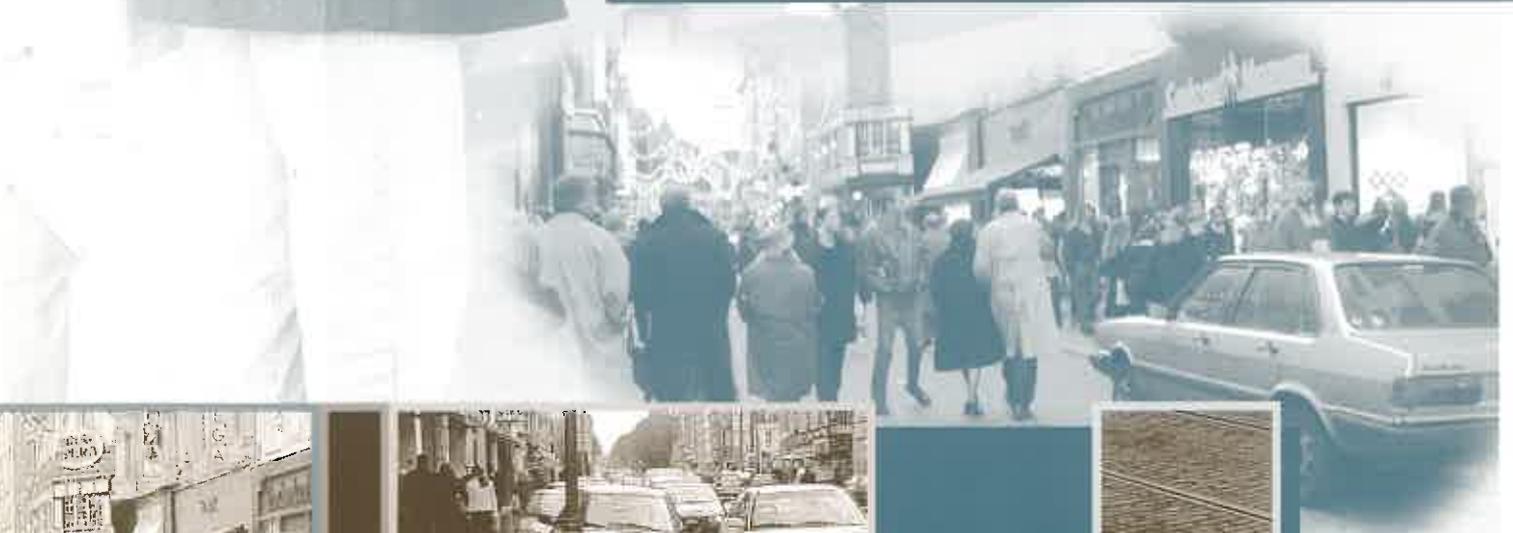


Mobilité et accès aux commerces

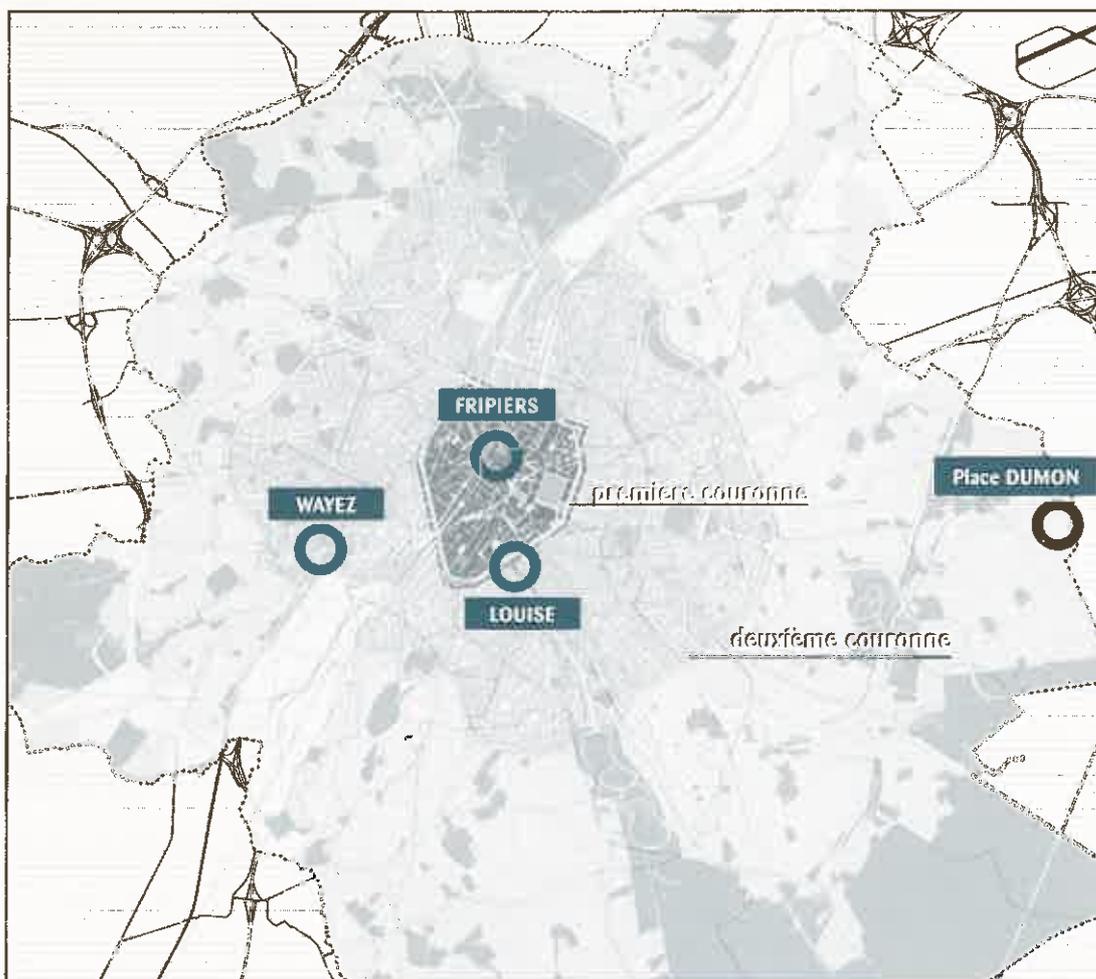


**CONNAISSEZ-VOUS
LES HABITUDES
DE VOS CLIENTS ?**



Enquête en Région bruxelloise

LES QUATRE NOYAUX ETUDIÉS



Les quatre noyaux commerciaux présentent des images contrastées, liées pour une bonne part aux caractéristiques urbaines et socio-économiques des quartiers dans lesquels ils se situent.

Les noyaux Fripiers et Louise ne sont pas clairement délimités. Ils fonctionnent avec les autres commerces du bas ou du haut de la ville. La rue Wayez et la Place Dumon sont par contre clairement identifiables, même s'ils ont des extensions (Place de la Vaillance et Stockel Square respectivement).

Pour les noyaux Fripiers et Louise, les bureaux situés à proximité ainsi que les grands hôtels et lieux touristiques amènent une clientèle que ne connaissent pas les noyaux Wayez et Dumon. Ces derniers drainent surtout une clientèle d'habitants, qui vient régulièrement pour les achats d'alimentation et de biens de commodité. Les noyaux Wayez et Dumon se distinguent entre eux par l'aspect des commerces et les prix des produits, ce qui reflète la différence très nette entre les revenus par habitant de leur clientèle respective.

L'espace public (trottoirs, voies de circulation, mobilier urbain, éclairage, plantations) est en bon état dans les quatre noyaux (avec des nuances toutefois) mais l'aspect des immeubles et des vitrines commerciales varie fort. La rue Wayez présente l'image la moins attrayante, avec son nombre élevé de cellules vides et de commerces de type "bazar".

Les périmètres dans lesquels les enquêtes auprès des clients et des commerçants ont été réalisées sont les suivants:

- Noyau Fripiers: rue des Fripiers (sans les galeries) ainsi que les sections basses de la rue de l'Ecuyer et de la rue Marché-aux-Herbes
- Noyau Louise : le goulet Louise (sans les galeries)
- Noyau Wayez : la rue Wayez, entre le square Vandervelde et la Place de la Vaillance
- Noyau Dumon ; les bords de la Place Dumon (sans la galene).

Mobilité et accès aux commerces

CONNAISSEZ-VOUS LES HABITUDES DE VOS CLIENTS ?

Enquête en Région bruxelloise

Présentation

Comment se déplacent les clients des commerces à Bruxelles ? Combien de temps passent-ils dans un noyau commercial ? Quels modes de transport utilisent-ils et pour quelles raisons ? Comment apprécient-ils le noyau commercial ? Quels sont leurs souhaits principaux ? Le lecteur trouvera dans cette brochure une première réponse à ces questions. Il découvrira également que certaines idées fort répandues ne sont pas fondées, que des décalages existent entre les pratiques des clients et les idées que s'en font les commerçants.

Les résultats présentés dans cette brochure sont issus de deux enquêtes réalisées pour le compte du Ministère de la Région de Bruxelles-Capitale (Administration de l'Équipement et des Déplacements) auprès des clients et des commerçants de quatre noyaux commerciaux bruxellois : rue des Fripiers, goulet Louise, rue Wayez et Place Dumon. Les chargés d'étude étaient les bureaux Espaces-Mobilités et Sonecom.

Les comportements d'achat et les modes de transport ont été observés dans une enquête auprès des clients, au moment où ceux-ci sortaient des commerces. Six cents enquêtes ont été réalisées dans chaque noyau, à la sortie d'un certain nombre de commerces considérés comme représentatifs du noyau.

Une deuxième enquête a été réalisée auprès de 200 commerçants, soit 50 commerçants par noyau, sélectionnés selon certains critères de représentativité.

En diffusant cette brochure, l'objectif de la Région de Bruxelles-Capitale est d'informer le secteur commercial des habitudes des clients de ces quatre quartiers. Même si les résultats ne peuvent être considérés comme entièrement représentatifs de l'ensemble des noyaux commerciaux de la Région, on y trouvera des informations concrètes suffisamment pertinentes pour amener les associations de commerçants à devenir des partenaires actifs de la gestion des déplacements, dans une voie plus conforme aux objectifs de la Région et ... à ce que souhaitent les clients.



R. Delathouwer

Secrétaire d'Etat chargé de la mobilité, de la fonction publique, de la lutte contre l'incendie et de l'aide médicale urgente.



Accessibilité des 4 noyaux

1. Les noyaux commerciaux sont-ils bien accessibles en transport public ?

NOTIONS

Accessibilité : fait référence au temps mis par le client pour atteindre le noyau commercial.

Mesure de l'accessibilité : en prenant le noyau commercial comme point central, on délimite la zone qui peut être atteinte en dix minutes, puis en vingt minutes. Plus cette zone est étendue et répartie équitablement autour du point central, plus l'accessibilité est grande.

Transport public : métro, tram, bus et taxi.

Chaque noyau est desservi par le métro et par une ou plusieurs lignes de tram et de bus.

La palme de la meilleure accessibilité en transport public revient à la **rue des Fripiers**, grâce à sa position centrale, aux deux lignes de métro et à l'axe nord-sud des trams en souterrain. Comparativement, la zone accessible en transport public en moins de 10 minutes est la plus étendue. La zone accessible en moins de 20 minutes englobe toute la première couronne.

Le **goulet Louise** est bien accessible également, grâce au



Goulet Louise



Rue des Fripiers



Rue Wayez



Place Dumon

métro de la petite ceinture et aux lignes de tram en site propre. Sa desserte, cependant, est davantage orientée vers l'est et le sud de la Région.

La **rue Wayez** est accessible depuis la station de métro St Guidon ou encore en tram et en bus. Comme les fréquences de passage sont moins élevées que dans le centre-ville, les

distances que l'on peut atteindre en 10 ou 20 minutes sont moindres. Le noyau est bien relié au centre-ville et la desserte est assez bonne en direction de Molenbeek, mais elle est faible en direction de Forest.

La **place Dumon** est le noyau le moins bien desservi par les transports publics, malgré la présence du métro et du tram,

étant donné les fréquences de passage plus faibles. De plus, la desserte vers Kraainem et Wezembeek est faible, alors que bon nombre de clients proviennent de ces deux communes.

A signaler que les quatre noyaux commerciaux se trouvent à proximité immédiate de stations taxis.



Un tiers
des clients
viennent à pied



2. Les noyaux commerciaux sont-ils bien accessibles en voiture ?

Les noyaux Louise et Fripiers sont plus difficiles d'accès en voiture que les deux autres noyaux, localisés dans la deuxième couronne (voir plan). Les rues sont davantage encombrées par le trafic et le nombre de places de parking est plus limité, en rue du moins puisque les parkings publics offrent de très nombreuses places.

Cependant, un bon accès en voiture n'est pas une condition indispensable au dynamisme commercial ! Le développement des centres piétonniers dans les villes en atteste. Sur les quatre noyaux sondés, le plus accessible en voiture, celui de la rue Wayez, est aussi le moins florissant du point de vue commercial. De nombreux commerces sont vides ou vendent des produits bon marché. L'avenue Louise, en revanche, pas très accessible en voiture, fonctionne bien en raison de la qualité de ses magasins mais aussi de son espace public rénové qui favorise les piétons et les transports publics.

UN BON
ACCÈS
EN VOITURE
N'EST PAS UNE
CONDITION
INDISPENSABLE
AU
DYNAMISME
COMMERCIAL

Conclusion : favorisons les piétons et les transports publics !

3. Quelle est l'influence de la circulation sur l'environnement des noyaux ?

Dans la rue des Fripiers, rue semi-piétonne, les voitures roulent généralement à vitesse réduite, de l'ordre de 30 km/h.

Dans le goulet Louise, le trafic est plutôt lent et souvent congestionné aux extrémités. Une seule catégorie de voitures est ressentie comme un danger par les piétons (clients) : celles qui empruntent le site du tram à vitesse élevée.

Dans la rue Wayez, la circulation est fluide en dehors des heures de pointe. Le trafic permet aux passants de traverser en de nombreuses occasions, même en dehors des passages pour piétons.

En revanche, le piéton peut ressentir une certaine menace liée aux vitesses excessives de certains conducteurs.

A la place Dumon, le trafic est plus important mais se déroule à vitesse réduite. Le plus souvent, le piéton traverse des voies à sens unique, ce qui facilite beaucoup la traversée et augmente le sentiment de sécurité.

Comment les clients se déplacent-ils ?

	Fripiers	Louise	Wayez	Dumon	Moyenne
Transports publics	52,5	37,3	37,9	35,6	41,2%
A pied	25,4	29,0	43,2	29,7	31,4%
Voiture	16,2	31,8	18,2	33,2	24,8%
Autres	4,8	1,9	0,7	1,5	1,7%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

En semaine, le mode de transport le plus utilisé par les clients des quatre noyaux est le transport public. Les clients viennent davantage en métro, bus ou tram qu'en voiture.

Presque un tiers des clients viennent à pied. Pour la rue des Fripiers et la rue Wayez, la proportion de ces clients dépasse celle des automobilistes.

Très peu de clients viennent en taxi (0,3 %) qui est encore perçu comme un mode de transport exceptionnel.

Par temps clément, les cyclistes sillonnent la place Dumon où les râteliers à vélos sont fort utilisés. L'organisation de la circulation, l'aménagement des rues et le contrôle du stationnement créent de bonnes conditions pour la circulation des deux-roues.

Le samedi, la voiture devient le mode de transport le plus utilisé pour aller faire des achats dans le goulet Louise et à la place Dumon. L'usage des transports publics reste dominant dans la rue des Fripiers. L'utilisation des transports

publics est moins importante qu'en semaine sauf dans la rue Wayez. Les déplacements à pied diminuent également. La fréquence des transports publics est réduite et comme les achats se font davantage en famille, les clients sont plus enclins à prendre la voiture (durée du trajet plus courte).





A relever :
les clients sont moins critiques
envers l'accessibilité du noyau
que ce que croient les
commerçants.

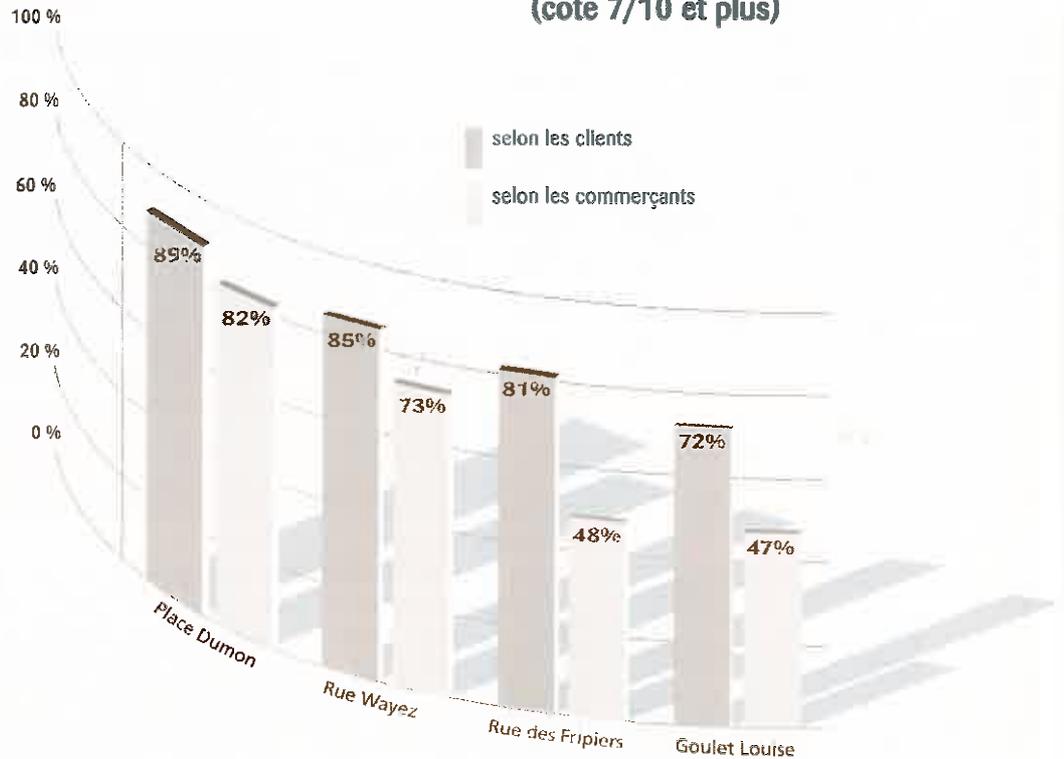


Les clients sont-ils satisfaits de l'accessibilité des noyaux ?

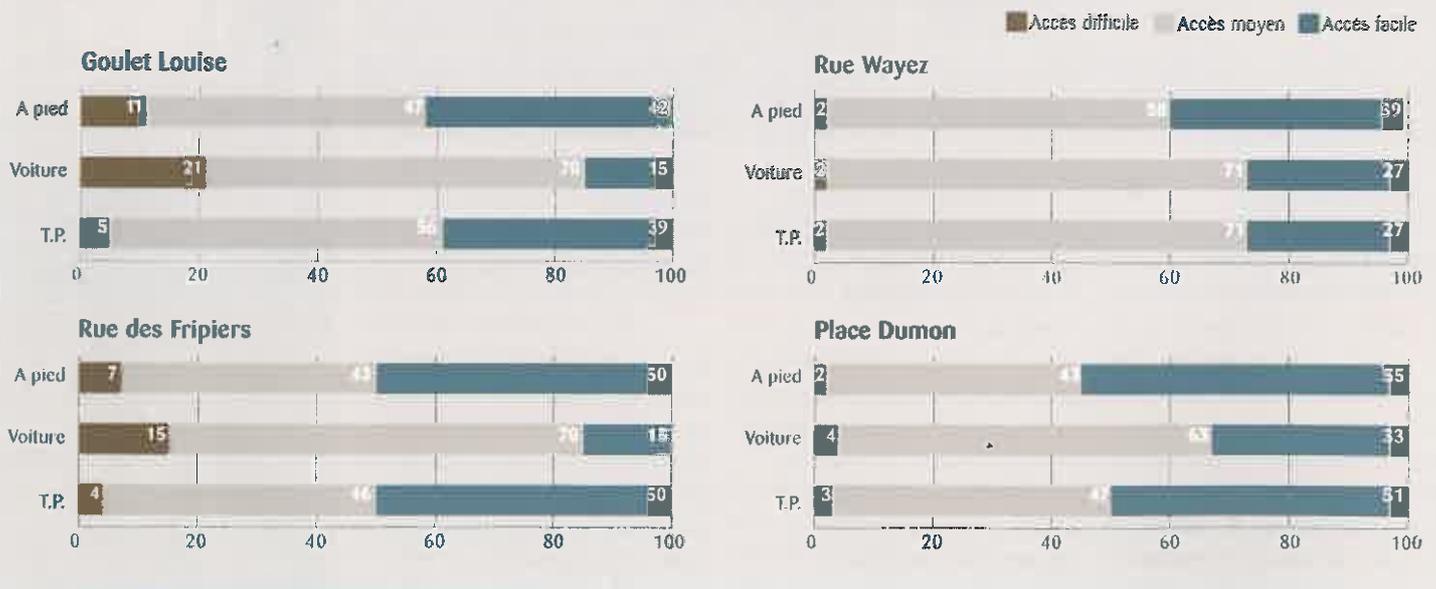
Ce sont les clients qui fréquentent la place Dumon qui sont les plus satisfaits de l'accessibilité (89%), suivis de près par les clients de la rue Wayez (85%), puis par ceux de la rue des Fripiers (81%) et enfin par ceux du goulet Louise (72%).

L'accessibilité des quartiers Fripiers et Louise est moins bien cotée mais, du fait de leur centralité notamment, ces noyaux attirent une clientèle qui vient de plus loin et reste plus longtemps sur place.

Clients satisfaits de l'accessibilité (cote 7/10 et plus)



Les avis des clients sur l'accessibilité varient selon le mode de transport qu'ils utilisent; les plus critiques sont ceux qui viennent en voiture :





Pourquoi les clients viennent-ils dans les noyaux ?

Les motifs les plus souvent évoqués par les clients pour venir dans un quartier déterminé sont, dans l'ordre : la **proximité**, la diversité des commerces, la qualité d'un magasin particulier et le caractère agréable du quartier. La facilité d'accès n'est donc pas déterminante dans le choix du client.

●
**LA FACILITÉ D'ACCÈS
 N'EST PAS
 DÉTERMINANTE
 DANS LE CHOIX
 DU CLIENT**
 ●

Inattendu

37% des commerçants pensent que leurs clients viennent pour la qualité d'un magasin précis, alors que seulement 13 % des clients mentionnent cette raison ; par contre, 45% des clients mentionnent la proximité comme raison principale, alors que cette raison n'est considérée comme décisive que par 29 % des commerçants.

Shopping promenade

Cette promenade ou plutôt ce lèche-vitrines sans intention a priori d'achat est plus important le samedi qu'en semaine. Mais les commerçants sous-estiment nettement l'importance de ce shopping durant la semaine. Cette 'promenade', en effet, est le motif de visite de 30 % des clients des noyaux Dumon et Wayez, davantage encore dans les noyaux Fripiers et Louise. Cependant, seuls 10 % des commerçants du noyau Louise mentionnent ce type de shopping, contre 44 % des clients.



	motifs des visites selon les clients	motifs des visites selon les commerçants
Question de proximité	45 %	29 %
On y trouve de tout	13 %	(non mentionné)
Qualité d'un magasin	13 %	37 %
Quartier agréable	12 %	14 %
Autre	16 %	20 %
Total	100 %	100 %

Shopping "repérage"

Les clients repèrent les articles qu'ils reviendront acheter à l'aise le samedi, souvent en famille. Avec 31% des clients en semaine, ce type de shopping est surtout présent dans le goulet Louise.



À noter :
les clients
qui viennent en voiture
sont ceux qui viennent
le moins souvent



Les achats

1. Types d'achats

Dans le goulet Louise et dans le noyau Dumon, la majorité des clients viennent pour un type de produit déterminé : 69 % des

clients viennent au goulet Louise pour des achats d'habillement; 61 % des clients de la place Dumon pour l'alimentation.

Bien entendu, les clients profitent généralement de l'occasion pour faire d'autres achats.

	Fripiers	Louise	Wayez	Dumon
Alimentation, boissons	30	8	39	61
Habillement, chaussures	55	69	40	19
Tabac (livres, journaux, cigarettes...)	25	13	15	21
HORECA (restaurant, café, snack...)	40	8	12	11
Culture et loisirs	38	6	8	13
Banque, assurance	6	3	5	16
Santé, beauté, soins du corps	22	11	15	16
Electroménager, quincaillerie, bricolage	5	1	6	3
Meubles, décoration	5	3	2	4
Ustensiles de ménage, droguerie	2	1	6	3

NB : Comme un client fait généralement plusieurs achats, les totaux dans ce tableau sont supérieurs à 100 %. Ces résultats concernent les jours de semaine ainsi que le samedi.

3. Poids et volume des achats

En moyenne, 87 % des clients considèrent que leurs achats sont légers et peu volumineux. Dans le noyau de la place Dumon où l'alimentation domine, 25 % des clients seulement pensent que leurs achats sont plutôt lourds et/ou volumineux.

2. Montants des achats

L'enquête auprès des clients indique que les montants des achats sont sensiblement moins élevés dans les noyaux Wayez et Dumon que dans les noyaux Fripiers et Louise et ce, quel que soit le mode de transport utilisé. Dans les noyaux Louise, Wayez et Dumon, ce sont les clients qui viennent en voiture qui dépensent le plus d'argent par visite. Dans la rue des Fripiers, ce sont les piétons.

Il faut noter toutefois que les clients qui viennent en voiture sont ceux qui viennent le moins souvent. Les clients quotidiens ou réguliers viennent davantage à pied ou en transport public. Les clients qui viennent à pied participent de façon importante au chiffre d'affaires des

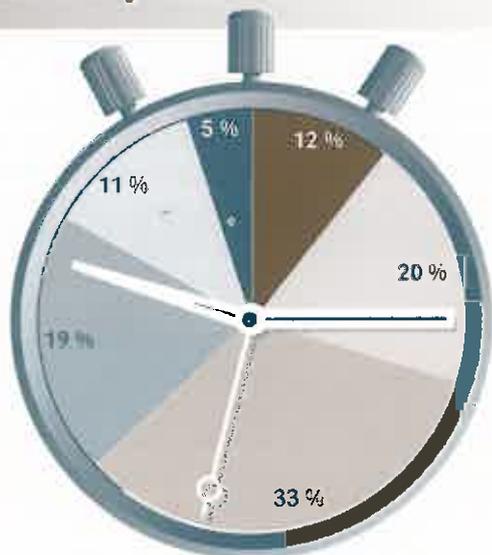
commerces, dans les quatre noyaux. L'importance exacte de chaque mode de transport n'a pas pu être estimée de façon suffisamment fiable, mais une chose est certaine : la **qualité "piétonne" de l'espace public et l'animation constituent une donnée très importante du dynamisme d'un noyau commercial**. Les avis exprimés par les clients sont très clairs à ce sujet : ils se plaignent de l'excès de trafic et expriment des souhaits d'amélioration de l'espace public.



	Fripiers	Louise	Wayez	Dumon	Total
Moins de 500 FB	12	9	24	26	18
Entre 500 et 999 FB	11	4	20	21	14
Entre 1.000 et 2.499	39	26	33	32	33
Entre 2.500 et 4.999	20	24	13	11	17
Entre 5.000 et 7.499	11	16	4	4	9
Entre 7.500 et 9.999	1	2	0	1	1
Plus de 10.000	6	16	3	3	7
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %



Combien de temps le client passe-t-il dans un noyau ?



- Moins de 30 min
- Entre 30 min et 1 heure
- Entre 1 et 2 heures
- Entre 2 et 3 heures
- Plus de 3 heures
- Non répondu

Dans chacun des noyaux, la durée la plus courante des achats est comprise entre 60 et 120 minutes. Le samedi, la durée des achats est plus longue

qu'en semaine. Les clients viennent rarement pour un seul achat et si c'est le cas, cet achat les amène à entrer dans plusieurs magasins.

Les clients aiment-ils faire leurs courses dans ce noyau ?

Les avis portent ici sur l'appréciation globale du quartier, pas seulement sur son accessibilité.

Dans chacun des noyaux et quel que soit le mode de transport utilisé, la majorité des clients apprécie faire ses achats dans ce quartier.

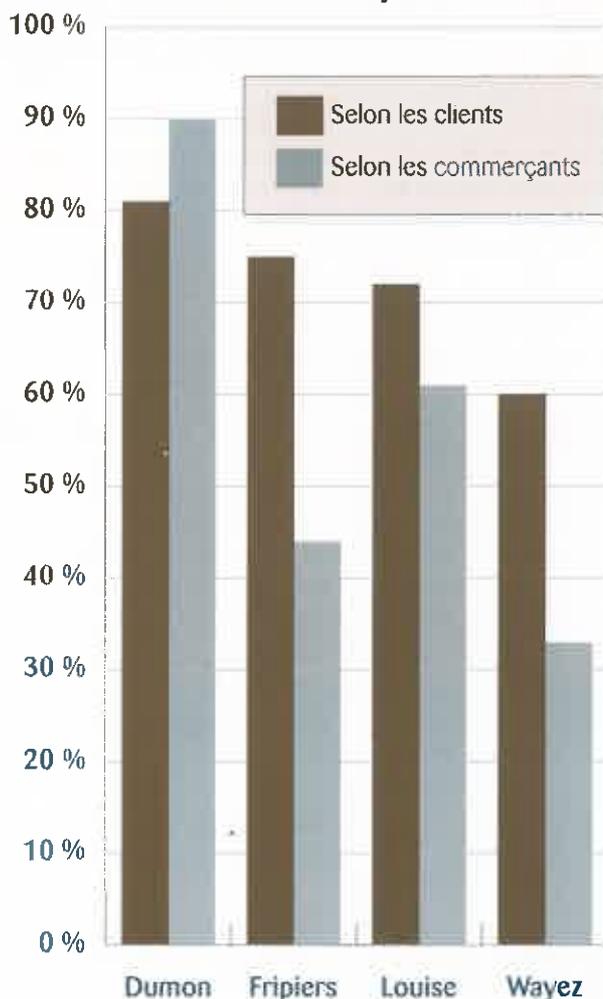
Généralement, les commerçants sont plus sévères que leurs clients. L'écart le plus sensible s'observe à la rue Wayez où 33 % des commerçants seulement pensent que leurs clients sont satisfaits, contre 60 % des clients.

Dans la rue des Fripiers, 56 % des commerçants pensent que

les clients n'aiment pas trop venir faire leurs achats dans leur noyau. Dans le noyau Louise, la majorité des commerçants pense que les clients aiment y venir. Mais l'avis est plus positif encore à la place Dumon où l'enthousiasme des commerçants dépasse d'ailleurs celui des clients : 90 % des commerçants pensent que leur quartier est fort apprécié par leurs clients.

Pour les quatre noyaux, les clients qui apprécient le plus le quartier sont les piétons (ils représentent 31 % des clients), suivis des utilisateurs des transports publics (41 % des clients). Les clients les plus critiques à propos de chaque noyau sont ceux qui viennent en voiture (25 % des clients).

Clients qui apprécient le noyau (cote 7/10 et plus)





Supprimer
les voitures ventouses
permet de quadrupler
le nombre de voitures
qui peuvent se garer

Et le stationnement ?

Tout le monde en parle ! Les clients automobilistes demandent une amélioration des facilités de parking; les utilisateurs des transports

situation très difficile pour les livreurs et provoque des embarras de circulation. Sans compter que les places de parking feraient plaisir à des

et Louise utilisent les parkings publics. Les autres se garent en rue, souvent en infraction. La plupart savent pourtant qu'ils resteront plus d'une heure. Alors pourquoi ne pas aller au parking ? L'allongement du temps global consacré au shopping est minime.

libres (signalisation du nombre de places disponibles dans les parkings). Pour convaincre les automobilistes d'utiliser les parkings, les opérations-charme des commerçants sont efficaces, comme le remboursement d'une partie du ticket, par exemple.

Il faut aussi "faire tourner" le stationnement en rue pour que ceux qui n'ont qu'une petite course à faire (shop & go) puissent trouver une place tout près de leur destination.

L'amélioration de la sécurité et du confort des parkings publics est très importante, de même que le guidage efficace des conducteurs vers les places

À savoir :

La grande majorité des commerçants (sauf dans le noyau Fripiers) surévaluent le nombre de clients qui viennent en voiture.

Proportion des commerçants qui :	Louise	Dumon	Wayez	Fripiers
Sous-évaluent	0%	0%	0%	2%
Estiment bien	20%	16%	43%	44%
Surévaluent	76%	84%	55%	44%
Non répondu	4%	0%	2%	10%

En revanche, les commerçants ont tendance à sous-évaluer le nombre de clients qui viennent en transport public.

Proportion des commerçants qui :	Louise	Dumon	Wayez	Fripiers
Sous-évaluent	37%	56%	31%	36%
Estiment bien	31%	18%	57%	22%
Surévaluent	16%	2%	8%	34%
Non répondu	16%	24%	40%	8%

Dans les noyaux Louise et Fripiers, les commerçants sous-estiment également le nombre de clients qui viennent à pied.



publics et ceux qui viennent à pied évoquent la gêne du stationnement anarchique et le fait que "les voitures envahissent tout".

Sauf à la rue Wayez où on trouve toujours de la place à proximité des commerces, les conducteurs doivent souvent "tourner en rond" ou avoir beaucoup de chance pour trouver une place sans devoir entrer dans un parking. Dans les noyaux du centre, la moitié des places de parking en voirie sont occupées par des voitures ventouses (stationnées pendant plus de 3 heures). Même les places réservées aux livraisons sont généralement occupées par des voitures ventouses, ce qui rend la

clients qui ont peu de temps pour faire une course... Supprimer les voitures ventouses en limitant la durée de stationnement (avec des contrôles réguliers de la police) permet de quadrupler le nombre de voitures qui peuvent se garer chaque jour devant ou à deux pas des commerces.

Dans les noyaux Louise et Fripiers, les places de stationnement autorisées en voirie sont peu nombreuses par rapport aux places libres dans les parkings publics. Les parkings publics sont sous-utilisés en semaine et ils sont rarement saturés le samedi¹.

Seuls 52 % des clients venus en voiture dans les noyaux Fripiers

¹ La saturation se limite à certains samedis de soldes et des fêtes de fin d'année. A ces moments, l'affluence est telle, en voiture comme en transport public, que des solutions exceptionnelles faciliteraient la vie de chacun : mise en piétonnier de certaines rues, navettes entre des parkings plus éloignés et les commerces, renfort des lignes de la STIB. Pour la mise en œuvre de ces mesures, les associations de commerçants ont un rôle décisif à jouer.

Les clients qui viennent en voiture ne représentent que 15 % des clients quotidiens



Fréquence des visites

Chaque type de commerce induit une certaine fréquence de visites de ses clients : visites quotidiennes ou très fréquentes pour les commerces

de commodité ; visites occasionnelles pour les commerces spécialisés. Comme un noyau commercial rassemble les différents types

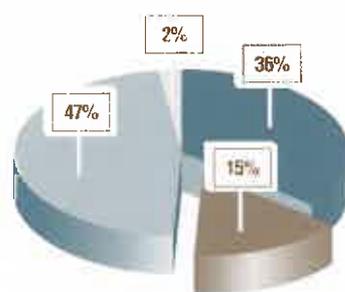
de commerces, la fréquence des visites des clients peut être considérée comme un atout du dynamisme commercial.

Les clients viennent...	Fripiers	Louise	Wayez	Dumon
plusieurs fois par semaine	38	27	51	54
1 à 4 fois par mois	49	51	38	36
2 à 10 fois par an	10	14	9	6
pour la première fois	3	8	2	4
Total	100	100	100	100

La majorité des clients des noyaux Dumon et Wayez vient quotidiennement ou plusieurs fois par semaine. Les visites sont moins fréquentes dans les noyaux Fripiers et Louise mais les clients "quotidiens" y représentent quand même 27 % (Louise) et 38 % (Fripiers) de la clientèle.

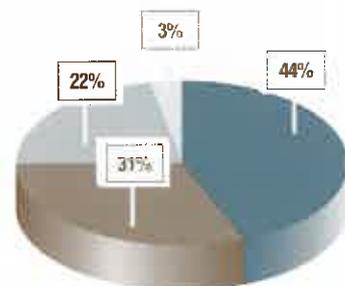
Les clients qui viennent en voiture ne représentent que 15 % des clients quotidiens (quatre noyaux confondus). Ils représentent par contre 40 % des clients occasionnels. Les autres clients viennent à pied ou en transport public.

Clients quotidiens



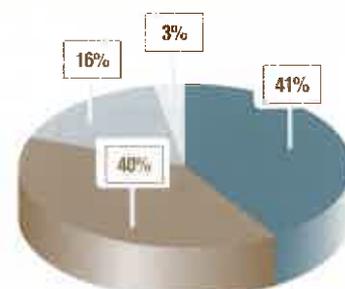
- En transport public
- En voiture
- A pied
- Autres

Clients réguliers



- En transport public
- En voiture
- A pied
- Autres

Clients occasionnels



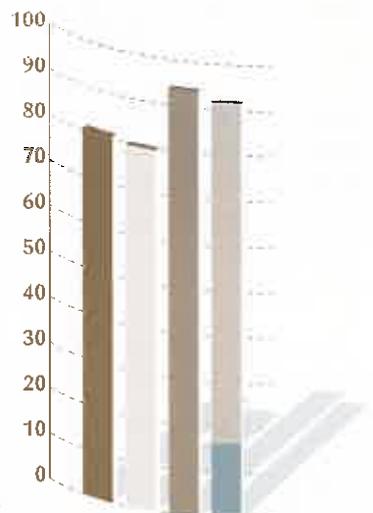
- En transport public
- En voiture
- A pied
- Autres

D'où viennent les clients ?

Dans chacun des noyaux commerciaux, la majorité des clients est domiciliée dans la Région de Bruxelles Capitale (rue Wayez 93 %, place Dumon 74 %, goulet Louise 79 %). La place Dumon se trouvant à la limite de la Région, une partie de sa clientèle de proximité provient du Brabant flamand (les communes de Kraainem et de Wezembek apportent 17 % de la clientèle de la place Dumon).

Si on considère l'endroit d'où les clients partent (et non plus leur domicile) pour venir faire leurs achats, on constate que plus de 80 % de la clientèle des noyaux Fripiers et Louise provient de la Région bruxelloise.

- Fripiers
- Louise
- Rue Wayez
- Dumon
- 17 % des clients de la place Dumon viennent de Kraainem et Wezembek





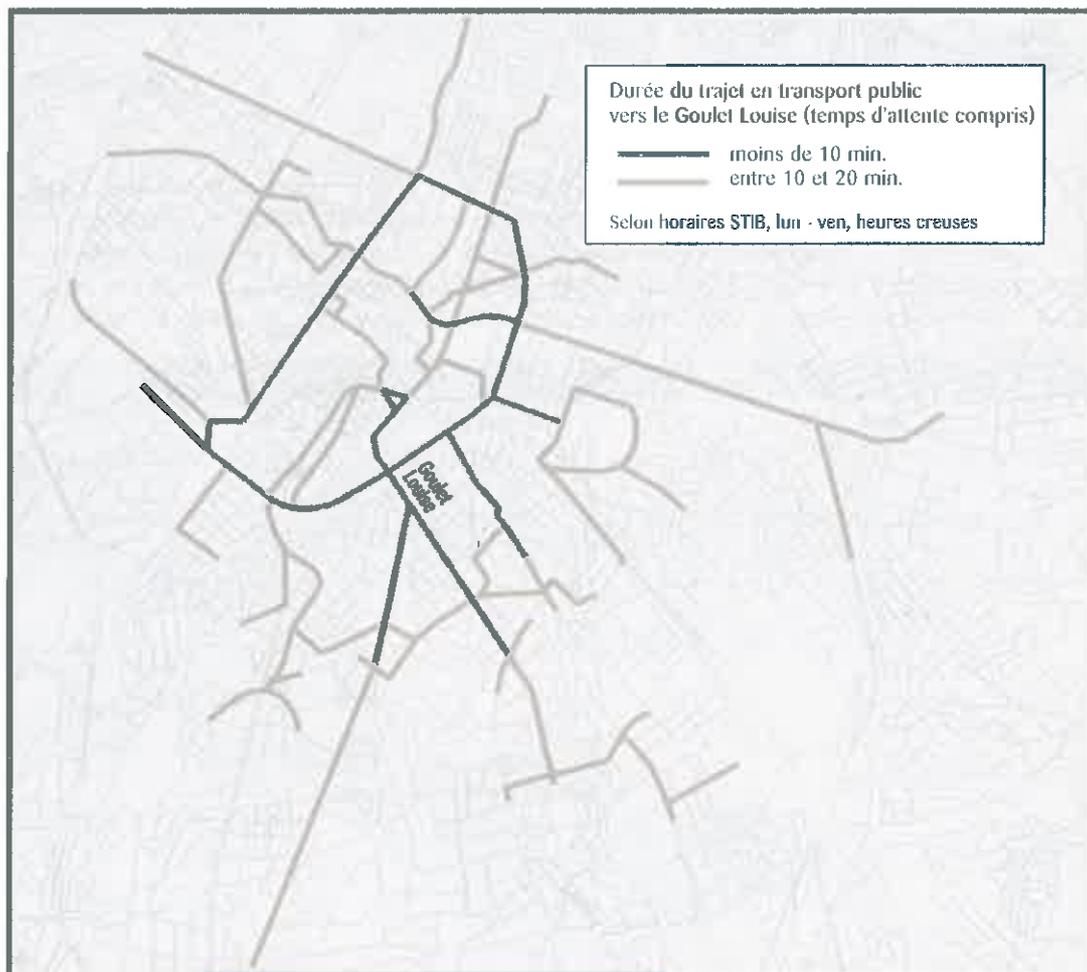
La rapidité est la raison la plus souvent évoquée par les clients pour expliquer le choix de leur mode de transport

La durée du trajet

Dans les noyaux périphériques, la majorité des automobilistes mettent moins de 20 minutes pour se rendre dans le premier magasin visité (temps de stationnement compris), à l'inverse de la situation dans les noyaux centraux où 61 % (Louise) et 76 % (Fripiers) des clients qui viennent en voiture mettent plus de 20 minutes pour atteindre le noyau commercial.

Les usagers des transports publics consacrent plus de temps à leur trajet, mais la différence avec les automobilistes n'est pas flagrante dans les noyaux Fripiers et Louise; elle est par contre plus sensible dans les quartiers périphériques (exemple : à la place Dumon, 53 % des clients en transport public mettent plus de 20 minutes, contre seulement 22 % des automobilistes).

La durée du trajet pour venir dans le noyau a beaucoup d'importance pour les clients. **La rapidité est la raison la plus souvent évoquée par les clients pour expliquer le choix de leur mode de transport, qu'ils viennent en voiture, en transport public ou à pied.**



Chaîne d'activités

En moyenne, pour les quatre noyaux, 37 % des clients viennent de chez eux et regagnent leur domicile juste après leurs achats. Les autres font leurs achats au cours d'une chaîne d'activités comportant travail, école, loisirs.

Le samedi, les clients ne vont pas au travail ni à l'école et la plupart des chaînes de déplacements sont domicile/achats/domicile,

sans se combiner avec d'autres activités de loisirs. C'est dans le goulet Louise que l'on observe la plus forte proportion (16 %) de clients qui viennent du travail (bureaux) et y retournent après leurs achats. Ces clients représentent 27 % de la clientèle sur le temps de midi. Dans la rue des Fripiers, les clients venant du bureau représentent 8 % de la clientèle et 18 % de la clientèle sur le temps de midi.





Il faut
des transports publics
performants et adaptés
aux activités de shopping



Quelques pistes pour attirer le client...

Bruelles, en voiture, n'est pas moins praticable que la plupart des villes européennes de mêmes dimensions. Dans toutes les villes, le centre est peu accessible en voiture, sans compter les centres piétonniers...

La densité du bâti et des activités appelle de nombreux déplacements de personnes et de biens. La qualité historique et architecturale de Bruxelles attire de nombreux visiteurs et mérite, à ce titre, une mise en valeur particulière. Il est également important de maintenir des habitants au centre ; pour ce faire, il faut leur assurer un cadre satisfaisant. Pour ces motifs, les villes choisissent, en complément à l'automobile, d'inciter les personnes à utiliser les modes de transport les plus respectueux de l'environnement urbain et d'investir dans des transports publics de qualité en termes de confort, de propreté, de sécurité et de fréquence.

1. Favoriser les transports publics

Pour attirer les clients vers les noyaux urbains, il est grand temps de développer une stratégie d'accueil qui soit également basée sur les déplacements sans voiture privée, en utilisant les transports publics de grande qualité (dont le taxi), le vélo ou la marche à pied. Il faut des transports publics performants et adaptés aux activités de shop-

ping. Pour atteindre cet objectif, place à l'imagination et à la collaboration entre les associations de commerçants et les pouvoirs publics !

Certains clients viennent en voiture par habitude ou parce qu'ils ne connaissent pas ou ne pensent pas aux autres modes de transport. Une information sur les alternatives existantes leur serait d'une grande utilité.

Le jour de leurs achats, 69 % des clients automobilistes interrogés disposaient d'une alternative de transport pour venir faire leurs courses. Parmi ceux-ci, 82 % affirment qu'ils auraient pu venir en transport public. Mais un tiers de ces clients-là ne connaissent pas les numéros des lignes à utiliser.

Conseils pratiques :

- ◆ mentionner les lignes et le nom de l'arrêt le plus proche sur les sacs et publicités de votre magasin;
- ◆ préparer avec la STIB un folder explicatif sur l'utilisation des transports publics pour atteindre votre noyau commercial¹;
- ◆ offrir un ticket STIB, de la même manière que vous remboursez le ticket de parking²;
- ◆ organiser des actions visant à faire découvrir, à la fois, votre noyau commercial et une manière agréable de s'y rendre. Votre association peut élaborer un projet avec la STIB et d'autres partenaires éventuels.

Tous les commerçants ne connaissent pas les numéros des lignes de transport public et/ou le nom des arrêts ou stations desservant leur noyau : 10 à 20 % d'entre eux (selon les noyaux) ont encore quelque peine à informer leurs clients sur la manière de venir en transport public, par exemple lorsque la voiture est au garage. La voiture indisponible ne doit pas empêcher les clients de venir faire leurs achats. Ce doit être l'occasion de découvrir une autre manière de circuler !

De nombreux clients viennent en transport public : c'est un choix rationnel du point de vue de la ville et leurs critiques doivent être prises en compte. Les bouchons et le stationnement anarchique entravent la progression des bus

et des trams, parfois même sur les sites qui leurs sont réservés. Conséquences pour les clients en transports publics : des temps d'attente imprévisibles aux arrêts et des véhicules bondés. Pour les noyaux commerciaux, l'amélioration du confort des transports publics est un enjeu de taille. En ce sens, les commerçants peuvent développer des actions de promotion et d'accueil des utilisateurs des transports publics.

Des partenariats avec la STIB peuvent s'avérer très profitables.

2. Améliorer l'espace public

La plupart du temps, les clients qui viennent à pied sont des habitants du quartier ou des gens de passage pendant la pause de midi ou après leur travail. Ces piétons apprécient les trottoirs dégagés; ils sont sensibles aux différents "détails" des espaces publics : propreté, mobilier urbain, entretien des immeubles, travaux... ainsi qu'aux éléments d'animation qui renouvellent continuellement l'intérêt de la rue tels que la décoration des vitrines, les éclairages, les promotions, les animations diverses...

¹ La STIB reprend ses horaires sur son site Internet : STIB.irisnet.be Le CD rom Aridisk de la SNCB reprend également les horaires de la STIB et permet de trouver le meilleur itinéraire en transport public.

² La STIB propose des tarifs spéciaux. Pour toute information et partenariat : contacter le service commercial de la STIB, Avenue de la Toison d'Or, 15 à 1050 Bruxelles. Tél. : 02/515 20 76.



Le principal
souhait des clients
porte sur
l'aménagement
de l'espace public



3. Promouvoir le vélo

Les cyclistes, le plus souvent, sont des personnes qui ont découvert l'agrément et la rapidité du vélo en ville : trajet de porte à porte sans embarras de circulation.

Plus il y a de vélos, plus l'agrément du noyau commercial y gagne. Et les villes étrangères, pas seulement aux Pays-Bas, indiquent que 15 à 30 % des clients pourraient venir à vélo. Actuellement, le vélo est surtout perçu comme un outil de loisirs... et le shopping fait partie des loisirs.

Comment attirer les cyclistes dans son noyau commercial ?

- ◆ Faire placer de bons râteliers à vélos (ceux qui permettent de cadenasser le cadre du vélo) à des endroits bien visibles (contrôle social).
- ◆ Faciliter leur circulation dans les rues du quartier, notamment en les autorisant à circuler dans les deux sens dans les rues à sens unique (voyez Etterbeek et Bruxelles-Ville) et aménager des bandes cyclables sur les voies à trafic intense.

Les associations de commerçants peuvent faire pression dans leur commune pour obtenir ces aménagements.

◆ Pour les clients réguliers, organiser une séance vélo avec la collaboration de l'asbl Pro Vélo : la conduite urbaine, les bons réflexes...

◆ Pour promouvoir les achats à vélo : faire une vente

promotionnelle de sacs à dos ou de paniers à fixer sur le vélo.

◆ Organiser une location de vélos avec le marchand du quartier ou l'asbl Pro Vélo.

Connaissez-vous les souhaits de vos clients ?

Pour venir faire leurs courses plus agréablement dans un noyau commercial, les souhaits des clients portent sur :

1. l'aménagement de l'espace public (28 %)
2. l'amélioration de l'accessibilité en voiture, stationnement compris (26 %)
3. l'amélioration de l'accessibilité en transports publics (17 %)
4. l'accueil et l'animation commerciale (17 %)

Selon les commerçants, le souhait principal des clients est

l'amélioration de l'accessibilité... en voiture. Ils semblent ne pas se soucier de l'accessibilité de leur noyau en transport public alors que les clients sont nombreux à les utiliser.

En regardant les chiffres de plus près, il apparaît que les commerçants sous-estiment les difficultés rencontrées par les clients qui viennent en transport public et surestiment les difficultés de ceux qui viennent en voiture.



Adresses utiles :

Administration de l'Équipement et des Déplacements; Direction de la Politique des déplacements

M. T. Duquenne
CCN Rue du Progrès, 80
1030 Bruxelles
Tel : 02 204 19 27
Fax : 02 204 15 10

Cabinet du Secrétaire d'Etat
R. Delathouwer

M. J.-P. Wouters
Avenue Louise, 54
1050 Bruxelles
Tel : 02 517 12 98
Fax : 02 511 54 64

STIB Service commercial

M. F. Molkau
Av. de la Toison d'Or, 15
1050 Bruxelles
Tel : 02 515 20 76
Fax : 02 515 32 55

Chambre de Commerce et d'Industrie de Bruxelles

M. O. Willocx
Av. Louise, 500
1050 Bruxelles
Tel : 02 648 50 02
Fax : 02 640 93 28

Les Vitrites de Bruxelles asbl

Mme Werth
Av. Lacomblé, 29
1030 Bruxelles
Tel : 02 743 83 90
Fax : 02 743 83 95

Pro Vélo asbl

M. Jean-Luc de Wilde
Rue de Londres, 15
1050 Bruxelles
Tel : 02 502 73 55
Fax : 02 502 86 41

Espaces-Mobilités

Rue de Londres, 15
1050 Bruxelles
Tel : 02 513 13 36
Fax : 02 513 14 24

SONECOM

Avenue Albert 1^{er}, 7
1342 Ottignies-Limelette
Tel : 010 41 07 62
Fax : 010 40 13 66