



Conférence Permanente
du Développement
Territorial

Conférence tram et commerce

18 Novembre 2010

1 Cohabitation entre tram et autres TCSP et commerces : avantages et inconvénients

Politiques néerlandaise et allemande
de localisation du commerce : pistes
pour limiter le commerce faisant du tort
au centre-ville et favoriser le recours
aux modes alternatifs à la voiture

Lambotte J.-M. (LEPUR-ULg)



Conférence Permanente
du Développement
Territorial

I. Intro : Quelques chiffres

En 2006 : TEC Liège Verviers = 102 millions de passagers
(soit 48 % trafic wallon)

70 % des 102 millions = trafic interne aggro de Liège

Evolution récente :

Forte croissance du nombre de passagers et des recettes (liées en partie à la montée par l'avant)

Mais, baisse de la vitesse commerciale vu :

- Hausse du trafic automobile peu compensée par une priorisation des bus
 - Montée par l'avant
- ⇒ Achats de nombreux bus pour compenser hausse du trafic et baisse de la vitesse

I. Intro : Quelques chiffres

3

Lignes les + fréquentées à Liège (en 2005) :

- + 7,5 millions de passagers : ligne 4
- De 3 à 4 millions de passagers : lignes 1, 10, 12 et 48
- Lignes de 1,5 à 2 millions de passagers au parcours en partie commun : lignes 2, 3 et 27 ; 5 et 6 ; 70 à 74

Tram = mode de transport habituel dans les villes de + de 200 000 habitants sur les lignes urbaines comprises entre 5 et 10 millions de passagers

II. Avantages du tram "moderne" (modèle Strasbourg)

- + grande capacité : 250 places (1 bus articulé = 150 places)
Heure de pointe : Axe Guillemins - St Lambert proche de la saturation
- grande vitesse commerciale si :
 - site propre (quasi-)intégral (objectif : aller + vite que l'auto)
 - arrêt et plancher du tram = plain pied
 - grde capacité d'accélération/décélération
 - larges portes
 - distance suffisante entre arrêts (500 m / bus : 300 m)

Remarques :

Ces performances peuvent être obtenues avec du bus (BHNS).

Dans bcp de villes, il existe du tram sans ces performances

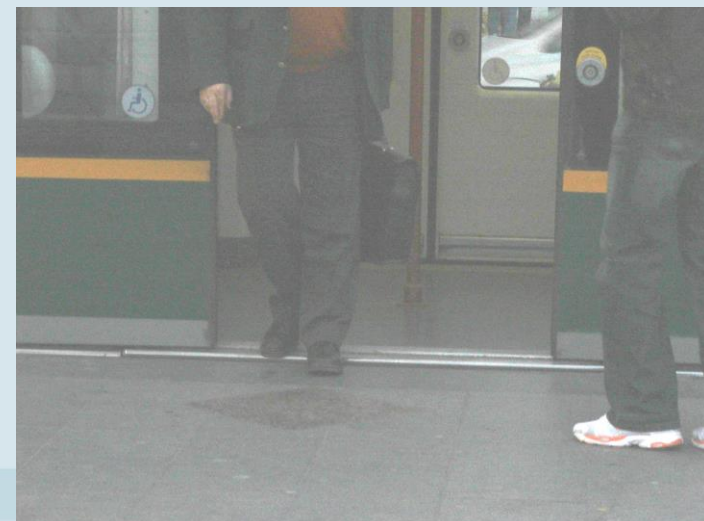
II. Avantages du tram "moderne" (modèle du passé/ modèle Strasbourg)

5

Sans / Avec

Site propre

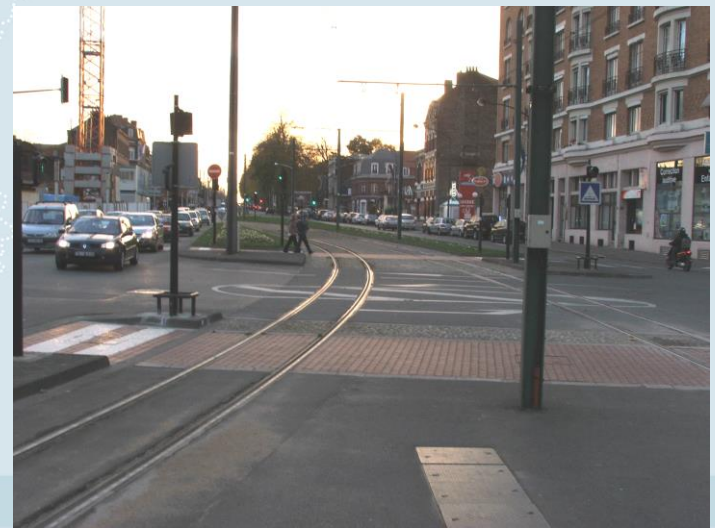
Arrêt et véhicule
de plain pied



III. Inconvénients du tram "moderne"

Tram en site propre : Lille - Roubaix

6



II. Avantages du tram "moderne" (modèle Strasbourg)

7

Arguments secondaires avancés par les partisans :

- Améliore le cadre de vie des riverains :
 - Suppression de rejets de gaz d'échappement
 - Réduction du bruit en ligne droite
- Impact sur l'image de marque de la ville

Attention : Difficile d'évaluer cet impact + il dépend du design des véhicules et de la qualité des aménagements des voiries (liens avec les coûts d'investissement)

- Mode de transport de grande capacité et de grande fréquence : possibilité d'amener + de personnes (clients) au centre-ville (et donc dans les commerces) => Intérêt pour les commerces de produits peu pondéreux (vêtements, chaussures, livres, CD, parfum...), soit l'offre de centre-ville

III. Inconvénients du tram "moderne"

8

- **Coûts d'investissements élevés** : Mise en site propre + aménagements des arrêts + déviation des impétrants + pose des voies et caténaires + achat matériel ferroviaire + aménagement du dépôt + éventuel réaménagement du reste de la chaussée

Qques chiffres : coût moyen : entre 10 et 30 millions € / km

Valenciennes : 310 millions € / 18 km

Charleroi : bouclage : 100 millions € / 12 km

- **Coûts d'exploitation élevés** (matériel + voies et caténaires)
Les voies = à charge des TEC et SRWT alors que les routes empruntées par les bus = à charge du MET et des communes
- **Réorganisation du réseau nécessaire** : limiter le nombre de lignes qui arrivent au centre, rabattre beaucoup de lignes vers le tram avec **rupture de charge pour les lignes moins fréquentées**
=> impact indirect : allongement du temps de déplacement pour certains périurbains sauf si fréquence du tram très élevée ou horaires bus et tram cadencés

III. Inconvénients du tram "moderne"

Pôle d'échange bus + tram à Roubaix

9



III. Inconvénients du tram "moderne"

(suite)

- Pour assurer la priorité aux bus : création de nombreux sites propres et de bandes tram à l'approche de carrefours à feux
- ⇒ réduction de l'espace public disponible pour la voiture (stationnement + voie de circulation)
- ⇒ Impact indirect :
 - localement le long des axes de tram : plainte des riverains voyant des places de stationnement proches supprimer (commerces = activités les + touchées)
 - globalement : renforcement de l'engorgement routier si le report modal est faible

Rem : Liège = contexte peu aisé car les axes principaux passent par des rues étroites et divers goulets d'étranglement (rues commerçantes, ponts...)

III. Balance entre avantage et inconvénients pour le commerce

11

⇒ Impact indirect sur le commerce :

- Variable selon l'existence ou non d'un site propre là où doit passer le tram et de la place disponible
 - Variable selon le type de commerce (++) pour achats semi-courants peu pondéreux, -- pour achats courants et achats semi-courants pondéreux)
- ⇒ Impact possible : modification à moyen termes du type de commerces sur les axes péricentraux desservis par le tram

Problème lié au site propre =

- Suppression de stationnement pour les clients/le commerçant
- Difficultés de livraison lié à la suppression du stationnement
- Eventuelle déviation du flux de voitures

Pour minimiser l'impact négatif :

- Beaucoup communiquer (surtout avant et pdt les travaux)
- Veiller à la rotation du parking + développer le car-sharing
- Limiter l'offre périphérique concurrente au centre-ville

Objectif fixé par le GW :

- Etablir les lignes de force d'1 stratégie régionale des implantations commerciales dans la perspective du développement territorial durable
- Contribuer à l'élaboration d'un Schéma de dévpmt commercial (SRDC)

Contexte :

- Nécessaire transposition de la Directive services pour fin 2009 (critères socio-économiques plus valables)
- Prochaine régionalisation de la compétence

Equipe en charge de l'étude :

Pilote : B. Mérenne-Schoumaker (LEPUR – ULg)

Chercheurs : J.-M. Lambotte + F. Pirart (LEPUR – ULg)

Objectif :

Analyse de la politique relative à la localisation et au dimensionnement du commerce de 6 territoires voisins : Flandre, Pays-Bas, Allemagne, Luxembourg, France et Angleterre

Méthode : 5 dimensions analysées sur base de la littérature :

- stratégies
- législation
- outils et mesures destinées à favoriser la localisation dans les centres urbains/ruraux
- articulation des différentes échelles spatiales (principe de subsidiarité)
- politique à l'égard de la captation/évasion transfrontalière du pouvoir d'achats

2 groupes de pays à distinguer :

- Les pays « latins » (France, Belgique, Luxembourg) :
2 procédures distinctes (socio-économique + urbanisme) + 1 vision stratégique faible
- les pays « nordiques » (rhénan + anglo-saxon) :
1 seule procédure intégrant toutes les dimensions + 1 vision stratégique forte fixée par l'aménagement du territoire liée à l'enjeu d'une mobilité durable

Résultats de la subvention 2008-2009

Expertise 1 : Implantations commerciales

La politique allemande

Bund :

Fixe le cadre global et les objectifs de l'AT

Pour le commerce, objectif = concentration décentralisée
(cf système des places centrales)

A chaque niveau dans la hiérarchie correspond une offre commerciale destinée à la population desservie

- Biens de consommation courante → disponibles dans de multiples polarités y compris des micro-polarités (celles du quartier/du village)
- Biens d'achat semi-courant → disponibles dans de réels noyaux commerçants (gros bourgs et pôles secondaires d'agglomération)
- Biens les + rares & grandes surfaces pour achats semi-courants → disponible seulement au centre des grandes villes et villes régionales



Conférence Permanente
du Développement
Territorial

Résultats de la subvention 2008-2009

Expertise 1 : Implantations commerciales

Spécificités de chaque territoire

Land NRW :

- Impose la délimitation d'aires centrales d'approvisionnement (Prise en compte des alternatives à la voiture)
- Distingue 3 logiques de localisation selon l'assortiment :
 - Commerces d'achats courants dans les aires centrales + ailleurs si petite taille et bonne accessibilité alternative
 - Commerces d'achats semi-courants peu pondéreux dans les aires centrales (obligation)
 - Commerces d'achats semi-courants pondéreux = seuls à pouvoir aller en périphérie
- Détails de mise en œuvre laissés aux régions (niveau supralocal) et communes via 1 document stratégique



Conférence Permanente
du Développement
Territorial

Résultats de la subvention 2008-2009

Expertise 1 : Implantations commerciales

Spécificités de chaque territoire

Niveau régional/local : le Concept du commerce de détail

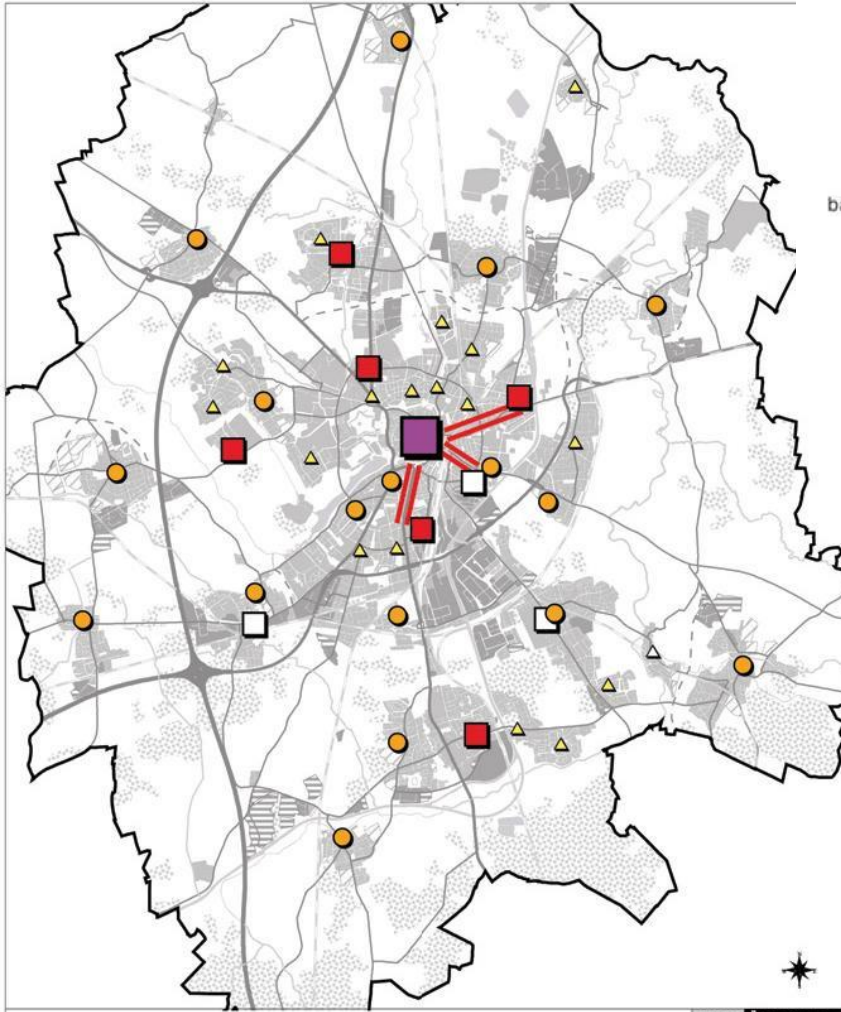
Cf Ville/région d'Aix-la-Chapelle + ville de Münster

Il précise comment respecter 2 grands principes :

- les places centrales
- les courtes distances

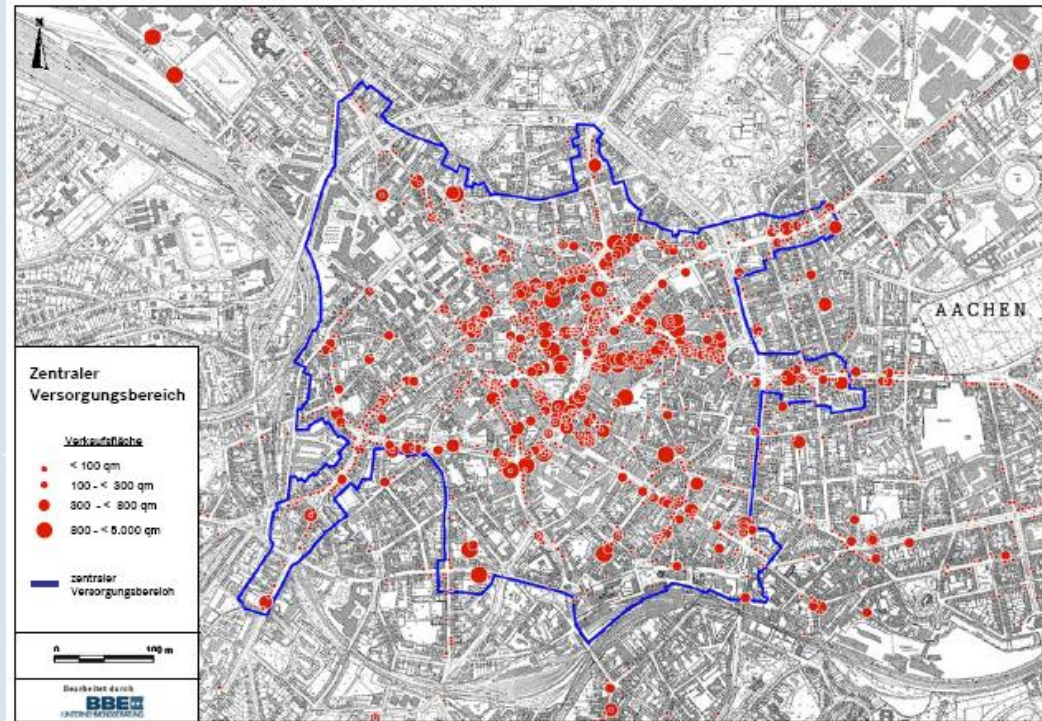
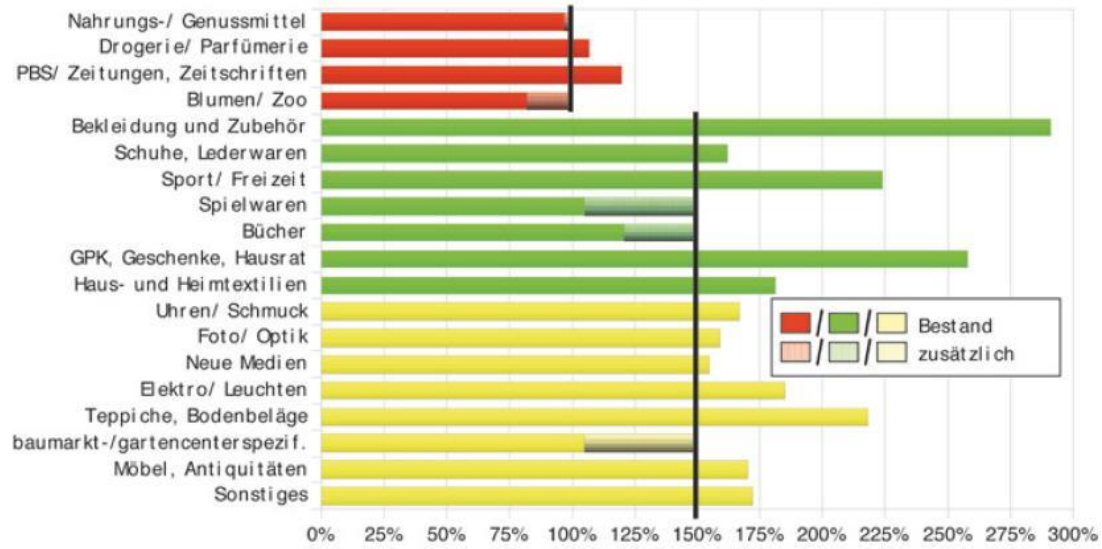
Comment ?

- Délimite et hiérarchise les aires centrales d'approvisionnement
- Liste les biens de consommation courante/semi-courante pondéreux/peu pondéreux
- Analyse offre/demande (monitoring) => au vu du volume de population attirée par chaque centre et de son pouvoir d'achat quel est le potentiel d'achat pour chaque assortiment
- Précise comment s'exerce la tutelle régionale sur les permis délivrés par les communes

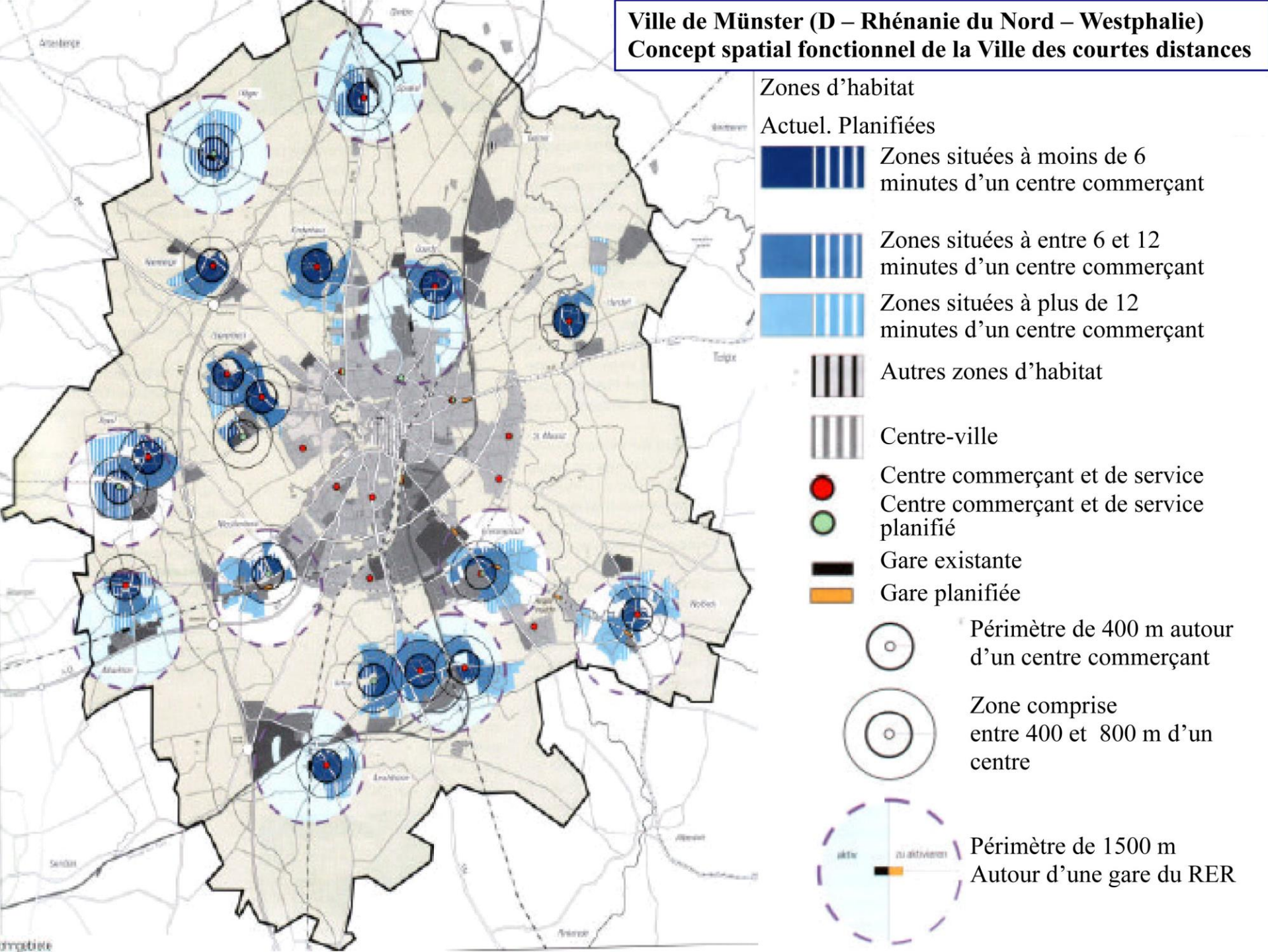


STADT MÜNSTER
**Einzelhandels- und
 Zentrenkonzept**
 Zentralsystem
 Stand :02/2009

Bearb.: 03/2009
 61 21 0003



Ville de Münster (D – Rhénanie du Nord – Westphalie) Concept spatial fonctionnel de la Ville des courtes distances



Niveau national :

- 4 premières Notes sur l'aménagement du territoire préconisent la politique de la ville compacte et la déconcentration groupée

Le système de places centrales appliqué sert à :

- Assurer un maillage de petites polarités de quartier/village pour les besoins courants
- Préserver / renforcer l'offre de centre-ville pour les besoins semi-courants

- Depuis 1973, création des PDV : zones commerciales périphériques destinées aux seuls commerces pondéreux

- Nota ruimte (2006) :

- Supprime les règles antérieures
- Laisse aux Provinces la fixation des nouvelles règles

Résultats de la subvention 2008-2009

Expertise 1 : Implantations commerciales

La politique néerlandaise

Province du Limbourg : Les principes du POL 2006 :

Places centrales :

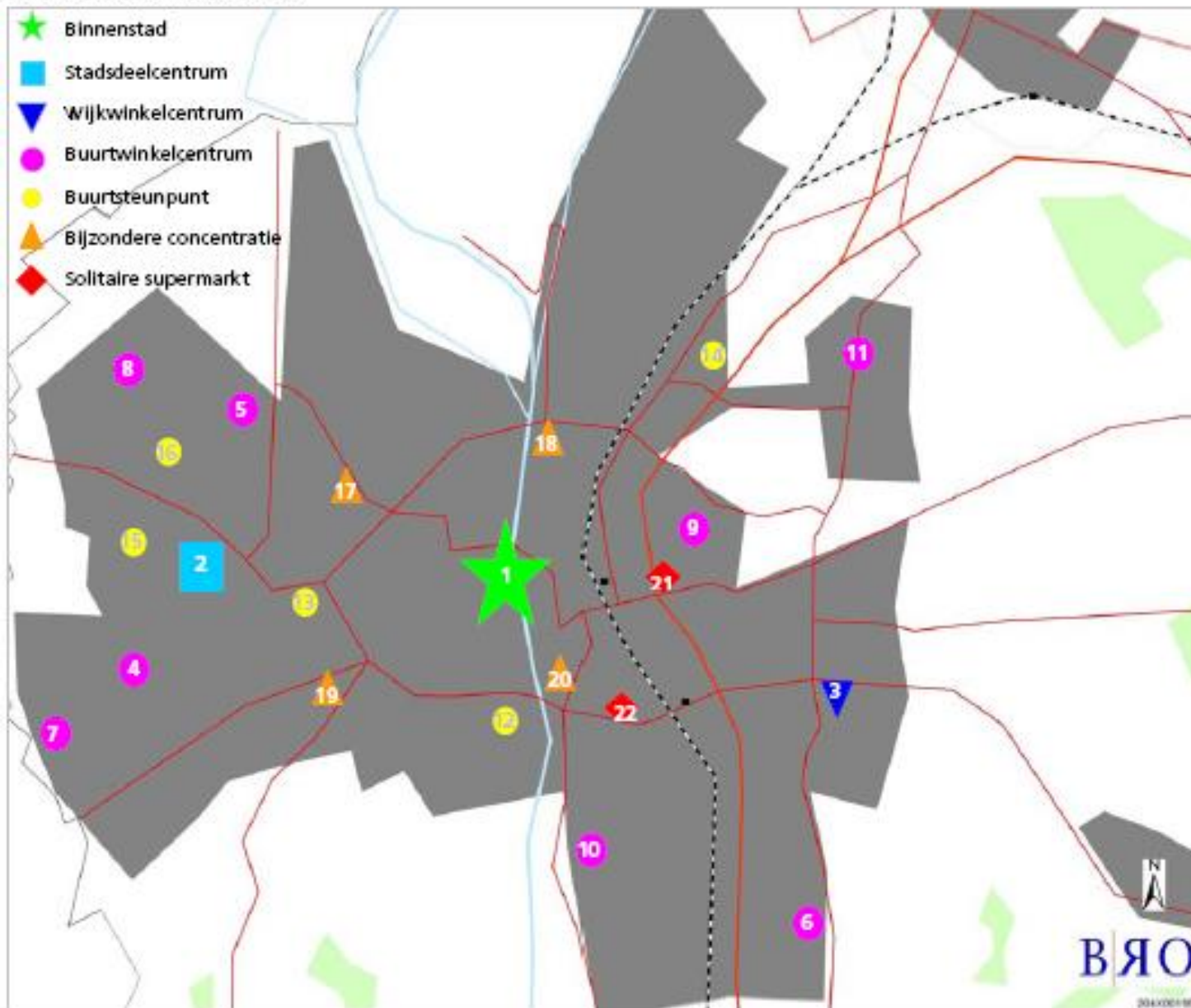
- Dans 8 agglo. : accueil du commerce à rayonnement régional
- Dans 6 localités secondaires : accueil du commerce à rayonnement supralocal
- Autres localités : offre répond aux seuls besoins locaux

Règles au niveau accessibilité selon l'assortiment :

- Chaque quartier d'habitat/village doit avoir un équipement commercial pour achats courants (forte mixité)
 - Centre-ville = seule localisation pour commerces de biens de consommation semi-courante peu pondéreux
 - Zones périphériques uniquement accessibles aux commerces de biens pondéreux
- + Création d'un monitoring de l'offre commerciale
- + Forte culture du PPP pour projets mixtes en centre urbain

Huidige detailhandelsstructuur

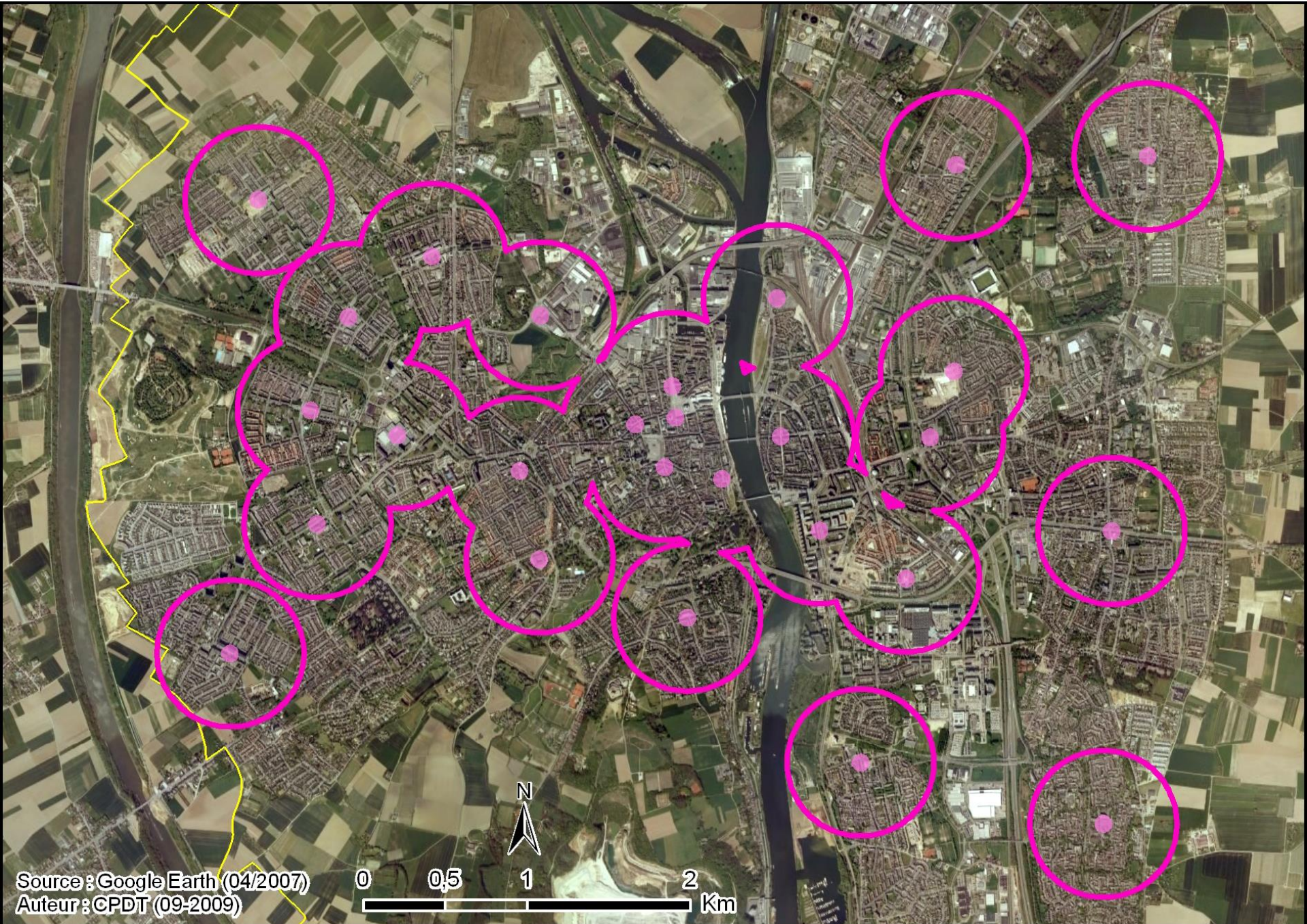
-  Binnenstad
-  Stadsdeelcentrum
-  Wijkwinkelcentrum
-  Buurtwinkelcentrum
-  Buurtsteunpunt
-  Bijzondere concentratie
-  Solitaire supermarkt



- 1 Binnenstad Maastricht
- 2 Brusselse Poort
- 3 Winkelcentrum Heer
- 4 Keurmeestersdreef Belfort
- 5 Clavecymbelstraat Caberg
- 6 De Heeg
- 7 Daalhof
- 8 Malbergplein
- 9 Wittevrouwenveld
- 10 De Beerte Heugem
- 11 Ambyerstraat-Noord Amby
- 12 Glacisweg Villapark St. Pieter
- 13 Volksplein Marienberg
- 14 Nazareth
- 15 Pottenberg
- 16 Malpertuis
- 17 Cabergenvweg Kastanjelaan (René)
- 18 Winkelcentrum Noorderbrug
- 19 Koopcenter Carré
- 20 Avenue Céramique
- 21 AH Scharnerweg
- 22 Lidl Kardinaal van Rossumplein

Niet op de kaart
Borgharen
Itteren

Noyaux commerçants de la Ville de Maastricht et zone d'influence de 400 m autour

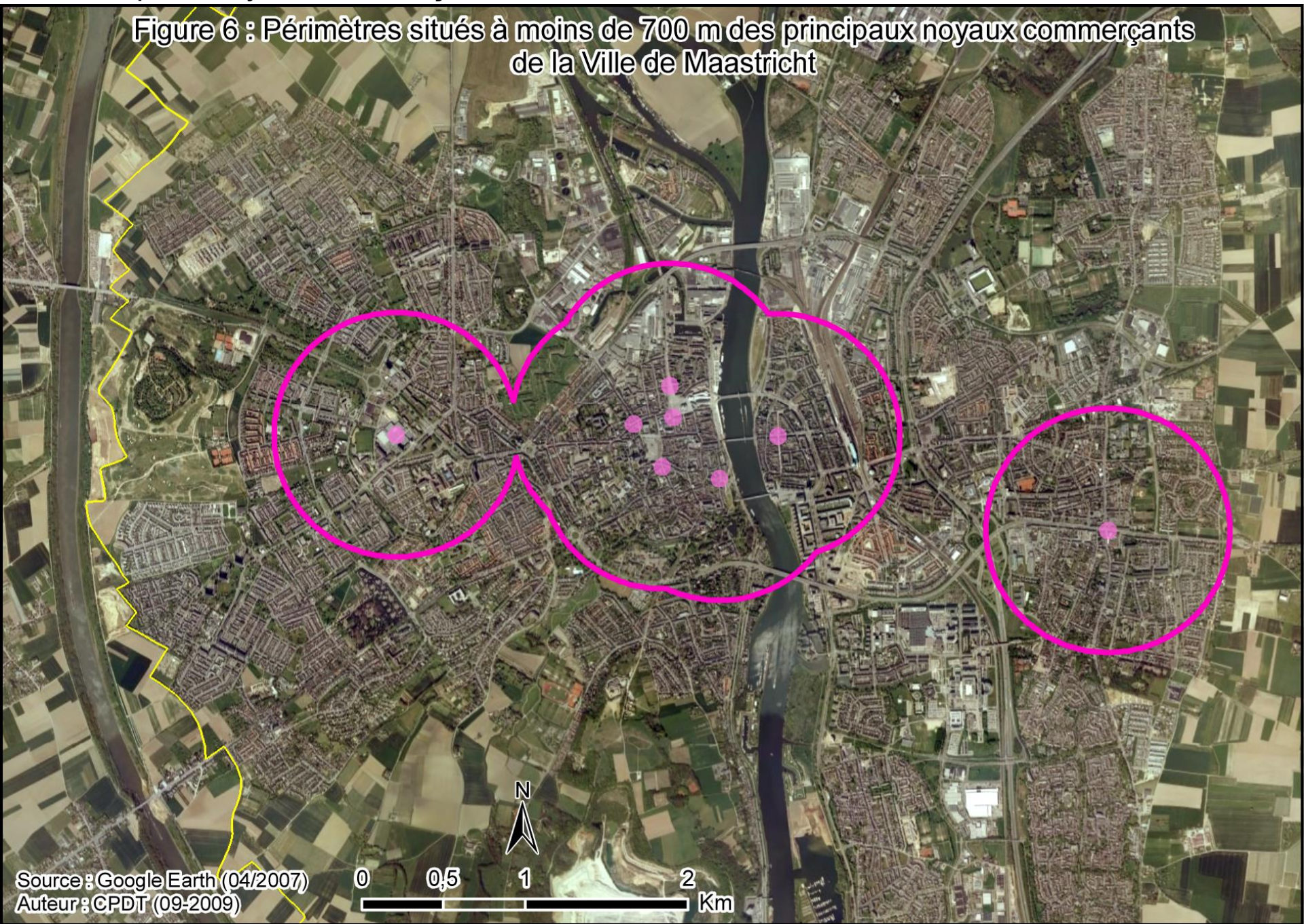


Source : Google Earth (04/2007)
Auteur : CPDT (09-2009)

0 0,5 1 2 Km

Principaux noyaux commerçants de Maastricht et zone d'influence de 700 m autour

Figure 6 : Périmètres situés à moins de 700 m des principaux noyaux commerçants de la Ville de Maastricht



Résultats de la subvention 2008-2009

Expertise 1 : Implantations commerciales

Principaux enseignements du benchmarking

Tendances lourdes dégagées des 6 territoires :

- 1 procédure unique = plus de cohérence
- subsidiarité : nécessité de limiter l'autonomie communale au respect de certains principes fixés par un niveau supracommunal (Schéma stratégique)
- In fine, le principal pouvoir de décision = niveau communal
- Nécessité d'un monitoring relatif offre / demande à un niveau supralocal

Résultats de la subvention 2008-2009

Expertise 1 : Implantations commerciales

Principaux enseignements du benchmarking

Deux grands critères dominant partout :

- Respect de la hiérarchie urbaine (A)
- Accessibilité par les alternatives à la voiture / mixité logement – commerce (B)

Ces 2 critères sont à nuancer selon l'assortiment :

(A) - Achats courants : maillage fin (multiplication des moyennes surfaces dans les villages/quartiers

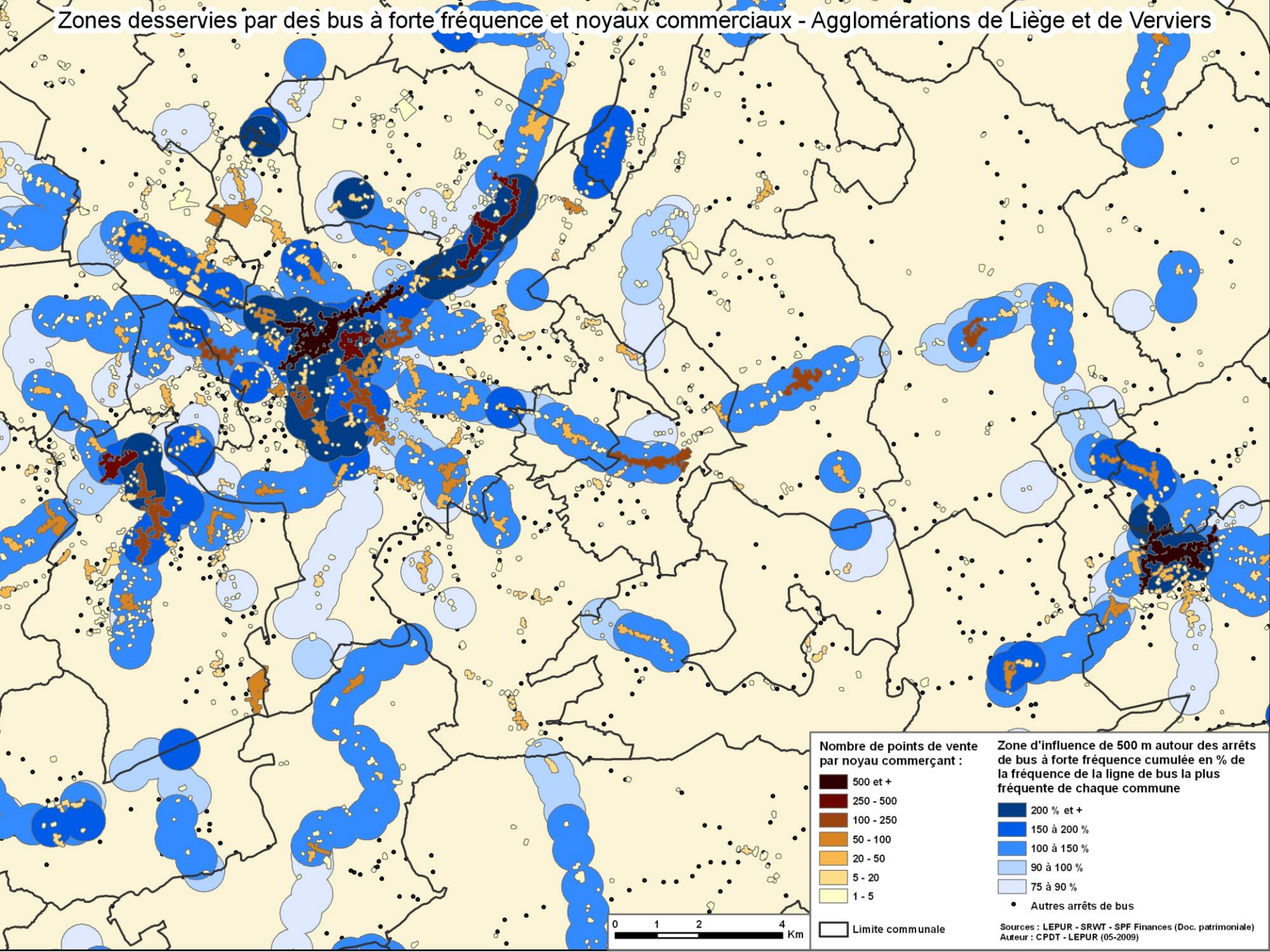
- Achats semi-courants : forte concentration

(B) Biens consommation courante : très courtes distances commerces-logements

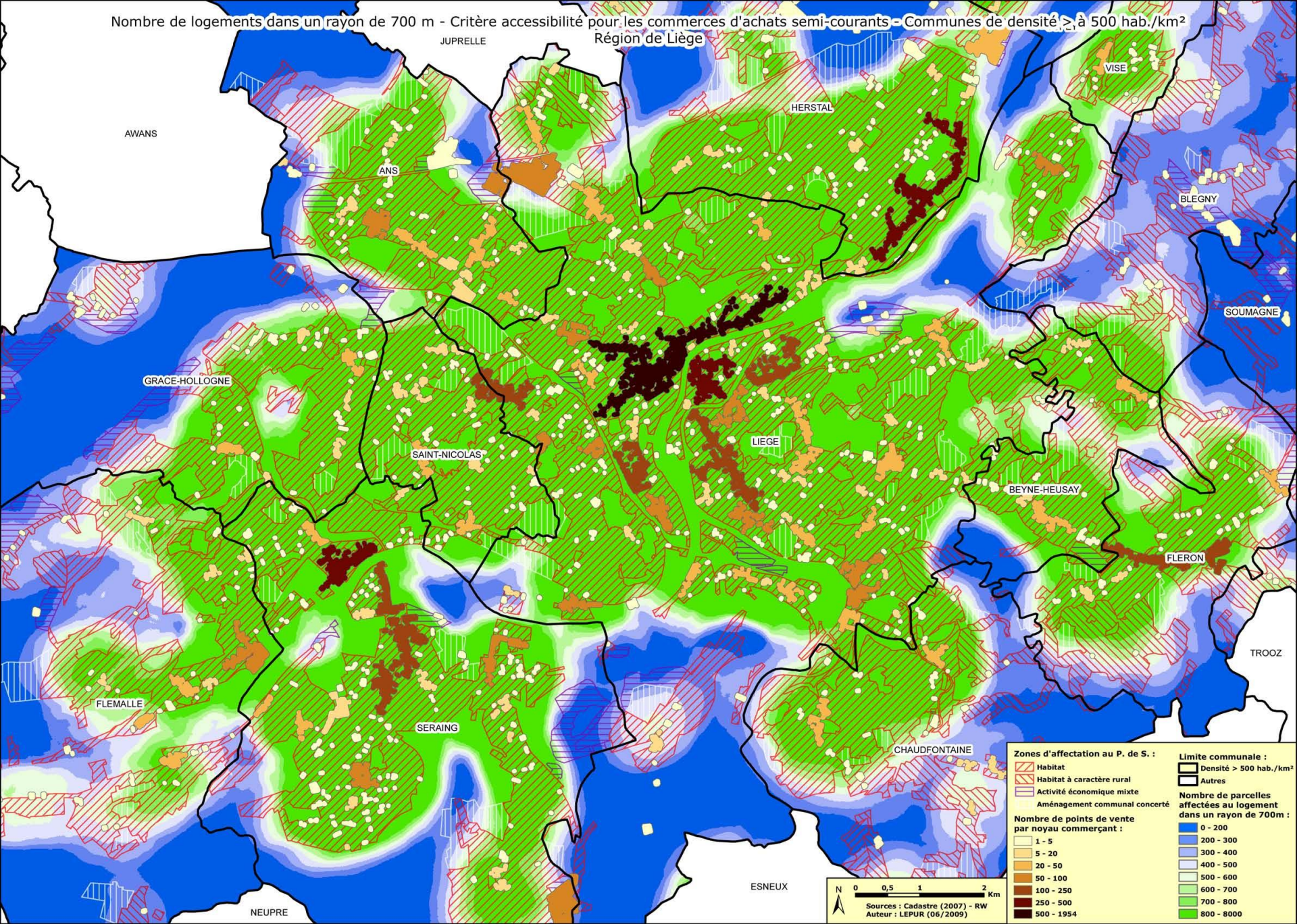
Biens peu pondéreux : bonne accessibilité à pied + TEC + au sein d'un noyau commercial existant

Biens pondéreux : périphérie, hors quartiers d'habitat = OK

Zones desservies par des bus à forte fréquence et noyaux commerciaux - Agglomérations de Liège et de Verviers



Nombre de logements dans un rayon de 700 m - Critère d'accessibilité pour les commerces d'achats semi-courants - Communes de densité ≥ 500 hab./km²
Région de Liège



Zones d'affectation au P. de S. :

- Habitat
- Habitat à caractère rural
- Activité économique mixte
- Aménagement communal concerté

Limite communale :

- Densité > 500 hab./km²
- Autres

Nombre de points de vente par noyau commerçant :

- 1 - 5
- 5 - 20
- 20 - 50
- 50 - 100
- 100 - 250
- 250 - 500
- 500 - 1954

Nombre de parcelles affectées au logement dans un rayon de 700m :

- 0 - 200
- 200 - 300
- 300 - 400
- 400 - 500
- 500 - 600
- 600 - 700
- 700 - 800
- 800 - 8000

Sources : Cadastre (2007) - RW
Auteur : LEPUR (06/2009)