

Magasins et moyens de transport

Christian Piguet, 17 janvier 2019

Introduction

Ce document fait état de plusieurs études intéressantes, qui montrent en général que les commerçants surestiment le nombre de clients qui viennent en voitures chez eux et sous-estiment le nombre de leurs clients qui utilisent la mobilité douce (marche, vélos) et les transports publics.

Bristol et Graz

Des chercheurs anglais ont réalisé une statistique [1] pour la ville de Bristol (840 clients et 126 commerçants). On voit dans le tableau 1 que les commerçants estimaient que le nombre de clients en voiture représentait le 41% de leurs clients alors qu'en fait ce nombre est de 22%. Cette mauvaise perception venait du fait que les commerçants pensaient que seulement 12% de leurs clients habitaient à moins de 800 mètres de leurs magasins alors que c'était en réalité 42%. On a une situation similaire à Graz en Autriche.

Ville	A pied Réel	A pied Estimé	A vélo Réel	A vélo Estimé	Bus Réel	Bus Estimé	Voiture Réel	Voiture Estimé
Graz	44%	25%	8%	5%	16%	12%	32%	58%
Bristol	55%	42%	10%	6%	13%	11%	22%	41%

Tableau 1

Dépenses selon le mode de transport

Plusieurs études [2, 3] montrent que sur un mois, les piétons et les cyclistes dépensent généralement davantage que les automobilistes, alors que les commerçants pensent le contraire. C'est le cas à San Francisco, New-York, Portland, Dublin, Toronto. Le tableau 2 donne quelques chiffres provenant de ces différentes études. Ce sont les dépenses par mois selon les moyens de transport.

Ville	Marche	Vélo	Transports Publics	Voiture
Dublin	184 \$	228 \$	173 \$	237 \$
New-York	158 \$	163 \$	114 \$	143 \$
Toronto	364 \$	224 \$	163 \$	195 \$
Davis CA		250 \$		180 \$

Tableau 2

Rendement de l'espace public

Comme parquer une voiture pour faire ses courses a une emprise au sol nettement plus grande qu'un vélo, il est possible de calculer le chiffre d'affaire par heure lié à l'occupation d'une place de parc de voiture. Selon [4], à Melbourne, l'automobiliste dépense 27 \$ par heure, alors que le cycliste dépense 16 \$ par heure. Mais comme on peut parquer 6 vélos (jusqu'à 12 vélos, les chiffres varient !) sur la même surface prise par une seule voiture, le rendement de cette place de parc occupée par des cyclistes est de 6 fois 16 \$, soit 96 \$, soit 3,5 fois meilleur. Bien sûr, à pied, on utilise encore moins de surface.

A Melbourne, dans le quartier étudié dans [4], l'espace public utilisé par les clients des magasins se répartit comme suit : 67% pour les voitures, 27% pour les piétons, 3% pour les vélos et 3% pour les TP. Clairement, pour avoir plus de monde dans la zone commerciale et donc davantage de clients et un retour économique plus grand, la surface pour les vélos et la marche doit être augmentée et celle des voitures diminuée.

Références

[1] Eric Jaffé, "4 Reasons Retailers Don't Need Free Parking to Thrive", CITYLAB, NOV 26, 2012. <https://www.citylab.com/life/2012/11/4-reasons-retailers-dont-need-free-parking-thrive/3978/>

[2] Eric Jaffé, "The Complete Business Case for Converting Street Parking Into Bike Lanes", CITYLAB, MAR 13, 2015. <https://data.londonsport.org/dataset/the-complete-business-case-for-converting-street-parking-into-bike-lanes-?resource=4a213f58-e8ef-46a5-a1ed-9bc8e837e64f>

[3] Emily Badger, "Cyclists and Pedestrians Can End Up Spending More Each Month Than Drivers", CITYLAB, DEC 5, 2012, <https://www.citylab.com/transportation/2012/12/cyclists-and-pedestrians-can-end-spending-more-each-month-drivers/4066/>

[4] Alison Lee, « What is the economic contribution of cyclists compared to car drivers in inner suburban Melbourne's shopping strips? MS thesis, 2008, Melbourne University.