

LES DOSSIERS DU RÉSEAU

OCTOBRE 2025

Ville apaisée, ville attractive : le bon marché des modes actifs pour le commerce

© RÉSEAU VÉLO ET MARCHE

Le gouvernement de l'Ontario supprime les pistes cyclables du centre-ville de Toronto et ce sont les commerçants qui réclament leur maintien. À Dieppe, commerçants et habitants créent un collectif pour lutter contre les dégradations commises sur des vélos stationnés. Les temps changent, nombreux sont les exemples de commerçants engagés pour les mobilités actives. Nombreux sont les clients piétons, cyclistes et favorables à un environnement urbain apaisé propice à son attractivité. La piétonnisation de la Place des Héros à Arras s'est accompagnée d'une réduction de la vacance commerciale de 17% à 9%.

Parce que les commerces forment le cœur battant de cette attractivité des centres-villes, l'apaisement des espaces publics devient une nécessité. Réduire la place accordée aux véhicules motorisés, au profit des piétons et des cyclistes,

s'inscrit pleinement dans la volonté de revitaliser nos villes de demain avec des espaces agréables et accueillants. Pourtant, nombreuses sont les villes dont les projets de piétonnisation, les suppressions de stationnement automobiles ou les détournements du trafic motorisé, font face à une opposition, souvent accusés d'être néfastes pour l'activité commerciale.

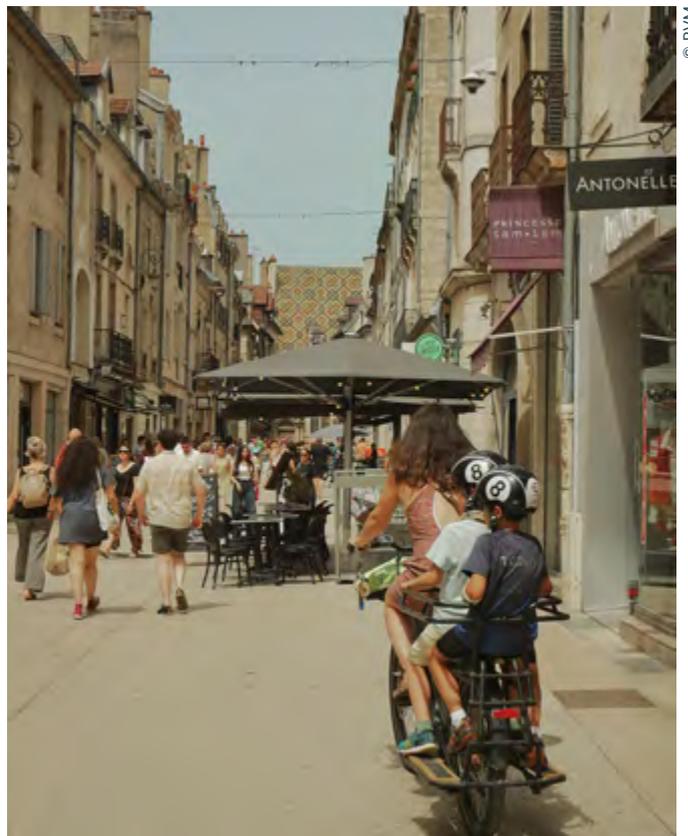
L'avenir de nos centres-villes repose sur une vision globale intégrant les mobilités actives comme piliers de leur dynamisme et le « no parking, no business » doit devenir « no parking, more business » !

**Chrystelle Beurrier et Françoise Rossignol,
co-présidentes du Réseau vélo et marche**

Piétons et cyclistes, alliés des commerçants

Pour rendre un centre-ville attractif, il est essentiel d'aménager des espaces agréables pour les piétons avec végétalisation, bancs et sanitaires ainsi que des itinéraires et du stationnement pour les vélos. Cette volonté passe souvent par un rééquilibrage de la place de la voiture au bénéfice des mobilités actives. Ces aménagements peuvent cristalliser une opposition, notamment commerciale, contre la suppression de places de stationnement, la limitation de la vitesse, la création d'aménagements cyclables ou encore la piétonnisation de certaines rues. Pourtant, ces aménagements impactent positivement le dynamisme commercial.

En France et ailleurs, dans les grandes et les plus petites villes, de nombreuses études démontrent qu'il existe un lien entre l'apaisement de la circulation et la hausse de fréquentation des commerces et la piétonnisation se développe. Par exemple, la ville de Dijon compte 94 000m² de rues piétonnisées. La place des Cordeliers illustre cette transformation et cette tendance : elle connaît une hausse de la fréquentation piétonne, progressant de 130 000 à 170 000 par jour entre 2013 et 2017¹. De plus, ce rééquilibrage de l'espace public est une demande largement partagée par les habitants. Un récent sondage IFOP révèle que 77 % des habitants des grandes villes soutiennent la création de zones piétonnes, 65 % approuvent la limitation à 30 km/h, et 85 % plébiscitent les pistes cyclables². Si ces données sont à nuancer pour les villes plus petites et à mettre au regard du contexte socio-économique de la population, notamment vis-à-vis des situations de dépendance automobile, l'acceptabilité des mesures de réduction de la place de la voiture semble sous-estimée par les élus. Le graphique ci-joint illustre l'écart entre la perception des élus et l'avis du grand public sur le sujet : l'opinion du grand public est largement favorable (72 %) alors que les élus imaginent ce taux près de 3 fois inférieur (27 %).



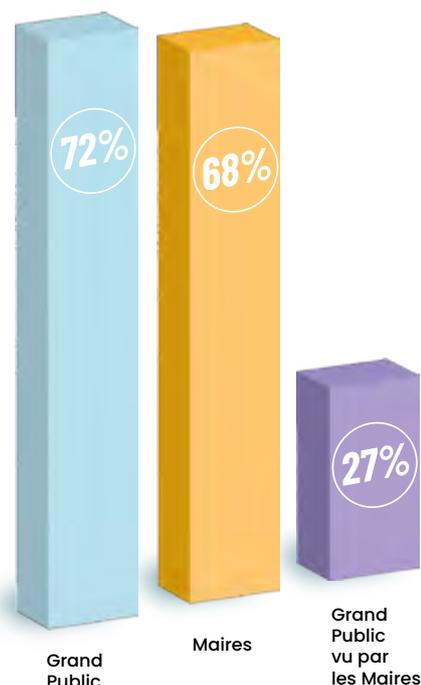
© RVM

Centre-ville de Dijon (21)

Question : A votre avis, faut-il limiter l'usage de la voiture, afin d'améliorer la circulation en ville ?
Il était demandé aux maires d'imaginer l'opinion de leurs administrés sur ce thème.

➔ PLUS DE MOBILITÉS ACTIVES : COUPERET OU LEVIER ÉLECTORAL ?

Selon l'étude de 2024 de l'Ademe sur « Acceptabilité des mesures de réduction de la place de la voiture », les questions de mobilité et de réduction de la place de la voiture en ville sont devenues un levier électoral central. Lors des élections municipales de 2020, les programmes des candidats dans les 11 plus grandes villes françaises reflétaient cette tendance, avec 83% des propositions en matière de transport mettant en avant la diminution de l'usage de l'automobile. Les maires élus avaient intégré, en moyenne, 3 à 4 mesures restrictives à leur programme, soit 1,10 mesure de plus en moyenne que leurs adversaires.



Source : Acceptabilité des mesures de réduction de la place de la voiture, ADEME, 2024

1 Acceptabilité des mesures de réduction de la place de la voiture, ADEME, 2024

2 Pistes cyclables, stationnement, circulation... Les mesures anti-voitures et la place de l'automobile dans les grandes villes à l'heure du covid, IFOP, 2021

→ CHEZ NOS VOISINS EUROPÉENS ET OUTRE-ATLANTIQUE

- Des recherches menées en Allemagne et au Royaume-Uni montrent que les zones piétonnes enregistrent généralement une augmentation du chiffre d'affaires des commerces, certaines études rapportant des hausses de l'ordre de 10 à 25%¹.
- En Espagne, quatorze villes (petites, moyennes et grandes) ayant mis en œuvre des projets de piétonnisation ont été analysées. Ces projets se sont systématiquement accompagnés d'une augmentation significative du chiffre d'affaires des commerces, avec un effet plus fort encore dans les petites villes². À Séville, les commerçants situés le long des nouvelles pistes cyclables ont constaté une hausse de 10 à 15 % de leur clientèle³.

1 *Impact of pedestrianization and traffic calming on retailing: a review of the evidence from Germany and the UK, 1993.*

2 *Street pedestrianization in urban districts: Economic impacts in Spanish cities, 2022.*

3 *Seville: How a small Spanish city became a cycling hub for all, 2018.*

- Outre Atlantique, le constat est similaire : à New York, les commerces des zones ayant bénéficié d'aménagements cyclables ont vu leurs ventes augmenter, parfois doubler selon les quartiers par rapport au reste de leur arrondissement. À Seattle, dans un quartier commerçant où 12 places de stationnement voiture ont été remplacées par une piste cyclable, les ventes ont même quadruplé⁴.

- Une étude de 2024 réalisée par le bureau de recherche 6t⁵ pour la Ville de Genève montre que 75 % à 80 % des clients habitent en ville et privilégient des modes de transport actifs : la marche est le premier mode utilisé avec 47 % et la part du vélo est de 10 %. L'étude met également en perspective le décalage entre la perception des commerçants et l'usage des clients : ils estiment à 31 % la part de leurs clients en voiture alors qu'ils ne sont que 10 % selon les clients enquêtés.

4 *Bikes lanes good for business, Business Insider, 2024.*

5 *Les modes de transport utilisés par les client·e·s des commerces en ville de Genève, 6t-Bureau, 2024*

L'apaisement et la piétonnisation, des locomotives au bénéfice des commerces

La piétonnisation et l'apaisement de l'espace public apparaissent comme des catalyseurs puissants pour la vitalité commerciale. Les bénéfices de ces politiques, parallèlement au développement des transports en commun pour assurer l'accessibilité de ces espaces sont attestés par toutes les villes et la majorité des commerçants sont témoins de la dynamique permise par l'apaisement du cœur de ville. En créant des espaces de vie et d'activités, davantage végétalisés, ombragés, avec des animations et la possibilité de déambuler sans craintes pour les enfants, ces espaces deviennent plus fréquentés car plus agréables pour les clients et les passants. Les derniers chiffres **9^{ème} Baromètre du centre-ville et des commerces** réalisés en 2024 par Centre-ville en mouvement en témoignent :

67%

des Français considèrent que leur centre-ville doit encore évoluer afin de s'adapter au réchauffement climatique.

35%

considèrent qu'il est prioritaire d'améliorer les infrastructures pour les vélos (pistes cyclables, stationnement sécurisé).

32%

pensent qu'il faudrait limiter la circulation des voitures dans les rues les plus commerçantes.

53%

qu'il faudrait planter davantage d'arbres, de plantes, de fleurs, pour végétaliser le centre-ville.

Les acteurs du commerce et leurs représentants observent également la pertinence de l'apaisement pour l'activité commerciale. En 2019, la Fédération du commerce spécialisé, Procos, a sorti la **3^{ème} édition de son palmarès des centres-villes commerçants les plus dynamiques et attractifs**. Les collectivités citées sont essentiellement des villes avec des grandes zones piétonnes et ayant des politiques cyclables ambitieuses ces dernières années : Clermont-Ferrand, Annecy, Quimper, Lyon, Strasbourg, Amiens...



Centre-ville de Metz (57)

L'acceptabilité auprès des commerçants demande souvent du temps. Pour percevoir pleinement l'efficacité d'un aménagement, il faut bien souvent attendre plusieurs mois ou années. À Metz (57), dès 1962, la première piétonnisation s'est faite à la demande des commerçants pendant la période de Noël sous l'initiative « Le piéton est roi ». Aujourd'hui, de nombreuses associations de commerçants soutiennent le développement des mobilités actives, reconnaissant leur impact positif sur l'activité commerciale.



RESSOURCES POUR ALLER PLUS LOIN SUR LES POLITIQUES FAVORABLES À LA MARCHÉ

Révéler la marche, Un incontournable des politiques de mobilités et d'espace public, Réseau vélo et marche, 2025



→ COGNAC (16) : QUAND LES ACTEURS DU COMMERCE RÉCOMPENSENT UN AMÉNAGEMENT URBAIN

La reconversion de la place Édouard Martell à Cognac représente une approche innovante de la conception de l'espace public, favorisant les déplacements actifs et l'attractivité commerciale. Ce projet, qui a remporté le Trophée Acteurs du Commerce 2024 dans la catégorie « Aménagement d'un espace public », a transformé un ancien carrefour routier en une zone paisible destinée aux piétons et aux cyclistes.

En établissant un circuit commercial reliant divers pôles marchands et en limitant le trafic automobile, la valorisation a restauré la visibilité des commerces locaux. L'aménagement comprend aussi des zones végétalisées, qui contribuent à rehausser le confort et l'expérience de déambulation en centre-ville.



Projet de la place Edouard Martell



Place Edouard Martell

© COGNAC

→ NEVERS (58) : PIÉTONISATION ET VÉGÉTALISATION AU SERVICE DU COMMERCE

À Nevers (58), la transformation du centre-ville illustre comment l'association des mobilités actives et de la végétalisation urbaine peut redynamiser l'attractivité commerciale. La piétonnisation de l'ex-RN7, couplée à la végétalisation des espaces publics (places arborées, pavés verts, plantes grimpantes), a favorisé un cadre plus agréable pour les habitants et visiteurs. Pour renforcer l'accessibilité la ville a également aménagé de nouvelles pistes cyclables et propose une navette gratuite pour se déplacer vers le centre. Ce projet ambitieux a permis de réduire la vacance commerciale et d'augmenter la fréquentation du centre-ville. Les commerçants soutiennent désormais l'extension de la piétonnisation, constatant l'impact positif sur leur activité.



Centre-ville de Nevers (58)

© NEVERS

Des clients au pouvoir d'achat musclé par le vélo et la marche

Comme la piétonnisation, le développement d'aménagements et notamment de stationnement adapté pour les cyclistes, à proximité des zones d'activités et commercial, est facteur d'attractivité pour attirer les clients à deux roues. Contrairement aux idées reçues, les cyclistes sont de précieux clients pour les commerces de proximité :

→ À BORDEAUX MÉTROPOLE

une étude a révélé que les cyclistes dépensent en moyenne 12% de plus par mois que les automobilistes dans les commerces de centre-ville, avec un panier moyen 21% plus élevé que celui des autres consommateurs. Ce phénomène s'explique par la plus grande fréquence des visites en magasin grâce à une meilleure accessibilité des zones commerciales pour les cyclistes¹.



© RVM

Centre-ville de Bordeaux (33)

1 *Bordeaux : quand le vélo dope l'économie locale*, Sud Ouest, 2019

L'étude de référence menée par Frédéric Héran avec la FUB pour l'Ademe³, confirme cette tendance. Elle démontre que les automobilistes ne sont pas les clients les plus « rentables ». Ces derniers dépensent en moyenne 12% de moins qu'un cycliste et 27% de moins qu'un piéton par mois. L'usage des modes actifs favorise ainsi un commerce de proximité, en incitant des achats plus réguliers et en réduisant la dépendance aux grandes surfaces périphériques. Si les paniers des piétons et des cyclistes sont moins fournis, leurs visites sont plus fréquentes.

3 *Commerces de centre-ville et de proximité et modes non motorisés*, Ademe, 2004

→ CHEZ NOS VOISINS EUROPÉENS

- A Madrid, après l'instauration d'une Zone à Faibles émissions (ZFE), une analyse des données de cartes de crédit révèle une augmentation de 8,6 % du montant des achats effectués comparé à 3,3 % pour le reste de la ville¹.
- Les piétons sont aussi des clients fidèles. A Genève, les piétons sont les clients qui dépensent le plus en moyenne, 25% de plus que les automobilistes².

1 *Ça se passe en Europe : Madrid tire profit des restrictions de circulation automobile*, Les Echos, 2019

2 Les modes de transport utilisés par les client-e-s des commerces en ville de Genève, 6t-Bureau, 2024

Si les profils socio-économiques favorisés des cyclistes peuvent expliquer partiellement cette tendance, cet écart peut surtout s'expliquer par le bénéfice relatif (le coût d'opportunité) du renoncement à la mobilité automobile : opter pour le vélo booste mécaniquement le pouvoir d'achat du client. Le poids de la voiture sur le budget des ménages est considérable, estimé selon les études, entre 4000 € et près de 6000 € par an en moyenne, soit 10 à 20 fois plus qu'un vélo selon les modèles et son équipement.

➔ LES CYCLOTOURISTES, DES CLIENTS EN OR

Pour les commerces situés à proximité d'un itinéraire fréquenté par les cyclotouristes, ces derniers forment un flux de clients potentiels à ne pas négliger : un cyclotouriste dépense 24 % de plus que les autres touristes, soit en moyenne 68 € par jour contre 55 €. L'impact économique du tourisme à vélo sur les territoires est particulièrement visible comme pour La Loire à Vélo où l'impact économique du tourisme à vélo a été multiplié par 2 en 5 ans¹.

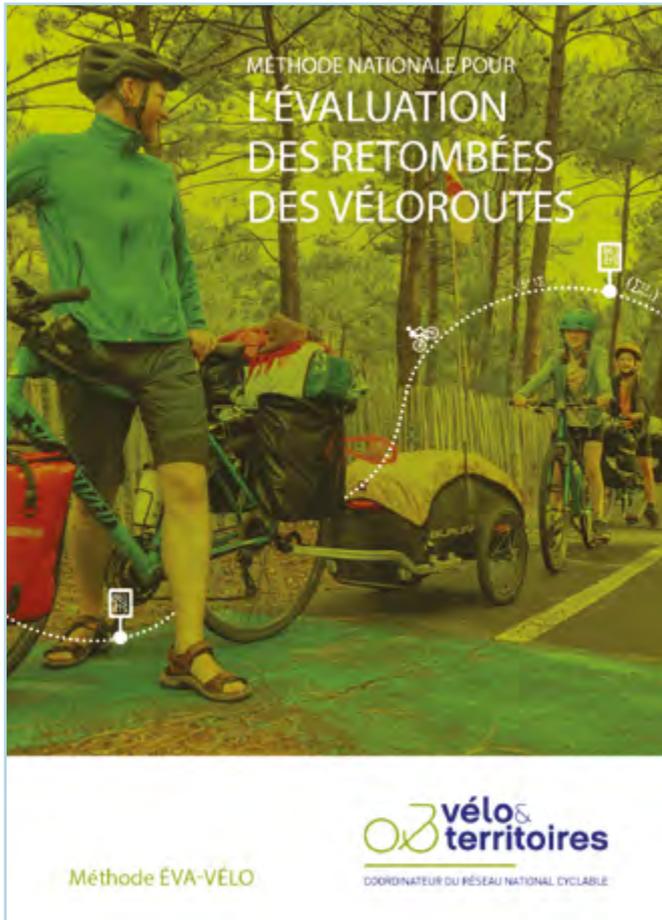
1 *Impact économique et potentiel des usages du vélo en France en 2020*, Ademe, 2020



© RVM

Cyclotouriste à Dôle (39)

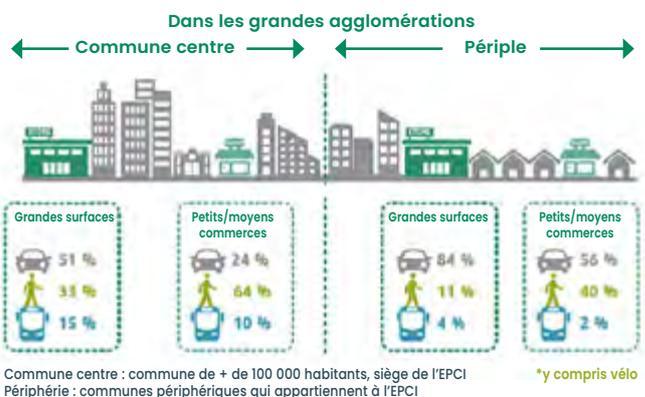
Méthode nationale pour l'évaluation des retombées des véloroutes, Vélo & Territoires, juillet 2021



Commerces de centre-ville et de périphérie : les modes actifs contre le tout-automobile ?

Deux situations commerciales spécifiques se distinguent : les commerces de proximité et les commerces de périphérie. Ces derniers, conçus pour être accessibles principalement en voiture, influencent les représentations de certains commerçants du centre-ville sur la nécessité d'un accès facilité en voiture pour rester compétitifs. Dans le même temps, de plus en plus d'enseignes de périphérie s'adaptent progressivement aux mobilités actives. À titre d'exemple, d'ici fin 2025, Carrefour prévoit l'installation de 5 000 points de recharge pour trottinettes, scooters et vélos électriques sur ses parkings.

Répartition des déplacements à destination des commerces en fonction de leur localisation



Commune centre : commune de + de 100 000 habitants, siège de l'EPCI
Périphérie : communes périphériques qui appartiennent à l'EPCI

SOURCE : CEREMA, 2020

L'attachement français aux commerces de proximité

Depuis la crise du Covid-19, il y a une réelle prise de conscience qui s'accompagne d'une volonté de maintenir et soutenir les commerces de proximité. Depuis le premier confinement, près d'un consommateur sur deux (45%) achète davantage dans les petits commerces de proximité. Cette tendance est aussi constatée par la Confédération Générale de l'Alimentation de Détail (CGAD)⁴ : 72% des Français souhaitent avoir davantage de commerces alimentaires de proximité près de chez eux. C'est particulièrement le cas dans les communes rurales (76%). De plus, 89% des Français considèrent que faire ses achats dans les commerces du centre-ville est un acte citoyen⁵. Il y a donc une tendance générale en faveur des commerces de proximité qui se dessine. Indéniablement, cette recherche de proximité justifie le développement, en parallèle, des mobilités actives et de l'apaisement des centres-villes.

Pour une approche différenciée selon la nature des commerces ?

Les acteurs du commerce de proximité sont confrontés à plusieurs tendances venant bouleverser leur activité (le commerce en ligne, le phénomène de périurbanisation, pouvoir d'achat...). L'opposition fréquente aux projets d'apaisement de la circulation est peut-être le témoignage d'évolutions et de craintes plus structurelles des commerçants. Les commerces de prêt-à-porter sont particulièrement victimes de cette combinaison de facteurs, dont la part est passée de 17,9 % en 2012 à 12,4 % en 2023⁶. La diversité des commerces et la nature de leur emplacement nécessitent des approches différenciées selon les situations. Il faut également admettre l'évolution structurelle des typologies de commerces face aux nouvelles dynamiques d'aménagement en faveur des modes actifs. De fait, la piétonnisation est moins favorable à certains types de commerce (garagiste, ameublement, électroménager) et davantage à d'autres (restauration, épicerie, commerce de bouche). Face aux changements et selon les situations, l'accompagnement de ces commerces pour s'adapter aux évolutions est nécessaire.

4 *Les Français et les commerces de proximité*, CSA pour CGAD, août 2024

5 8^{ème} Baromètre du centre-ville et des commerces, Centre-ville en mouvement, 2023

6 *Baromètre de l'offre commerciale dans les centres-villes*, Codata, Fédération des acteurs du commerce dans les territoires, 2024

→ ÉPINAL (88) : DU MANAGER DU COMMERCE À LA CRÉATION D'UNE MARQUE DE TERRITOIRE, UN ACCOMPAGNEMENT HAUTE-COUTURE

Depuis 2020, Épinal mise sur une approche concertée pour renforcer l'attractivité de son centre-ville. Un gestionnaire de commerce accompagne les professionnels du secteur en facilitant les échanges avec la municipalité et en soutenant les initiatives locales. En 2023, cette collaboration s'est structurée autour d'un plan stratégique élaboré avec un comité de pilotage réunissant 14 commerçants. Cette dynamique a conduit à l'ouverture d'un Bureau du Commerce en novembre, pensé comme un lieu ressource pour accompagner la transition numérique et encourager l'activité économique. En parallèle, la marque « À La Spinalienne » valorise les savoir-faire locaux et contribue à affirmer l'identité commerciale du centre-ville.

Marque « À La Spinalienne »



ÉPINAL

→ POUR ALLER PLUS LOIN

Mobilité vers les commerces de centre-ville : 5 enseignements issus d'une enquête menée à Lille, Mathieu Chassignet, Blog Alternatives économique, 2021

« *No parking, no business* » en centre-ville : un mythe à déconstruire, Mathieu Chassignet, The Conversation, 2024

Commerces de centre-ville et modes actifs : étude sur la perception des commerçants de centre-ville vis-à-vis des aménagements favorables aux modes actifs, Cerema, 2024

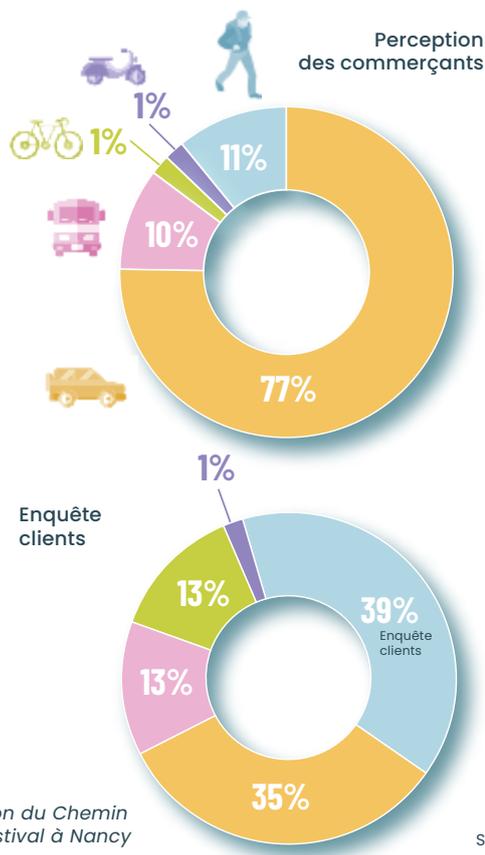
Convaincre les commerçants : quelles craintes, quelles demandes et quelle réalité derrière l'hostilité ?

Malgré les nombreuses études démontrant l'impact positif des mobilités actives sur le commerce, beaucoup de commerçants restent sceptiques et interrogent souvent la transposabilité des bénéfices constatés ailleurs sur leur situation particulière. Comment les collectivités peuvent-elles objectiver les situations et les rendre partenaires de l'apaisement des centres villes et villages ?

L'omniprésente automobile : « No parking, no business »

L'une des principales craintes concerne la perte supposée de clientèle par la réduction du flux automobile. Dans le même temps, les études montrent que les commerçants surestiment largement la part de clients se déplaçant en voiture. Cette représentation semble influencée par leur propre dépendance automobile.

À Nancy, les commerçants pensaient que 77 % de leurs clients venaient en voiture, alors qu'ils n'étaient en réalité que 35 %. Ils sous-estimaient également la part des piétons (11% perçus contre 39% réels) et des cyclistes (1% perçus contre 13% réels)⁷.



7 Étude commandée par la ville de Nancy, SCALEN, 2021

Evaluation du Chemin piéton estival à Nancy

SOURCE : SCALEN, 2021

A Quimper, la ville a également mené une étude similaire révélant qu'environ 30 % personnes présentes dans le centre-ville y sont venus à pied. D'autres villes moyennes constatent même davantage de fréquentation piétonne : à Saint-Omer, ce taux atteint 38 % et 44 % à Cahors.

RESSOURCE

(réservé aux adhérents du Réseau vélo et marche)

Mieux connaître les habitudes des clients

Le Réseau vélo et marche met à disposition des collectivités adhérentes, un questionnaire visant à connaître la mobilité et recueillir rapidement les positions des clients en amont et en aval d'un projet d'aménagement. Testé à Montreuil (93), cet outil a permis de recueillir une centaine de réponses avec une vingtaine d'heure sur le terrain. Ce formulaire est inspiré de ceux développés par Frédéric Héran¹ et Mathieu Chassignet² dans le cadre de leurs recherches.

> [Le formulaire au format PDF](#)

- 1 Annexes, page 73 dans *Commerces de centre-ville et de proximité et modes non motorisés*, Ademe, 2004
- 2 Questionnaire optimisé de Mathieu Chassignet, accessible [ici](#).

Le stationnement, l'opposition majeure et l'angle mort

L'argument du « no parking, no business », slogan de Bernardo Trujillo, homme d'affaires ayant largement participé à l'essor de la grande distribution dans les années 1970 est encore solidement ancré dans les représentations. Inversement, le stationnement vélo apparaît parfois comme l'angle mort dans les propos des commerçants.



1 place de stationnement voiture = **10** places de stationnement vélos

Réduire la circulation et le stationnement n'est pas synonyme d'une réduction de l'accessibilité. Pour garantir ce maintien, plusieurs solutions sont mises en place par les collectivités, adaptées selon leur taille et leurs fréquentations : parkings relais en périphérie du centre-ville ou parking en ouvrage, tarification du stationnement dissuasive en surface et attractive pour les parkings relais ou en ouvrage, ticket de stationnement offert pour les clients de certains commerces, transports en commun et navettes gratuites, stationnements vélos à proximité des commerces, service de location de vélos etc.

DE LA MÉTROPOLE À LA VILLE MOYENNE : LE RENFORT DES NAVETTES GRATUITES

La ville de Rennes (35) a mis en place une navette électrique gratuite et accessible aux personnes à mobilité réduite. Avec un passage toutes les 15 min en moyenne, cette navette permet de se déplacer dans l'ensemble du centre-ville et d'accéder aux principales rues commerçantes, piétonnes.



Circuit de la navette rennaise

Dans le cadre du réaménagement du Port-Luneau lancé en septembre 2024, la ville de La Flèche (72) a mis en place une navette gratuite pour accompagner cette mutation, et prendre en compte les besoins des commerçants et des consommateurs. Le marché hebdomadaire a été réorganisé et une navette gratuite assure la liaison entre les parkings périphériques et le centre-ville. Avec plus de 1000 places de stationnement gratuit à proximité, l'accessibilité reste préservée. L'objectif est de transformer cet espace en grande promenade végétalisée, favorisant les mobilités actives et la convivialité relié directement les bords du Loir au cœur commerçant. Ce projet répond aux attentes exprimées lors des concertations citoyennes.



Port-Luneau réaménagé

L'amélioration de la gestion du stationnement peut également passer par des études spécifiques. À Chartres, une étude menée par la ville sur les plaques d'immatriculation des véhicules stationnés sous une halle a révélé qu'environ 80% des places étaient occupées par les commerçants eux-mêmes, ce qui a permis de piétonner l'espace.

→ MÂCON (71) : L'OBSERVATION CONTRE LE MYTHE DU « NO PARKING, NO BUSINESS »

Une étude flash mise en place à Mâcon, cofinancée par la Banque des Territoires, a montré que 50 % des véhicules stationnés en surface en centre-ville ne bougeaient pas sur de longues périodes. Cette observation a ouvert la voie à une meilleure organisation des places disponibles, notamment via des tarifications incitatives pour les parkings en ouvrage et la création de parking relais avec navettes gratuites vers le centre-ville. Entre 2019 et 2024, une hausse de 10 % du nombre d'entrées dans ces parkings a été constatée. Ce report a permis de faciliter la piétonisation La place aux Herbes et conduit les riverains de l'îlots des minimes à s'opposer à la création de 10 places de stationnements voitures afin de créer un espace vert partagé.



© MACON

îlots des minimes



RESSOURCE

Le financement de services de mobilité durable et logistique urbaine proposé par la Banque des Territoires

→ POUR ALLER PLUS LOIN

Bruxelles : un baromètre pour mieux comprendre les quartiers commerçants

Quels sont les quartiers les plus fréquentés de Bruxelles ? Où les consommateurs dépensent-ils le plus ? Comment viennent-ils ? La dernière édition du **Baromètre des noyaux commerçants** passe à la loupe 54 zones urbaines de la capitale avec une analyse fine nourrie par une cartographie des dynamiques d'achat, de fréquentation par modes et de spécialisation, pensée pour guider commerçants, investisseurs et décideurs publics.

→ D'AVIGNON (39) À POITIERS (86) : VALORISER LES ACTIONS VERTUEUSES

Dans le cadre du « Plan d'action stratégique pour le commerce et l'artisanat », la ville d'Avignon, la CCI Vaucluse, ainsi que la Chambre des métiers et de l'artisanat de la Région Provence Alpes Côte d'Azur ont signé une convention mettant en avant un label « éco-défi » à destination des commerçants. L'une des 6 thématiques est le transport et comprend 3 défis relatifs à l'approvisionnement, à la livraison et au changement de pratique des clients et salariés.



© RVM

Stationnement vélo à proximité des commerces à Avignon -

À Poitiers, l'association Vélotaf a mis en place un classement des commerces « cyclistes-friendly », mettant en avant les magasins offrant des équipements adaptés aux cyclistes. À Nevers, l'association ZigZag travaille en profondeur avec les commerçants pour les encourager à installer des infrastructures de stationnement pour vélos.

Au-delà de la question des mobilités actives, la suppression ou le déplacement de places de stationnement permet de libérer de l'espace au profit des commerces : terrasses, animations, visibilité des vitrines, autant d'éléments qui améliorent l'attractivité d'un espace commercial.



Urbanisme transitoire et expérimentation : éprouver pour pérenniser

L'urbanisme transitoire permet non seulement de garantir une certaine flexibilité dans les aménagements mais aussi de s'autoriser certaines expérimentations plus ambitieuses. L'intérêt de l'urbanisme transitoire réside dans la possibilité d'imaginer plusieurs potentiels aménagements avant d'en pérenniser un. En utilisant du mobilier urbain temporaire, du

marquage au sol ou des modulations de voirie, les villes peuvent ajuster leurs projets en fonction des retours des usagers et des commerçants. L'urbanisme transitoire inclut également les aménagements saisonniers. L'exemple des terrasses estivales positionnées sur les places de stationnement en été est particulièrement saisissant.

→ PARIS (75) : LES « PARKLETS » REMPLACE LES « PARKING »

Mouvement encore mineur avant 2020, les « parklets » ne se comptaient qu'au nombre de 4 à Paris en octobre 2019. Depuis 2021, ce sont 3000 terrasses éphémères qui sont installées entre le 1^{er} avril et le 31 octobre permettant ainsi de prolonger l'espace des commerces dans l'espace public tout en limitant la place accordée à la voiture¹.



© PARIS

Exemple de Parklet

1 *Le « parklet », le mobilier urbain qui s'insère sur les places de stationnement*, Ville de Paris, 2019

Exemple de Parklet

➔ COMMERCES EN SELLE : UN PROGRAMME POUR EXPÉRIMENTER LE STATIONNEMENT ET EMBARQUER LES COMMERÇANTS

L'initiative « **Commerce en selle** » portée par l'association Cycloconsommateur est soutenue par la région Occitanie et l'ANCT. Elle propose aux communes volontaires de s'engager dans une expérimentation avec les commerces de leurs territoires. Concrètement, pendant un an, les collectivités disposent d'arceaux amovibles « arrêt minute » qu'elles mettent à disposition des commerces volontaires pour faciliter l'accès des cyclistes (ce type de stationnement devant les commerces est répandu en Allemagne). Dans le même temps l'expérimentation propose un jeu concours avec 10 000€ de lots à gagner pour les clients des dits-commerces, dont la participation permet de mieux connaître leurs habitudes de mobilité. Parallèlement, les communes ont à disposition un kit de communication pour sensibiliser les commerçants et encourager la mobilité cyclable. La première édition du programme est en cours, les retours d'expérience sont attendus pour l'automne 2025.



→ DE BAYEUX (14) À AVALLON (89) : LES PIÉTONS REGAGNENT LEUR PLACE ESTIVALE

Comme chaque année depuis 2020, dans le cadre du programme « Petites Villes de Demain », Bayeux poursuit la piétonisation printanière et estivale de son centre-ville d'avril à octobre. Des bornes rétractables viennent matérialiser ces espaces et la collecte des déchets s'organise en conséquence. L'objectif reste le même : favoriser les mobilités actives et apaiser l'espace urbain.

De mai à septembre, la Grande Rue d'Avallon est piétonne tous les soirs et week-end. Cette piétonisation estivale est particulièrement appréciée des commerçants de la rue, qui peuvent alors étendre leurs activités sur l'espace public. Cette action temporaire est mise en place depuis 2015 ce qui montre une certaine adhésion de la part des publics concernés.



© AVALLON

Piétonisation estivale à Avallon

Du dialogue au référendum, la clé de la concertation

Réunions publiques d'information, comité de suivi en présence des élus, enquête ciblée, entretiens auprès des publics concernés, ateliers de co-construction ou encore referendum, les collectivités sont engagées pour mettre en place un cadre adapté pour la concertation. Cette étape, est l'une des clés de l'acceptation, si ce n'est de l'adhésion. Elle fait parfois défaut et semble régulièrement sous-estimée ou trop tardive aux yeux des commerçants. Les informer en amont du processus de concertation et les associer étroitement aux projets est conseillé. L'enjeu principal de ce dialogue est d'instaurer un équilibre des positions et des discours. Selon les expériences diverses relevées par les collectivités, il semble productif de joindre les associations de commerçants locaux dans un dialogue avec les associations locales d'usagers du vélo par exemple, ou avec un comité citoyen. Aussi, pour que les commerçants puissent se projeter plus favorablement, il semble bienvenu d'inclure le témoignage de pairs ayant déjà connu des projets similaires et constaté des retombées positives. Par exemple : des commerçants d'une ville ou d'une rue voisine piétonisée depuis quelques années. Plus généralement, dans la présentation du projet, il est conseillé de repositionner le dialogue autour de l'attractivité et pas seulement sur les questions relatives aux aménagements.

➔ LE RÔLE CLÉ DU MANAGER DE CENTRE-VILLE

Le manager de centre-ville joue un rôle essentiel dans la dynamisation du commerce local en assurant un lien constant entre les élus, les commerçants et les habitants. Véritable relais de terrain, il intervient dans l'élaboration et la mise en œuvre des projets d'aménagement en veillant à leur cohérence avec les enjeux urbains : habitat, accessibilité, espaces publics et services. Son action ne se limite pas au seul développement commercial, mais s'inscrit dans une stratégie plus large visant à renforcer l'attractivité du territoire.

L'association Centre-Ville en Mouvement accompagne cette dynamique en fédérant un réseau national de managers et d'élus, favorisant l'échange de bonnes pratiques et la réflexion sur la redynamisation des cœurs de ville. **En savoir plus**

→ CHERBOURG-EN-COTENTIN (50) : MODERNISATION DU CŒUR PIÉTONNIER ET ACCOMPAGNEMENT DES COMMERÇANTS

Depuis le printemps 2023, Cherbourg-en-Cotentin a engagé une importante opération de requalification de son cœur piétonnier, soutenue par un budget de 7 millions d'euros. Ce projet vise à offrir un cadre de vie plus agréable aux habitants tout en donnant un nouvel élan au commerce de centre-ville. Afin d'accompagner au mieux cette phase de travaux, la ville a ouvert un point d'information en plein centre, à proximité des commerces. Cet espace permet à chacun – riverains, commerçants, passants – de s'informer, de poser des questions et de faire part de ses préoccupations tout au long du chantier.



© RVM



© RVM

Point info sur les rues piétonnes à Cherbourg-en-Cotentin

L'une des voies préalable pour conduire la concertation sur des éléments tangibles et propre au territoire concerné est la réalisation d'une enquête de terrain afin d'objectiver une situation et mieux connaître les habitudes, les souhaits et la mobilité des clients. Retrouvez les outils mis à disposition par le Réseau vélo et marche à la page X.

→ CHARLEVILLE-MÉZIÈRES (08) : LE RÉFÉRENDUM POUR CONVAINCRE

Dans le cadre du programme « Action Cœur de Ville », Charleville-Mézières affirme sa volonté de faire du centre-ville un espace plus accueillant, accessible et vivant. Dès 2021, la municipalité a consulté ses habitants à travers un référendum local pour définir les grandes orientations de son schéma des mobilités. L'objectif : faciliter et sécuriser les déplacements des piétons et des cyclistes. Cette dynamique s'est concrétisée en 2024 avec la requalification de la rue de Mantoue, qui a permis d'élargir les zones piétonnes, d'introduire davantage de végétation et de mieux relier cet axe central à la place Ducale. Des bornes rétractables ont été installées pour réguler les accès motorisés, conciliant tranquillité, accessibilité et soutien à l'activité commerciale.



Place Ducale estivale

→ ALLONNES (72) : PRENDRE LE TEMPS POUR S'ADAPTER AU MIEUX

Suite au constat d'un passage trop important et trop rapide des voitures dans le centre, la ville met en place un schéma directeur des mobilités actives. La concertation a été particulièrement développée par la collectivité. Les commerçants concernés ont ainsi pu donner leur avis et leurs idées lors des réunions publiques mais également lors d'entretiens individuels. En effet, au minimum une fois par mois, la commune d'Allonnes consulte les commerçants pour récolter leurs impressions et leurs recommandations sur les aménagements. Cette démarche a permis par la suite de répondre au maximum à leurs besoins et de montrer qu'il est possible de participer pleinement aux actions de requalification du centre-ville et d'en être avantagé.



L'épreuve et la preuve du comptage, mesurer pour convaincre

L'un des arguments fréquemment avancés concerne l'impact sur la fréquentation des commerces et des zones concernées. Les comptages réguliers de piétons et de cyclistes sont

essentiels pour démontrer l'augmentation du flux de visiteurs et leur impact sur le dynamisme économique auprès des commerçants et de la presse locale.

→ DIJON (21) : LA PIÉTONNISATION SOUS L'ŒIL DES COMPTEURS

Depuis 2011, la ville de Dijon s'est dotée d'un système de comptage automatique des piétons afin d'analyser la fréquentation de son centre-ville. Initialement déployés dans le cadre du Fonds d'intervention pour la sauvegarde de l'artisanat et du commerce (FISAC) pour évaluer l'impact des travaux du tramway, ces capteurs constituent un outil essentiel pour mesurer les effets des politiques d'apaisement de la circulation et de piétonisation sur le dynamisme commercial. Il permet également d'évaluer l'impact des événements saisonniers ou d'animations culturelles.

Place François Rude à Dijon



© RVM



RESSOURCE POUR ALLER PLUS LOIN

Comptage piéton (fiche technique), Centre-ville en mouvement, 2021 à l'aide de triporteurs électriques.

La livraison, l'anticipation logistique

Quel que soit le type de commerce, sa position ou sa clientèle, la logistique nécessite souvent la circulation de camions. Cette problématique peut poser problème lorsque l'aménagement ne prend pas correctement en compte cet aspect. Si l'on prend l'exemple de la piétonisation, il y a un vrai travail à faire sur les horaires de livraison et donc sur les horaires auxquels la rue est exclusivement piétonne. Dans certaines situations, la détermination d'une zone de rencontre semblera plus adaptée permettant ainsi d'admettre le piéton comme prioritaire tout en considérant le besoin des commerçants quant à la livraison.

→ LILLE (59) : COHABITER AVEC LA LOGISTIQUE

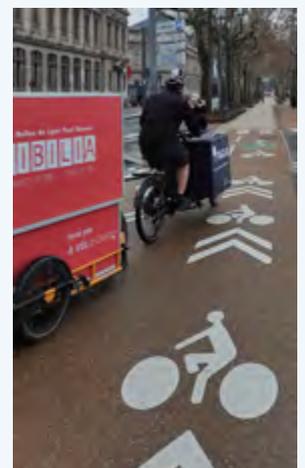
Dans le secteur du Vieux Lille, la piétonisation est hybride. Ainsi, la centre est entièrement piéton les samedis entre 11h et 18h permettant aux livraisons de s'articuler le reste du temps. Depuis mai 2024, la rue de la Clef est devenue définitivement piétonne. Les livraisons des commerces sont alors autorisées tous les jours de 7h à 11h via un système de bornes d'accès.

De plus en plus de villes accompagnent le développement de la cyclo-logistique pour la livraison du dernier kilomètre. Encouragé depuis 2021 par le [plan national pour le développement de la cyclo-logistique](#) et le bonus écologique « vélo cargo » de l'État qui proposait jusqu'à début 2025, une aide à l'achat de 1000€ pour toute personne morale souhaitant faire l'acquisition de ce type de vélo. Ces subventions ainsi que l'économie liées aux dépenses en carburant incitaient certains commerces à se tourner vers ce type de solution de livraison. Les boîtes à vélo, association regroupant les acteurs de la cyclologistique, partage de nombreux retours d'expériences d'entrepreneurs locaux et de collectivités ayant mis en place ces méthodes de livraison.

→ LYON (69) : VERS UNE NOUVELLE LOGISTIQUE URBAINE AVEC LE PROGRAMME COLISACTIV'

Depuis 2021, la Métropole de Lyon s'impose comme un territoire pilote en matière de cyclologistique grâce au programme national ColisActiv'. Quatre ans après son lancement, plus de 2 millions de colis ont été livrés à vélo cargo dans la métropole. Ce dispositif, financé par les certificats d'économie d'énergie (CEE) et porté SOFUB, vise à structurer une alternative durable aux livraisons motorisées.

Mise en images de la cyclo-logistique à Lyon



Cyclo-logistique à Lyon

© RVM

→ PARIS : UNE PLATEFORME CYCLO-LOGISTIQUE

Le groupe Indigo teste un nouveau site de distribution dans son parking Porte de Saint-Cloud. Une expérimentation avec une enseigne de produits frais a eu lieu et un espace permettant la préparation de commandes a été mis à disposition. Ce dispositif permet de livrer en une heure des habitants de Boulogne et du 16^{ème} arrondissement de Paris. Les livraisons sont effectuées à l'aide de triporteurs électriques.

→ POUR ALLER PLUS LOIN

Panorama de la cyclologistique en France et perspectives, Ademe, 2023

Le site du programme CEE Cyclocargologie porté par Les boîtes à vélo

Le site du programme CEE Colis'Activ porté par SOFUB

Guide pour les collectivités : développer les usages professionnels du vélo-cargo sur les territoires, Boîtes à vélo, 2025

Adopter une vision globale en faveur de l'attractivité des centres-villes : une équation complexe

Les commerces sont une composante majeure de l'attractivité des villes. Ce dynamisme commercial est néanmoins une équation complexe dont l'aménagement et l'apaisement de l'espace public font partie mais parmi d'autres données : vacances commerciales, revenu des ménages, dynamique démographique, taux de chômage, polarité avec d'autres agglomérations ou vers des zones commerciales périphériques, typologie des commerces et développement des commerces en ligne, offre touristique, fiscalité... Si les mobilités actives permettent d'inscrire un centre-ville dans une dynamique favorable à sa vitalité et son accessibilité, ces autres facteurs forment autant de données à prendre en compte pour renforcer l'attractivité. 88 % des habitants trouvent que le centre-ville doit être un sujet prioritaire ou important pour les maires. Cette tendance semble s'accroître puisque la vitalité des centres-villes préoccupe 65 % des Français en 2023, contre 58 % en 2022⁸.

Créer des espaces polyvalents garantissant la mixité des usages, telles que des activités culturelles et sociales ou encore des animations temporaires (marchés de Noël, dimanche sans voiture, festivals etc...) participent indirectement à l'attractivité des commerces de proximité en rendant le centre-ville vivant et dynamique. *Le programme « Action Cœur de Ville »* de l'Agence nationale de la cohésion des territoires (ANCT) lancé en 2018 a été plébiscité par 222 territoires, et PVD a également rencontré l'intérêt de 1 600 collectivités. Avec une approche globale, la première génération du programme soutenait la revitalisation des centres-villes, en réduisant notamment le taux de vacance commerciale des villes accompagnées⁹. Ces projets comprenaient souvent une politique d'apaisement et de piétonnisation.

8 7^{ème} baromètre du centre-ville et des commerces, Centre-ville en mouvement, 2022

9 *Baromètre de l'offre commerciale dans les centres-villes*, Codata, Fédération des acteurs du commerce dans les territoires, 2024

→ MANTES-LA-JOLIE (78) : UN PROJET STRUCTURANT POUR LE COMMERCE

Avec l'accompagnement du programme « Action cœur de ville », Mantes-la-Jolie (78) a développé une politique globale pour renforcer l'attractivité de son centre-ville. La ville a misé sur la piétonisation et la valorisation du patrimoine : Le réaménagement de la place Saint-Maclou et la transformation du parking du cinéma CGR en parvis piéton améliorent l'expérience urbaine et dynamisent la fréquentation des commerces. Par ailleurs, la municipalité accompagne cette mutation par une approche concertée incluant un plan marchand structuré, un soutien aux commerçants, ainsi qu'une maîtrise foncière via une foncière commerciale. L'animation « Lueurs de Mantes » et le parcours patrimonial inspiré de la rosace de la Collégiale complètent cette dynamique en attirant visiteurs et habitants. Cette s'inscrit dans le cadre du programme.

© MANTES-LA-JOLIE



Parvis piéton du CGR : Mantes-la-Jolie



Passerelle entre le centre de Mantes-la-Jolie et Limay

→ FOGÈRES (35) : ACTION CŒUR DE VI(LL)E ACTIVE

La rue de la Pinterie, axe emblématique de Fougères, fait l'objet d'un ambitieux projet de requalification visant à renforcer son attractivité commerciale et touristique. Reliant le quartier médiéval au centre-ville haut, le projet prévoit d'améliorer les mobilités actives tout en mettant en valeur les espaces verts comme les jardins de la Pinterie.

Inscrite dans le programme Action Cœur de Ville, cette transformation s'appuie sur une large concertation citoyenne initiée en 2022 à travers des balades urbaines et des ateliers participatifs dont l'objectif est de faciliter les parcours piétons, favoriser l'implantation de commerces.

→ POUR ALLER PLUS LOIN

[Commerce de centre-ville, guide à destination des collectivités territoriales](#), ANCT, avril 2025

[Dynamisation commerciale des petites villes : comment fidéliser les clients de son cœur de ville ?](#), APVF, 2024

[Les guides pratiques Les outils mobilisables pour redynamiser le commerce en centre-ville](#), Banque des territoires, mars 2025

[Observatoire des mobilités dans les villes Action Cœur de Ville](#), ANCT, mars 2024

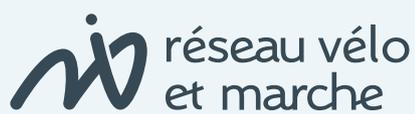
[Commerces de centre-ville et modes actifs : étude sur la perception des commerçants de centre-ville vis-à-vis des aménagements favorables aux modes actifs](#), Cerema, juin 2024

[Mobilités et commerces : quels enseignements des enquêtes déplacements ?](#) Cerema, juin 2020

[Les espaces commerciaux : quels outils pour repenser les périphéries commerciales et revitaliser les centres-villes ?](#), Cerema, mai 2019

[Mobilité vers les commerces de centre-ville : 5 enseignements issus d'une enquête menée à Lille](#), Mathieu Chassignet (Blog Alternatives Economiques, décembre 2021)





Collectivités engagées pour les mobilités actives

09 72 56 85 05
info@reseau-velo-marche.org
www.reseau-velo-marche.org



QUI SOMMES-NOUS ?

Le Réseau vélo et marche, issu de la fusion du Club des villes et territoires cyclables et marchables et de Vélo & Territoires, regroupe plus de 450 collectivités engagées pour les mobilités actives. Ce réseau unique de collectivités œuvre à faire de la marche et du vélo une priorité des politiques publiques et une évidence dans le quotidien des Français. Il fédère et outille des collectivités de toute taille, de la commune à la région et porte leur voix nationalement. Le Réseau vélo et marche anime également un club transpartisan d'élus parlementaires pour intégrer les mobilités actives dans une politique nationale ambitieuse.

La collection des dossiers du Réseau fait l'objet d'un soutien de l'Agence de la transition écologique (ADEME).

Soutenu par



Dossier réalisé par Valentin Joubert,
Réseau vélo et marche