

# Les impacts économiques d'une piétonisation de la Grand-Place de Lille

Etude exploratoire – juin 2007

Anthony COURTOIS – [anthony.cour@hotmail.fr](mailto:anthony.cour@hotmail.fr)

Frédéric HERAN, maître de conférences en économie – [heran@noos.fr](mailto:heran@noos.fr)

CLERSE (centre lillois d'études et de recherches  
sociologiques et économiques) – Université de Lille 1

1. Réflexions générales  
sur la piétonisation

2. Application  
au cas de la Grand-Place

# Les impacts d'une piétonisation sur le commerce

+ de passants

=> – hausse de la valeur des fonds de commerce  
– demande de fonds > à l'offre  
d'où **prix des fonds de commerce surévalués**

=> - de commerces indépendants  
**+ de succursalistes et de franchisés**  
+ de rotation des commerces

=> - de produits banals  
**+ de produits anormaux**

# Les impacts d'une piétonisation sur le commerce

- + de jeunes
- + de personnes âgées
- + de flâneurs

=> **Évolution de la nature des produits proposés**

- + d'achats impulsifs, donc de produits rares, originaux
- + de consommation ludique
- + de produits de moyen de gamme  
et parfois moins de produits de luxe
- + de produits à forte marge bénéficiaire

# Les impacts d'une piétonisation sur le commerce

Évolution  
des types  
de commerces

- ↗ **Équipement de la personne**
  - ↗ vêtements, chaussures, textiles
  - ↗ sports, loisirs, culture
  - santé, beauté
- ↗ **Cafés, restaurants**
  - **Alimentation**
    - ↗ alimentaire spécialisé
    - ↘ alimentaire courant
- ↘ **Équipement de la maison**
- ↘ **Services courants**

# Les impacts d'une piétonisation sur le commerce

Limitation de la circulation automobile

- =>
- moins de produits pondéreux ou encombrants
  - moins de commerces effectuant des livraisons
  - moins d'activités de routine à effectuer rapidement

(source des impacts de la piétonisation sur le commerce :  
Merenne-Schoumaker, 1996)

## Les piétons, de bons clients, particulièrement fidèles

<b>Nombre de visites avec achat par semaine</b>	<b>2,04</b>	<b>1,25</b>	<b>1,24</b>	<b>0,72</b>
<b>Dépenses par visite (en €)</b>	<b>19,81</b>	<b>19,32</b>	<b>18,01</b>	<b>30,05</b>
<b>Dépenses par semaine (en €)</b>	<b>40,39</b>	<b>24,35</b>	<b>22,36</b>	<b>21,65</b>
	<b>Piétons</b>	<b>Cyclistes</b>	<b>Usagers des TC</b>	<b>Automobilistes</b>

Par visite, l'automobiliste dépense plus que les autres usagers  
Mais par semaine, il dépense moins que les autres usagers  
Car les automobilistes sont des clients « volages »  
alors que les piétons sont des clients très fidèles (« captifs »)  
(source : Héran, 2003 et diverses enquêtes à l'étranger)

# Les conditions de réussite d'un secteur piétonnier

## Une **bonne accessibilité**

- bonne desserte en transports publics
- nombreux parkings alentour
- espaces piétons agréables

## Des **espaces publics de qualité**

matériaux, éclairage, bâtiments ravalés...

## Une **offre commerciale adaptée à la piétonisation**

## Un **appui des pouvoirs publics**

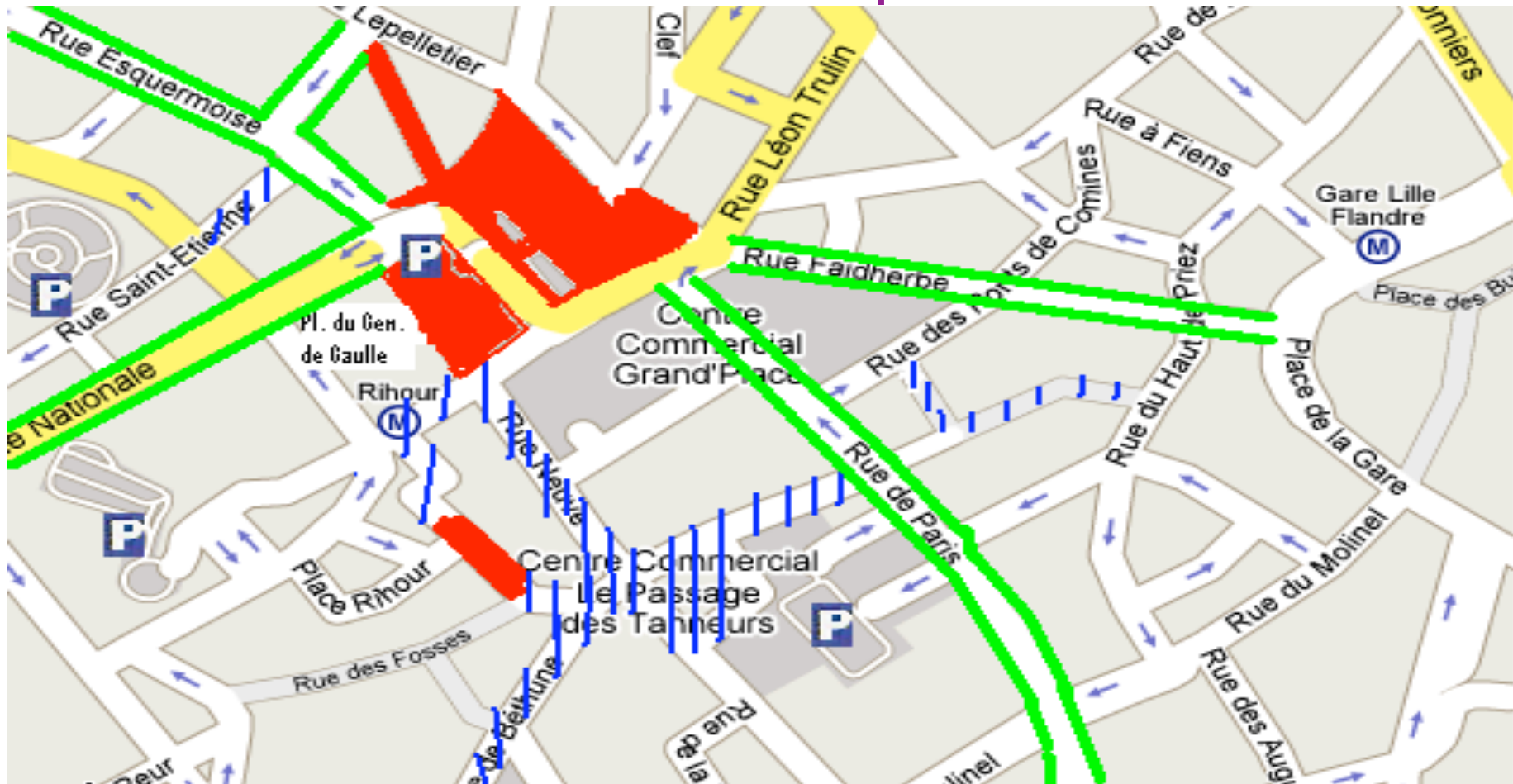
- communication, animations culturelles et ludiques,
- sécurité, propreté,
- politique de déplacement cohérente :  
limitation et gestion du trafic, livraisons...



1. Réflexions générales  
sur la piétonisation

2. Application  
au cas de la Grand-Place

# Déjà 30 ans d'aménagements en faveur des piétons



Voies piétonnes depuis 1989



Voies piétonnes avant 1989



Rues aux trottoirs élargis depuis 1989

# Déjà 30 ans d'aménagements en faveur des piétons

**Objectif :** rendre plus attractif le centre-ville  
et favoriser la flânerie et le shopping

1974 : piétonisation de la rue Neuve,  
puis des rues de Béthune et du Sec-Arembault

1989 : construction du parking souterrain  
et piétonisation partielle de la Grand-Place

1992 : semi-piétonisation de la rue Esquermoise  
et de la rue du Curé Saint-Etienne

1999 : piétonisation de la Place du Théâtre  
et réduction de la largeur de la chaussée Grand-Place

2003 : transformation de la rue Faidherbe : suppression  
du stationnement et réduction de la chaussée à 2 files

**Succès incontestable pour le commerce et le tourisme**

# La desserte de la Grand-Place

## Très bonne desserte en transport public

- station de métro « Rihour » : 14 000 entrants / jour
- gare de Lille Flandres à 400 m  
avec accès très agréable par la rue Faidherbe rénovée

## Offre de stationnement importante

- parking Opéra (540 places)
  - parking Tanneurs (600 places)
  - parking Nouveau Siècle (740 places)
  - parking Rihour-Printemps (300 places)
  - parking Grand-Place (342 places)
- = 2522 places  
de parking  
dans un rayon  
de 300 mètres

## Les modes d'accès à la Grand-Place

Avec quel moyen de transport êtes-vous venu sur la Gd-Pl. ?

Marche	48 %
Transports publics	32 %
Voiture	14 %
Vélo	6 %
Deux-roues motor.	0 %

Quel mode de transport utiliserez-vous pour repartir ?

Marche	60 %
Transports publics	23 %
Voiture	11 %
Vélo	6 %
Deux-roues motor.	0 %

(source : enquête auprès de 100 piétons entrant sur la Place, interrogés moitié ma ou je de 17 à 19h, moitié sa de 14 à 17h, A. Courtois, 2007)

# Les déplacements sur la Grand-Place

**400 à 500 véhicules par sens à l'heure de pointe**

deux fois moins qu'il y a dix ans

10 à 15 % d'entre eux se rendent au parking souterrain

(sources : comptages concordants de LMCU 2004,  
ADAV 2003 et A. Courtois 2007)

**Moins de 200 véhicules à l'heure de pointe rue Esquermoise**

Moins de 5 % des véhicules se sont garés dans cette rue

(source : comptages A. Courtois 2007, ma ou je, 17-19h)

**9000 piétons entrant sur la Grand-Place aux heures de pointe**

(source : comptages A. Courtois 2007, ma ou je, 17-19h)

**= 20 fois plus de piétons que de voitures**

# La qualité des espaces publics

## Effort important depuis 30 ans

- réfection de nombreuses rues  
limitation de la présence de l'automobile  
élargissement des espaces piétonniers
- végétalisation, éclairage
- continuité des itinéraires : promenade Gares - Citadelle
- ravalement des immeubles : vieille bourse, théâtres...
- animations culturelles : Lille 2004, Lille 3000...
- développement de circuits touristiques

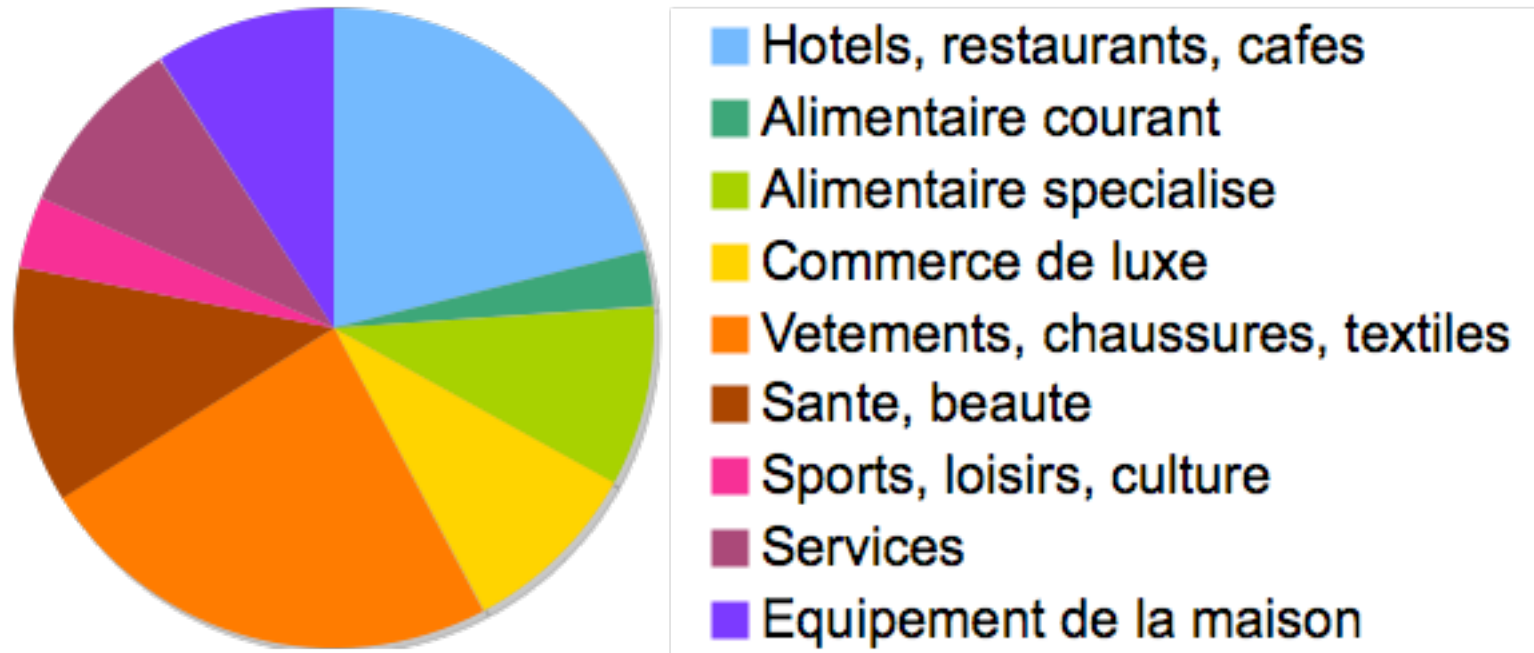
# Une offre commerciale largement adaptée à la piétonisation

Zone  
d'étude  
retenue





# Une offre commerciale largement adaptée à la piétonisation



80 % des magasins situés autour de la Grand-Place  
sont clairement adaptés à la piétonisation

Problèmes possibles seulement pour l'alimentaire courant,  
certains services et l'équipement de la maison

# Une offre commerciale largement adaptée à la piétonisation

Le cas de la rue Esquermoise = secteur sensible

20 % de commerces d'équipement de la maison

=> **Enquête** auprès de 100 clients d'un magasin  
d'ameublement de cette rue, un samedi de 14 à 17 h

Les clients sont venus

- à 57 % en voiture
- à 20 % à pied
- à 20 % en transport en commun
- à 3 % en deux-roues motorisé

Mais aucun client garé dans la rue Esquermoise

Seulement 4 clients garés dans le parking de la Grand-Place

**Plus de 90 % des clients garés à l'extérieur de la zone d'étude**

# L'opinion des usagers de la Grand-Place sur la piétonisation

Etes-vous favorable à la piétonisation de la Grand-Place ?

Assez favorable  
et très favorable

- Piétons entrant sur la Grand-Place 75 %
- Usagers du parking de la Grand-Place  
si les deux accès au parking sont maintenus 60 %
- Usagers du parking de la Grand-Place  
si seul l'accès par la rue Nationale est maintenu 40 %

(source : enquête auprès de 100 piétons entrant sur la Place,  
et 100 usagers du parking, interrogés moitié mardi ou jeudi  
de 17 à 19h, moitié samedi de 14 à 17h, A. Courtois, 2007)

# Conclusions

# Bilan de la situation actuelle

- Piétonisation de l'hypercentre déjà très avancée progressivement étendue depuis 30 ans
  - Commerces déjà bien adaptés à la piétonisation
  - Très bonne desserte en transport public et nombreux parkings : plus de 2500 places à proximité
  - Faible trafic automobile sur la Grand-Place très forte affluence des piétons : 20 fois plus
  - Réduction du transit automobile déjà forte
  - Répartition modale pour accéder à la Grand-Place modes écologiques déjà très majoritaires :  
54 % à pied – 28 % en TC – 6 % à vélo – 12 % en voiture
- => des compléments d'étude pour mieux étayer ces résultats

# Les probables impacts d'une piétonisation de la Grand-Place

Conséquences pour les commerçants, les Lillois, la ville

- un facteur d'attractivité (Grand-Place = lieu symbolique fort)
- un **outil de promotion commerciale et touristique**
- une coupure moindre entre l'hypercentre et le Vieux Lille
- une chance pour les commerçants, les Lillois et la ville

Conséquences pour le trafic

- un report de trafic assez faible, mais à étudier
- une **meilleure accessibilité des parkings de l'hypercentre**  
car accès débarrassés du transit et de la congestion

Un **bilan économique a priori très favorable**

## Quelques questions à trancher

- Maintenir le transit par les rues Nationale et Esquermoise ?
- Maintenir les deux accès au parking de la Grand-Place ou seulement l'accès côté rue Nationale ?
- Déplacer rue des Manneliers l'accès situé au milieu de la place ? Coûteux, mais intéressant...  
(voir le cas de la place Kléber à Strasbourg)
- Piétonisation le week-end et pas en semaine ?
- Piétonisation progressive ou rapide ?

Bref, **quelle stratégie adopter ?**  
**quels moyens y consacrer ?**

# Soigner la communication

Rappeler les enjeux environnementaux

- réduire la pollution et les risques pour la santé publique
- réduire l'insécurité routière
- réduire le bruit et l'effet de coupure

Rappeler les enjeux commerciaux et touristiques

- supprimer le transit des véhicules qui congestionnent l'hypercentre sans s'y arrêter
- améliorer l'accessibilité des parkings en voiture notamment pour les commerces de la rue Esquermoise (+ info sur capacité des parkings à l'entrée de l'hypercentre)
- accroître l'attractivité de la ville