

Déplacements et commerces

*Impacts du tramway sur le commerce
dans différentes agglomérations françaises*

Certu

centre d'Études sur les réseaux,
les transports, l'urbanisme
et les constructions publiques
9, rue Juliette Récamier
69456 Lyon Cedex 06
téléphone: 04 72 74 58 00
télécopie: 04 72 74 59 00
www.certu.fr

Avis aux lecteurs

La collection Rapports d'étude du Certu se compose de publications proposant des informations inédites, analysant et explorant de nouveaux champs d'investigation. Cependant l'évolution des idées est susceptible de remettre en cause le contenu de ces rapports.

Le Certu publie aussi les collections:

Dossiers: Ouvrages faisant le point sur un sujet précis assez limité, correspondant soit à une technique nouvelle, soit à un problème nouveau non traité dans la littérature courante. Le sujet de l'ouvrage s'adresse plutôt aux professionnels confirmés. Le Certu s'engage sur le contenu mais la nouveauté ou la difficulté des sujets concernés implique un certain droit à l'erreur.

Références: Cette collection comporte les guides techniques, les ouvrages méthodologiques et les autres ouvrages qui, sur un champ donné assez vaste, présentent de manière pédagogique ce que le professionnel courant doit savoir. Le Certu s'engage sur le contenu.

Débats: Publications recueillant des contributions d'experts d'origines diverses, autour d'un thème spécifique. Les contributions présentées n'engagent que leurs auteurs.

Catalogue des publications disponible sur : <http://www.certu.fr>



Les récentes lois portant sur l'urbanisme ont mis à jour la nécessité de renforcer les liens entre urbanisme et déplacements, de conjuguer les cultures techniques et de les décloisonner au sein des services de l'État, des collectivités locales et des agences d'urbanisme et de développement.

Pour répondre à ce besoin, un programme portant sur l'Interface entre l'Urbanisme et les Déplacements (IUD) a été commandé au Certu dès 2001 par plusieurs directions d'Administration centrale appartenant au ministère de l'Équipement, des Transports, du Logement, du Tourisme et de la Mer, au ministère de l'Écologie et du développement durable et au ministère Délégué à la ville et à la rénovation urbaine.

Pour ses orientations, comme dans sa production, ce programme est ouvert aux élus et aux organisations professionnelles publiques et privées des secteurs concernés. Il fait l'objet d'une valorisation collégiale dans les trois domaines de la planification, de l'aménagement et de la politique de la ville.

Son objectif principal est de produire des documents méthodologiques et pédagogiques pour les collectivités locales et les services déconcentrés de l'État, et de contribuer à une évolution des pratiques dans les services.

Thèmes abordés:

- Suites des lois récentes sur la thématique des déplacements dans le champ de la planification et de la contractualisation territoriale - **IUD 1**
- Politiques de stationnement - **IUD 2**
- Intégration des pôles d'échanges du transport en commun dans l'espace urbain - **IUD 3**
- Impact des mesures PDU sur la vie économique et les commerces - **IUD 4**
- Politique de la ville et déplacements - **IUD 6**
- Aménagement urbain et sécurité des déplacements - **IUD 7**
- Mobilité locale et territoires urbains : observation et suivi - **IUD 8**
- Effet de serre, politiques de déplacements et organisation urbaine - **IUD 10**

REMERCIEMENTS

Ce travail de synthèse a dû s'appuyer, plus que de coutume dans ce genre d'exercice, sur des informations, données, introductions et conseils fournis par un grand nombre de personnes actives dans les communautés d'agglomération, les chambres de commerce, les agences d'urbanisme, les villes et auprès des opérateurs de transport, groupements professionnels et autres organismes ou associations.

Qu'il s'agisse d'experts, d'élus, de documentalistes, de techniciens ou de secrétaires – dont les noms n'ont pas toujours été communiqués et ne figurent donc pas dans la liste ci-dessous – l'auteur de cette synthèse leur adresse à tous ses plus chaleureux remerciements, tant il est vrai que, là aussi plus que de coutume, « sans eux – et sans elles – rien n'aurait été possible ».

Bordeaux : Communauté urbaine de Bordeaux (Cub), Mission tramway : Luce Gallien, Franck Potier, Céline Vigouroux ; Chambre de commerce et d'industrie (CCI) : Christian Boyer, Kathy Béziat, Céline Miécaze, Nelly Renaud, Sarah Picart, Dominique Virecoulon ; Agence d'urbanisme : Valéry Diaz ; TBC-Connex : Philippe Kandel, Sylvie Froidefond, Maria Pereira.

Grenoble : Agence d'urbanisme (AURG) : Pierre Eisler, Martine Goujon, Hubert Gaillardot, Pierre Morel, Sylviane Zimero ; SMTC/Métro : Claude Barret, Philippe Billard, Jérôme Barbieri, Stéphanie Bianco, Michel Gilbert, Nadia Trucvallée ; CCI : Philippe Bertrand ; Semitag : Mme de la Grange ; Cabinet Boschetti, Faverges de la Tour, Isère Guy Boschetti ; Ecole d'architecture de Grenoble : Brigitte Champsavoir ; Tan, Nantes : François Le Jeune, pour la référence d'un précieux ouvrage sur le tramway de Grenoble.

Montpellier : Communauté d'agglomération (Montpellier Agglomération) : Eric Diserbeau, Anne Joubert, Georges Lescuyer ; CCI : Robert Siegel ; Tam : Laurent Carrère, Marie-Christine Dumur, Alexandra Jubin ; Cete Méditerranée : Claude Abignoli, Frédéric Bouet.

Nantes : Communauté urbaine (Nantes Métropole) : François de Rugy, André Herbreteau, Jean-Claude Porez ; Agence d'urbanisme (Auran) : Laurent Moreno, Jean-Yves Pailloux, CCI : Bruno Beaupère, Chantal de Kerautem ; Tan : Jean-François Elas, François Le Jeune ; Ville de Nantes : Laurence Bézert, Maryse Chéreau, Noël Lépine, Laurent Vuilbert ; Y. Le Gal Consultants, Pressigny, Deux Sèvres : Yan Le Gal.

Rouen : Bérénice, pour la ville et le commerce (bureau d'études, Paris) : Jean-Pierre Delplace ; CCI de Rouen : Christine Brodier, Marie-Christine Rieux ; Communauté de l'agglomération rouennaise : Alain Bardin, Catherine Goniot, Stéphanie Knezovic, Florence Montestiez ; TCAR-Connex : Raymond Hue, Philippe Lemasson ; Ville de Rouen : Patrick Sempé.

Strasbourg : Adeus : Colette Koenig, Daniel Hauser ; CTS (Compagnie des Transports Strasbourgeois), service communication.

Les organismes et ministères : ACFCI (Assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie) : Bernadette Roussy, Christophe Hausberg, Danièle Lejeune ; Certu : Nicolas Crossonneau ; Cete de Lyon : Emmanuel Perrin, Patricia Varnaison-Revolle ; Gart : Arnaud Lagrange ; ministère de l'Équipement/DTT : Christian Sautel ; UTP : Anne Meyer.

NOTICE ANALYTIQUE

Organisme commanditaire : ministère des Transports, de l'Équipement, du Tourisme et de la Mer : DGUHC, DTT et DAEI dans le cadre du programme IUD thème 4		
Titre : Déplacements et commerce		
Sous-titre : Impacts du tramway sur le commerce dans les différentes agglomérations françaises	Date d'achèvement : 2005	Langue : Français
Organisme auteur : Amarcande	Rédactrice : Francine Loiseau-Van Baerle Coordinatrice : Marie-Noëlle Mille (Certu)	Relecteur assurance qualité : Christian Lebondidier (Certu)
Résumé L'étude a été réalisée par Amarcande pour le Certu dans le cadre du programme « Interface urbanisme déplacements », commandé par le ministère de l'Équipement, afin d'alimenter le thème 4 de ce programme « Impacts des mesures des plans de déplacements urbains sur les activités économiques ». L'objectif de l'étude est de fournir aux élus, aux autorités organisatrices des transports publics, aux responsables des services techniques, aux opérateurs de transport public et aux chambres de commerce et d'industrie (CCI), la synthèse des observations ressortant des études existantes et des informations recueillies auprès des experts et de certains élus de plusieurs agglomérations, de leur présenter les points clefs de l'interaction tramway – commerce qui semblent ressortir de l'analyse des cas étudiés et enfin un recueil de données sous forme de monographies des six agglomérations étudiées plus spécialement auxquelles les lecteurs peuvent se reporter pour mieux situer les effets décrits dans leur contexte local. Il s'agit d'une étude en deux parties : – une synthèse des études menées par quelques agglomérations portant sur les impacts du tramway sur le commerce : effets observés et points clefs de l'interaction tramway-commerce ; – les monographies des agglomérations étudiées.		
Remarques complémentaires : Les travaux sur lesquels s'appuie cette analyse sont très hétérogènes ; ils sont fréquemment fondés sur des indicateurs non comparables et ont été menés à des périodes différentes et par des instances diverses : maîtres d'ouvrage, chambres de commerce, agences d'urbanisme, bureaux d'études indépendants, entreprises de transport.		
Mots clés : commerces, tramway, opinions, impacts	Diffusion : services techniques déconcentrés, ST des collectivités locales, agences d'urbanisme, CCI, AOT...	
Nombre de pages : 54 pages (chiffre provisoire)	Confidentialité : non	Bibliographie : oui

SOMMAIRE

IMPACT DU TRAMWAY SUR LE COMMERCE	9
1. Introduction	9
1.1 Rappel du contexte et des objectifs de l'étude	9
1.2 Contexte législatif	12
1.3 Contexte financier	12
2. Les effets observés du tramway sur le commerce	15
2.1 Méthodes et outils : différences entre agglomérations étudiées	15
2.2 Effets constatés	21
3. Conclusions : les points clefs de l'interaction tramway et commerce	37
3.1 Politiques urbaines et politique tramway	37
3.2 Importance de la concertation	38
3.3 Contexte spatial local et insertion de la plate-forme	40
3.4 Opérations d'urbanisme, aménagements et mesures d'accompagnement	43
3.5 Hypothèses et dires en conclusion	45
MONOGRAPHIES (A VENIR)	49
BIBLIOGRAPHIE	51

IMPACTS DU TRAMWAY SUR LE COMMERCE

Le Certu a souhaité faire réaliser une synthèse des différents travaux menés par les instances locales pour évaluer les impacts de l'arrivée d'un transport en commun en site propre (TCSP) de surface sur le commerce. Cette étude-synthèse s'inscrit dans le thème 4 « Impact des mesures PDU sur la vie économique et les commerces » du programme Interface urbanisme déplacements.

Six agglomérations ayant introduit ou réintroduit un TCSP de surface, en l'occurrence le tramway, ont été choisies pour servir de base à ce travail : Bordeaux, Grenoble, Montpellier, Nantes, Rouen et Strasbourg. Elles font l'objet des monographies figurant dans la 2^e partie de cet ouvrage.

En 1^{ère} partie on trouvera, suite à cette introduction, la synthèse des effets observés dans les agglomérations étudiées (chapitre 2) suivie, en guise de conclusion, d'un volet (chapitre 3) sur les points clefs de l'interaction tramway-commerce qui traite des facteurs pouvant faire varier les effets sur le commerce et plus largement sur l'ensemble des activités économiques et la vie des quartiers.

1. Introduction

1.1 Rappel du contexte et des objectifs de l'étude

1.1.1 Contexte

Le Certu est engagé dans un programme intitulé « Interface urbanisme déplacements » (IUD), issu d'une commande conjointe de plusieurs directions de l'administration centrale du ministère des Transports, de l'Équipement, du Tourisme et de la Mer et d'autres ministères. Le thème 4 de ce programme concerne « L'impact des mesures PDU sur la vie économique et les commerces » ; la synthèse qui fait l'objet de la présente étude s'intègre dans les travaux effectués par le Certu pour éclairer ce thème ; elle concerne uniquement l'impact du tramway et se fonde sur les observations effectuées à ce sujet dans les agglomérations de Bordeaux, Grenoble, Montpellier, Nantes, Rouen et Strasbourg.

1.1.2 Objectifs de l'étude

L'objectif de la démarche est d'essayer de voir en quoi, sur quoi et pour qui des politiques dites favorables aux transports publics – en l'occurrence au moyen de la mise en œuvre d'un TCSP – ont entraîné des transformations ou non de l'appareil commercial, des modifications des fréquentations des lieux commerciaux et des comportements.

Il s'agit ainsi de comprendre et de présenter, sous forme synthétique, les effets de l'introduction d'un tramway sur le commerce, observés dans les six agglomérations sur lesquelles porte l'étude. Il faut se garder de généraliser, chaque cas étant spécifique, et, même dans une agglomération donnée, il est souvent difficile de distinguer et d'interpréter ce qui, dans les effets constatés, relève du tramway et ce qui est imputable à d'autres facteurs. Enfin, dans les villes qui disposent aujourd'hui de plusieurs lignes de tramway introduites sur une vingtaine d'années, il y a aussi différence de manie-ment de l'outil tramway et variation des effets selon les lignes, créées à des époques et avec des savoir-faire différents.

L'objectif de l'étude est de fournir aux élus, aux autorités organisatrices des transports publics, aux responsables des services techniques, aux opérateurs de transport public et aux chambres de commerce et d'industrie (CCI), la synthèse des observations ressortant des études existantes et des informations recueillies auprès des experts et de certains élus des agglomérations concernées, de leur présenter les points clefs de l'interaction tramway – commerce qui semblent ressortir de l'analyse des cas étudiés et, enfin, un recueil de données sous forme de monographies des six agglomérations auxquelles les lecteurs peuvent se reporter pour mieux situer les effets décrits dans leur contexte local.

La réponse aux questions posées est complexe pour deux raisons :

- seulement trois agglomérations (Bordeaux, Rouen et Strasbourg) sur les six traitées ont effectué de véritables études des impacts du tramway sur le commerce (ou sur les activités économiques dont le commerce comme à Bordeaux), alors que les trois autres ont effectué des études ou des enquêtes très différentes ;
- les travaux sur lesquels s'appuie cette analyse sont très hétérogènes ; ils sont fréquemment fondés sur des indicateurs différents et ont été menés à des périodes différentes et par des instances diverses : maîtres d'ouvrage, chambres de commerce, agences d'urbanisme, bureaux d'études indépendants, entreprises de transport. De plus, ces instances n'ont pas toujours créé d'outil spécifique comme un observatoire du tramway qui en outre, s'il existe, n'a que rarement été mis en œuvre plusieurs années avant le début des travaux du tramway – sauf à Bordeaux – afin de pouvoir suivre les évolutions par rapport à une situation « avant tramway ».

Cependant, cet inconvénient – sur le plan statistique ou scientifique – peut aussi être un avantage pour mieux appréhender, dans une même agglomération et en comparant des villes ou des situations analogues, la diversité des enjeux et des objectifs des différents acteurs et la façon dont ceux-ci évoluent dans le temps et dans l'espace entre une première ligne et la/les suivante(s) par exemple.

1.1.3 Étude en deux parties

Cette synthèse se compose de deux parties :

- impacts du tramway sur le commerce : effets observés et points clefs de l'interaction tramway – commerce ;
- monographies des agglomérations étudiées.

1.1.3.1 Première partie : les effets observés et points clefs de l'interaction tramway – commerce

Les effets observés et les points clefs de l'interaction tramway – commerce tels qu'ils sont traités, exemples à l'appui, sont ceux qui ressortent de la synthèse des informations recueillies dans les agglomérations choisies. Il s'agit soit des effets observés et des facteurs pouvant faire varier ces impacts relevés dans les études et les documents consultés, soit de ceux mentionnés par des acteurs, experts et élus interrogés.

- **La synthèse des effets** constatés devrait permettre de répondre le plus objectivement possible aux questions que posent les différents acteurs économiques – et surtout les commerçants – dans les agglomérations qui préparent ou mettent en œuvre un projet de tramway ou plus largement un projet de TCSP. Ces questions portent sur l'évolution quantitative et qualitative de l'offre commerciale dans les secteurs de l'agglomération traversés par un tramway, sur les mutations (types d'activités, vacances, cessations/créations d'activités, chiffre d'affaires) auxquelles on peut s'attendre suite à l'arrivée d'un TCSP de surface tel que le tramway et sur l'évolution de la clientèle et des comportements.
- **Les points clefs de l'interaction tramway – commerce** mettent en lumière les différents facteurs qui peuvent faire varier les effets d'une agglomération à une autre ou entre une ligne de tramway et la suivante dans la même ville. Il s'agit de l'insertion amont d'un projet de tramway, de la concertation et des partenariats et de la manière dont ils ont été pratiqués dans les agglomérations étudiées, de l'insertion de la plate-forme du tramway dans l'espace disponible entre façades et des mesures d'accompagnement et d'aménagement mises en œuvre pour accroître, infléchir ou compenser les effets du tramway.

1.1.3.2 Deuxième partie : les monographies

Pour chacune des six agglomérations étudiées, un recueil de données a été établi sous forme de monographies qui constituent la deuxième partie de cette synthèse.

Une grille d'analyse a été élaborée en prenant appui sur les paramètres et les indicateurs de l'étude menée à Strasbourg¹ par l'Agence de développement et d'urbanisme (Adeus) sur les impacts du tramway sur le commerce et sur ceux de l'ouvrage concernant la mise en place d'un observatoire du tramway² élaboré par la CCI de Bordeaux.

Chaque monographie traite respectivement du contexte institutionnel et de la politique transports de chaque agglomération, de l'offre globale transport public, du tramway, des rapports tramway – commerce et des effets de l'un sur l'autre, donne des exemples de positionnement des plates-formes et des dires d'élus et d'experts.

Pour pallier l'insuffisance ou le manque fréquent d'informations quantitatives et qualitatives précises et leur qualité hétérogène, les grilles sont complétées là où cela s'est avéré nécessaire par des entretiens d'acteurs impliqués dans les premières démarches d'évaluation ou dans les démarches actuelles de concertation ou de partenariat pour les extensions de lignes existantes ou de nouvelles lignes.

¹ *Déplacements et commerces, Impacts du tramway sur le commerce dans l'agglomération strasbourgeoise*, Adeus, C. Koenig, J. Scaravella, F. Vigneron, B. Vimbert, Certu, Lyon, 2004.

² *Recommandations pour observer les impacts d'un TCSP sur les activités économiques*, C. Miécaze, CCI de Bordeaux pour le Certu, Lyon, 2004.

L'ensemble des données contenues dans les monographies permet de se reporter aux sources utilisées pour cette synthèse et de connaître la manière dont les responsables techniques et élus de ces agglomérations s'y sont pris pour mettre en œuvre le projet tramway, depuis la concertation jusqu'au choix des tracés, en passant par le type de prise en compte des activités économiques et/ou du commerce, les effets observés sur l'appareil commercial et la manière dont les plates-formes ont été insérées dans l'espace urbain avec, si possible, un bilan de l'évolution des commerces alentour.

1.2 Contexte législatif

Le cadre institutionnel de référence étant connu, on se contentera ici de le rappeler.

1.2.1 Loi d'orientation des transports intérieurs (Loti)

La Loi d'orientation des transports intérieurs du 30 décembre 1982, dite Loti, oblige les maîtres d'ouvrage à procéder à une évaluation des grands projets de transports urbains qui font l'objet de financements publics (décret n° 84-617 du 17 juillet 1984). Inspirée par les mêmes principes que les lois de décentralisation, elle confie aux collectivités territoriales la mission d'organiser les transports publics.

Le décret d'application ci-dessus précise que le bilan doit porter sur les effets économiques et sociaux, qu'il est établi par le maître d'ouvrage entre 3 et 5 ans après la mise en service de l'infrastructure.

1.2.2 Loi sur l'air et l'utilisation rationnelle de l'énergie (Laure)

La loi sur l'air et l'utilisation rationnelle de l'énergie du 30 décembre 1996, dans son article 14, modifie l'article 28 de la Loti : les plans de déplacements urbains (PDU) deviennent obligatoires pour les agglomérations de plus de 100 000 habitants ; les projets de TCSP sont ainsi intégrés aux PDU.

1.2.3 Loi solidarité et renouvellement urbains (SRU)

La loi SRU du 13 décembre 2000 traite en grande partie de l'articulation de la planification urbaine et des politiques de déplacement. Désormais, les documents d'urbanisme doivent viser une maîtrise de la circulation automobile et les schémas de cohérence territoriale peuvent favoriser l'urbanisation prioritaire dans les secteurs desservis par les transports collectifs. De plus, les plans locaux d'urbanisme (PLU) doivent être compatibles avec les PDU. Ces derniers doivent être conformes aux nouvelles dispositions de la loi SRU.

1.3 Contexte financier

Le contexte législatif a changé en 1999, avec la loi d'orientation pour l'aménagement et développement durable du territoire et 2000 avec la loi SRU qui prévoient, notamment, la recherche d'une plus grande cohérence entre déplacements et développement économique, social et environnemental, ce qui aurait dû conduire, notamment, à des observations plus fines et complètes des effets des TCSP en général.

Cependant, d'autres changements, intervenus depuis, tels que la forte réduction des subventions de l'Etat au développement des TCSP, jouent en sens contraire. Aujourd'hui, les instances locales doivent non seulement repenser le développement des réseaux de transports collectifs sur une période plus longue, mais aussi compenser la diminution des budgets nationaux par des financements régionaux, départementaux et locaux plus forts. Elles sont ainsi amenées parfois à renoncer aux études et enquêtes *a priori* et aux programmes d'accompagnement, et ont tendance à consacrer les fonds restant disponibles à la réalisation du TCSP au sens strict (voir cas de Montpellier).

Selon le *Bilan Loti*³ de l'Adeus concernant le tramway de Strasbourg, les modifications du contexte économique et financier en France « *amènent aussi à penser différemment le lien entre urbanisme et transport, et notamment à rationaliser davantage encore l'investissement public. C'est dans ce cadre que la loi SRU donne quelques pistes, notamment en suggérant de développer l'urbanisation autour des arrêts de transports en commun existants de manière à maximiser davantage l'usage des transports public. C'est ce parti pris qui a été notamment retenu dans le cadre du Schéma de cohérence territoriale de la Région de Strasbourg* ».

En conclusion de cette introduction, on peut reprendre un propos du président du Groupement des autorités responsables de transport (Gart)⁴ : « *Nous n'affirmons pas suffisamment que l'arrivée d'un TCSP améliore l'image d'une ville et, partant, son dynamisme économique. Nous présentons trop souvent le développement des sites propres bus et tramway comme une contrainte et trop rarement comme un atout pour le tissu commercial et économique en général* ».

³ *Tramway de Strasbourg : Bilan Loti des lignes B et C*, Adeus/communauté urbaine de Strasbourg, octobre 2004.

⁴ « *Tramways et couloirs de bus : quels impacts sur la vie des commerces* », in *Compte rendu du colloque Gart du 5 novembre 2002*, Michel Destot, Gart, Paris, 2002.

2. Les effets observés du tramway sur le commerce

Il s'agit d'indiquer dans ce chapitre, thème par thème, les effets sur le commerce constatés dans les six agglomérations étudiées. L'ensemble des résultats ou indications devrait permettre de mieux comprendre les questions qu'élus, techniciens et acteurs économiques se posent sur l'évolution du commerce suite à la mise en œuvre d'un tramway. En gardant constamment présent à l'esprit qu'il est difficile d'attribuer au seul tramway tel ou tel effet par rapport aux autres facteurs d'évolution générale ou locale, comme l'indiquent d'ailleurs tous les auteurs et instances qui ont mené études et enquêtes dont sont extraites les informations contenues dans cette synthèse.

Comme le mentionne l'ouvrage *Déplacements et commerces, Impacts du tramway sur le commerce dans l'agglomération strasbourgeoise*⁵, « dans l'absolu, mesurer l'influence ou évaluer l'impact d'une infrastructure, c'est pouvoir répondre à la question : Que se passerait-il en son absence ? » ou plus précisément dans notre cas « Comment aurait évolué le commerce en l'absence de tramway ? ». Une réponse directe étant pratiquement impossible, ce sont les effets tels qu'ils ont été étudiés ou décrits dans les six cas traités qui font l'objet de ce chapitre. Il s'agit soit des effets constatés par des travaux et documents divers, soit de ceux mentionnés par des experts et élus interrogés ou encore de ceux retrouvés dans différents ouvrages consultés. Etant donné que les méthodes et les outils d'observation diffèrent d'une agglomération à l'autre, on les rappelle ci-dessous avec mention des critères et indicateurs utilisés, qui ne sont pas souvent les mêmes, avant de passer aux effets constatés.

2.1 Méthodes et outils : différences entre agglomérations étudiées

Pour observer les effets que peut avoir un tramway sur la ville en général et le commerce en particulier, certaines agglomérations ont mis en place des outils d'observation tels que les observatoires du tramway ; d'une agglomération à l'autre, ces outils et les méthodes d'observation diffèrent sur de nombreux points. Quand ils n'existent pas ou que l'on a utilisé d'autres types de suivi, les différences sont encore plus grandes, qu'il y ait eu des études réalisées *a posteriori* ou non.

2.1.1 Première génération de tramway et d'outils d'observation

Pour les tramways dits « de 1^{ère} génération », à rattacher plus ou moins à la Loti⁶ (Nantes 1985 et 1992, Grenoble 1987 et Strasbourg 1995), un outil d'observation a souvent été mis en place en conformité avec le cadre législatif. Malgré ce cadre, le type d'observations effectuées ou les études menées ont été très différentes ; elles ont en outre varié dans le temps, dans ces mêmes agglomérations, avec la mise en œuvre des lignes suivantes qui se plaçaient dans d'autres cadres législatifs et urbains.

⁵ *Déplacements et commerces, Impacts du tramway sur le commerce dans l'agglomération strasbourgeoise*, Adeus, C. Koenig, J. Scaravella, F. Vigneron, B. Vimbert, Certu, Lyon, 2004.

⁶ Loi n° 82-1153 du 30/12/82 d'orientation des transports intérieurs, dite Loti.

2.1.1.1 Nantes : le premier observatoire du renouveau du tramway en France

Dans l'agglomération nantaise, le district, devenu depuis communauté urbaine, a créé entre 1984 et 1986 un premier observatoire, dont les activités d'observation et d'analyse ont été poursuivies par l'Agence d'urbanisme pour les lignes et extensions aménagées depuis.

Le District a expérimenté aussi la méthodologie mise au point sur l'initiative de la Direction des transports terrestres par un groupe d'experts – animé par le bureau d'études Systra (ex-Sofretu) où le District était représenté – pour effectuer des études de suivi relatives aux effets socio-économiques des infrastructures de TCSP. Il a établi pour cela un bilan complet intitulé *Évaluation du tramway de l'agglomération nantaise*⁷ par lequel il s'agissait principalement d'évaluer le tramway lui-même et ses effets sur le milieu urbain. Seul le dossier 3 de cette étude (Approche des effets socio-économiques du réseau tramway) traite de commerce, sous l'angle de la construction de locaux commerciaux, de l'offre commerciale et de l'évolution du nombre de commerces.

*NB : il s'agit d'une **évaluation a posteriori** (deux premières lignes) dans un périmètre de 400 m (2 x 200 m) autour du tramway ; effets traités : évolution du nombre de commerces et de l'offre commerciale, construction de locaux commerciaux ; en outre, la CCI a relevé quelques impacts des travaux de la troisième ligne.*

2.1.1.2 Grenoble : des observations a priori et a posteriori

A la demande du Syndicat mixte des transports en commun (SMTC) de l'agglomération grenobloise, l'Agence d'urbanisme de la région grenobloise (AURG) a établi pour les deux premières lignes (lignes A : 1987, B : 1990) un recueil de données « avant » qui a permis d'établir deux études⁸ sur quelques mutations observées, y compris, très globalement, pour les entreprises hors corridor.

*NB : Dans cette comparaison des **effets observés a priori et a posteriori**, l'Agence traite du foncier, du logement et des activités (création de nouvelles activités, logements transformés en locaux d'activité, mutations-cessions et chiffre d'affaires – pour un seul pôle). Pour ces lignes (et les suivantes), le périmètre d'observation est le même : 400 m (soit 2 x 200 m) autour de l'infrastructure. Une 3^e et peut-être d'autres lignes encore sont prévues, manifestement à ranger dans la 2^e génération de tramways (voir plus loin).*

⁷ *Évaluation du tramway de l'agglomération nantaise*, District, DTT, DDE 44, TAN, Auran, Nantes, 1995, consultable à la DTT et à la Communauté urbaine, Nantes Métropole ; voir aussi : *Évaluation socio-économique du tramway, synthèse des études*, Agence d'études urbaines de l'agglomération nantaise (Auran), district de l'agglomération nantaise, 1998, consultable à la communauté urbaine et à l'Auran.

⁸ *Étude sur les impacts du tramway*, Agence d'urbanisme de la région grenobloise (AURG), Grenoble, décembre 1990 et *Observatoire des effets du tramway*, AURG, Grenoble, mai 1992.

2.1.1.3 Strasbourg : des observations a priori

A Strasbourg, (ligne A : 1994), un observatoire des effets du tramway a été mis en place dès avant la première ligne, dont le principal rôle était de recueillir les chiffres d'affaires des commerces⁹ afin de répondre à la demande de la Commission d'indemnisation. Mais ce n'est que bien plus tard, qu'une étude¹⁰ complète a été conduite sur les effets du tramway des deux premières lignes sur le commerce (voir ci-après, deuxième génération de tramways).

NB : Observation a priori et a posteriori des effets des deux premières lignes ; définition d'un corridor de 400 m (2 x 200 m) autour de l'infrastructure, même si l'observation des effets du tramway concerne surtout les commerces de l'hypercentre.

2.1.2 Deuxième génération de tramways et d'outils d'observation

Les tramways de deuxième génération sont à rattacher plutôt aux politiques et cadres législatifs des plans de déplacements urbains (PDU). Il s'agit par ordre chronologique de : Rouen (1^{ère} ligne de tramway appelée « métro » en 1994, ligne unique), Strasbourg (2^e ligne en 2000), Montpellier (première ligne de tramway en 2000, deux nouvelles lignes prévues pour 2006 et 2010), Bordeaux (trois lignes construites en même temps et progressivement mises en service en 2003-2004) et Grenoble pour l'outil mis en place pour la 3^e ligne, dont l'ouverture est prévue en 2006 et qui fera sans doute partie des tramways de 3^e génération... Là où des observations ont été effectuées par l'autorité organisatrice via l'agence d'urbanisme, un observatoire ou un diagnostic de la situation « avant tramway » ou encore des zones témoins ont été mis en place, ce qui rend les comparaisons entre ces quelques agglomérations moins complexes.

2.1.2.1 Rouen : des observations par pôles pour un « métro » et un bus en site propre

La communauté d'agglomération rouennaise introduit le tramway en 1994, tout en l'appelant « métro » – et cette appellation est conservée ci-après – et confie une étude¹¹ spécifique à un bureau d'études spécialisé sur le commerce. Par ailleurs, et pour information seulement, un observatoire, issu de la Chambre de commerce et d'industrie, conduit, sur convention avec la communauté d'agglomération, des enquêtes mensuelles régulières sur le parcours d'une des lignes de « Teor » (transport est-ouest de Rouen) en s'intéressant notamment au chiffre d'affaires des commerces situés le long de la ligne de ce transport intermédiaire (entre le tramway et le bus traditionnel), en site propre sur une partie de son parcours.

NB : Pas de périmètre défini mais observation de vingt-quatre pôles (quatorze concernés par le « métro » et dix secteurs témoins permettant des comparaisons) pour les effets suivants constatés par pôle : nombres, changements d'activité, type d'évolution ; locaux vides ; chiffre d'affaires (fourchettes par pôle) ; bilan des commerces dans trois exemples établis pour cette synthèse.

⁹ N'a concerné que les commerçants volontaires ; limitant par là, la validité des résultats.

¹⁰ *Déplacements et commerces, Impacts du tramway sur le commerce dans l'agglomération strasbourgeoise*, Adeus, C. Koenig, J. Scaravella, F. Vigneron, B. Vimbert, Certu, Lyon, 2004.

¹¹ *Impact du métro sur le commerce*, Bérénice, Pour la ville et le commerce, pour le compte de la communauté d'agglomération rouennaise, novembre 2000.

2.1.2.2 Strasbourg : une étude complète des effets du tramway sur le commerce dans l'hypercentre

Cette étude¹² réalisée en 2004, à la demande du Certu, sur les effets du tramway sur le commerce par l'Agence de développement et d'urbanisme de l'agglomération strasbourgeoise (Adeus), devait inaugurer une série d'études, sur le même sujet, développées dans les autres agglomérations à tramway pour alimenter le thème 4 du programme IUD. Finalement, elle est restée unique en son genre, d'où la demande du Certu à Amarcande pour rassembler en une synthèse les travaux disponibles dans différentes agglomérations ayant mis en service une ou plusieurs lignes de tramway. C'est aussi la raison pour laquelle l'étude strasbourgeoise a servi de modèle à la présente synthèse.

NB : Observation a priori et a posteriori des effets : évolution du nombre et du type de commerces et de leur localisation, vacances, évolution des types de commerce, implantation d'enseignes nationales et internationales plus spécifiquement pour les commerces de l'hypercentre, avec des observations détaillées pour quatre rues de cet hypercentre. Définition d'un corridor de 400 m (2 x 200 m) autour de l'infrastructure, non-utilisé pour l'observation des effets qui ont eu trait à l'hypercentre.

2.1.2.3 Montpellier : une étude a priori et a posteriori, des comptages et enquêtes de fréquentation régulières par la CCI

A Montpellier (tramway en 2000), la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) a effectué différentes études sur les effets de la première ligne de tramway, dont une étude « avant »¹³, dont sont extraites des informations pour la monographie de Montpellier. De plus, la CCI a conduit des enquêtes régulières sur les populations fréquentant les différents pôles commerciaux de l'agglomération de Montpellier et leurs comportements d'achat, et des comptages piétons. Pour Montpellier, il s'agit des seules sources d'information connues ; malheureusement l'étude diagnostic « avant » prévue par l'agglomération en vue d'assurer le suivi, notamment économique, de la deuxième ligne, a dû être abandonnée faute de crédits.

NB : Enquêtes CCIM (auprès des passants) par pôles/rues soit pour le seul centre-ville (2002) soit pour le centre-ville, les pôles commerciaux périphériques et les centres-bourgs (1995, 1999) sur : Qui fréquente ? Comment ? Pourquoi ?, et comparaisons par rue, évolution entre les enquêtes.

¹² Déplacements et commerces, Impacts du tramway sur le commerce dans l'agglomération strasbourgeoise, Adeus, C. Koenig, J. Scaravella, F. Vigneron, B. Vimbert, Certu, Lyon, 2004.

¹³ L'impact prévisionnel du tramway sur les commerces montpelliérains, mémoire de maîtrise d'aménagement du territoire, Frédérique Prédali, sous la direction de Robert Siegel, directeur des études et de l'aménagement de la chambre de commerce et d'industrie de Montpellier, faculté Paul Valéry – Montpellier III, 1995-1996.

2.1.2.4 Bordeaux : le rôle phare de l'observatoire commun Cub-CCI

Pour les trois lignes de tramway construites en même temps et progressivement mises en service en 2003-2004, Bordeaux a joué et continue de jouer un rôle important dans le domaine des observations quantitatives et les enquêtes qualitatives régulières dont se sont inspirées de nombreuses agglomérations ayant actuellement des projets de TCSP de la 3^e génération qui ne font pas l'objet de cette synthèse.

L'Observatoire des effets du tramway sur l'activité économique (dont le commerce) a été mis en place¹⁴ en partenariat étroit entre la communauté urbaine de Bordeaux (Cub) et la Chambre de commerce (CCI), maître d'œuvre, bien avant le début des travaux, ce qui lui permet de comparer la situation « avant tramway » avec l'évolution depuis sa mise en service ; son rapport 2004¹⁵, premier rapport « après », a été utilisé pour cette synthèse. On n'y trouve pas cependant de comparaison entre les entreprises situées dans le corridor et celles du reste de l'agglomération, sauf sur un ou deux points ; dans le corridor une comparaison est possible entre entreprises touchées par la phase 1 (terminée) des travaux du tramway et celles de la phase 2 (où les travaux ont commencé en 2004-2005).

NB : Effets observés a priori et a posteriori dans un corridor de 300 m autour du tramway (2 x 150 m) ; ils concernent le nombre de commerces, les vacances, les créations/cessations, la répartition des activités dans le corridor, l'immobilier d'entreprise ; l'Observatoire sonde aussi l'opinion des chefs d'entreprise (toutes activités économiques) par enquêtes régulières : évolution des activités, sentiment sur l'évolution relative du chiffre d'affaires, fréquentation et comportements des clients, livraisons.

2.1.2.5 Grenoble : un diagnostic a priori et un suivi systématique des entreprises situées dans le corridor de la 3^e ligne de tram

Pour la 3^e ligne de tramway – prévue pour 2006 – une étude diagnostic importante¹⁶ a été réalisée en amont par l'Agence d'urbanisme (AURG), à la demande du SMTG, avec constitution d'une banque de données et proposition d'une méthode d'observation, afin d'évaluer ce qui sera modifié dans le domaine des activités économiques riveraines dans les années à venir. Elle concerne beaucoup plus spécifiquement l'impact socio-économique du tramway sur l'activité de l'ensemble des entreprises (dont le commerce, comme c'est le cas à Bordeaux) que les études des deux premières lignes (voir tramway 1^{ère} génération).

NB : Les activités économiques, dont le commerce, feront l'objet d'un suivi systématique sur la base d'un diagnostic (terminé en juin 2004) concernant les établissements situés dans une zone de 400 m (2 x 200 m) autour de la future 3^e ligne de tramway ; il sera complété régulièrement par une enquête auprès des chefs d'entreprise sur le comportement des consommateurs.

¹⁴ Recommandations pour observer les impacts d'un TCSP sur les activités économiques, C. Miécaze, CCI de Bordeaux pour le Certu, Lyon, 2004.

¹⁵ Observatoire des effets du tramway sur l'activité économique, rapport 2004, CCI de Bordeaux et Bordeaux Métropole, décembre 2004.

¹⁶ Enquête et expertise sur les activités économiques riveraines de la 3^e ligne de tram, Cabinet Boschetti, pour l'AURG, à la demande du SMTG, Grenoble, juin 2004.

2.1.3 Observatoires mis en place dans sept villes à TCSP

Pour information, il est donné la liste des « observatoires mis en place dans sept villes à TCSP françaises » telle qu'elle a été publiée par l'ouvrage CCI de Bordeaux/Certu sur la mise en place d'observatoires¹⁷.

VILLES- AGGLOMÉRATIONS	TYPE DE TCSP	ETAT D'AVANCEMENT EN JUIN 2004	MESURE DE L'IMPACT D'UN TCSP SUR L'ECONOMIE
Bordeaux	<i>Tramway</i>	<i>En fonctionnement + extension</i>	Observatoire des effets économiques du tramway Observatoire des vitrines commerciales
Nancy	<i>Tramway</i>	<i>En fonctionnement</i>	Observatoire des chiffres d'affaires des entreprises sur le tracé du tramway
Strasbourg	<i>Tramway</i>	<i>En fonctionnement + extension</i>	Observatoire des effets du tramway <i>a posteriori</i> de la mise en services des lignes Observatoire de l'économie
Mulhouse	<i>Tram-train</i>	<i>Projet/travaux</i>	1 ^{ère} année d'existence de l'Observatoire des effets économiques
Clermont-Ferrand	<i>Tramway sur pneus</i>	<i>Projet/travaux</i>	Projet d'observatoire en 2004
Marseille	<i>Tramway</i>	<i>Projet/travaux</i>	Projet d'observatoire (activité économique, urbanisme, comparaison villes tramway)
Nice	<i>Tramway</i>	<i>Projet/travaux</i>	Projet de mise en place d'un observatoire avec réalisation d'enquêtes entreprises
Toulon	<i>Tramway</i>	<i>Projet/travaux</i>	Projet d'observatoire des effets du tramway sur l'économie

¹⁷ Recommandations pour observer les impacts d'un TCSP sur les activités économiques, C. Miécaze, CCI de Bordeaux pour le Certu, Lyon, 2004.

2.2 Effets constatés

Par souci de clarté, les impacts observés dans les six agglomérations étudiées ont été regroupés et sont traités ci-dessous thème par thème, exemples à l'appui. Sachant que les constats dépendent toujours d'un contexte spécifique, urbain, commercial, culturel... et sont inscrits dans une évolution locale et nationale et dans des périodes très différentes ; les contextes sont relevés là où cela est utile. On peut les retrouver plus en détail dans les monographies consacrées aux agglomérations étudiées en partie 2 de cette synthèse.

On trouve au chapitre suivant les points clefs qui peuvent faire varier les effets observés et, lorsque ce relevé d'effets conduit à la formulation de constantes ou de tendances, on les trouvera au chapitre « Hypothèses et dires en conclusion ».

Les thèmes portent successivement sur :

- le nombre de commerces ;
- les créations-cessations ;
- les mutations d'activités,
- la question des grandes enseignes ;
- les vacances et les pertes de cellules commerciales ;
- la valorisation de la localisation et des loyers ;
- l'évolution du chiffre d'affaires ;
- la clientèle : évolution de la fréquentation et des comportements d'achats.

Afin de mieux replacer les effets observés dans les agglomérations étudiées dans leur contexte local et chronologique, on rappelle ci-dessous les dates de mise en service de ces tramways (ordre chronologique des premières lignes) :

- Nantes : ligne 1 : 1985 et extensions jusqu'en 1989 ; ligne 2 : 1992-1994 ; ligne 3 : 2000 ;
- Grenoble : ligne A : 1987 ; ligne B : 1990 ;
- Strasbourg : ligne A : 1994 ; ligne B : 2000 ;
- Rouen : une ligne unique de tramway, appelée « métro », en 1994 ;
- Montpellier : première ligne en 2000 ;
- Bordeaux : trois lignes construites ensemble et progressivement mises en service en 2003-2004.

2.2.1 Effets sur le nombre de commerces

Dans une agglomération qui implante un tramway, ou plus largement un TCSP, la première crainte des commerçants – au-delà de la période des travaux – est la possibilité ou non de pouvoir se maintenir ; sans pour autant tenir compte de la force ou de la faiblesse des commerces eux-mêmes, de la taille des boutiques, du tissu urbain ou du quartier dans lequel ils se trouvent ou de la situation économique générale.

A Nantes, par exemple, qui a en quelque sorte « essuyé les plâtres » du retour du tramway en France (ouverture de la ligne 1 en 1985) on constate, dans l'agglomération, une diminution de 6 %¹⁸ du nombre de commerces entre 1989, date de la fin des travaux de la ligne 1 et du début des travaux de la ligne 2, et 1992, date de l'ouverture de la 2^e ligne. Outre que l'on n'y dispose pas d'observations précises sur les mutations du commerce avant les premiers travaux, on s'aperçoit que cette réduction ne concerne que les « petits » commerces (de moins de 400 m²), alors que dans le même temps on enregistre une augmentation des surfaces totale de vente dans l'agglomération de 25 %, due aux « grands » commerces.

Même si les (petits) commerces sont très présents dans la bande de tramway des deux premières lignes, l'Auran note¹⁹ que des mutations commerciales sont certes en cours en 1995 et en partie liées aux travaux du tramway, mais qu'elles sont également attribuables à la conjoncture économique nationale et aux changements de comportement des consommateurs.

A Strasbourg et dans ses couronnes périphériques, au contraire, entre 1995 et 2002²⁰, le stock d'établissements de commerce de détail (tous types de distribution confondus) a augmenté au total de 975 à 989 (source Codata). Dans l'hypercentre de Strasbourg où se croisent l'ensemble des lignes de tramway du réseau (ouverture de la première en 1994), le nombre de commerces dans les différentes artères est en légère augmentation ; en 2002 on compte trente-huit établissements de plus qu'en 1995, sur un total de 1 719 établissements.

On constate surtout que les mutations affectent autant les rues avec tramway que celles qui n'en ont pas ; soulignons même que les axes sur lesquels interviennent les plus fortes variations en nombre de commerces sont précisément « sans tramway » ; ce qui relativise « l'impact » du tramway en matière de nombre de commerces.

Dans la communauté urbaine de Bordeaux, dans une conjoncture économique peut-être légèrement plus favorable par rapport à l'ouverture des premières lignes de tramway à Nantes, entre 1999 et 2004, le nombre d'établissements, toutes activités économiques confondues, a augmenté dans l'agglomération. Il a augmenté plus en dehors du corridor tramway qu'à l'intérieur de celui-ci, soit 5,7 % contre 2,4 % ; plus pour les entreprises situées dans le corridor et non encore touchées par les travaux (mais qui le seront lors des extensions), que pour celles du corridor directement touchées par les travaux des trois premières lignes, soit 6,6 % contre 1,9 % ; et enfin, plus pour les établissements non-riverains par rapport aux établissements riverains, soit 2,8 % contre 1,9 %. En matière de commerces, sur l'ensemble de la période 1999 - 2004, malgré les très fortes perturbations des travaux et malgré le passage du tramway dans un milieu très urbain et très commerçant, le nombre de commerces a reculé de 2,1 %, « seulement » est-on tenté de dire.

On notera que la CCI attribue pour une large part la baisse du commerce (la plus forte en cinq ans par rapport aux autres activités économiques) à la diminution du commerce de gros.

¹⁸ *Évaluation du tramway de l'agglomération nantaise*, District, DTT, DDE 44, TAN, Auran, Nantes, 1995.

¹⁹ *Op.cit.*

²⁰ *Déplacements et commerces, Impacts du tramway sur le commerce dans l'agglomération strasbourgeoise*, Adeus, C. Koenig, J. Scaravella, F. Vigneron, B. Vimbert, Certu, Lyon, 2004.

Les exemples cités permettent de souligner l'extrême diversité des situations selon les époques et les lieux, et en même temps de relativiser l'impact du tramway en tant que tel sur le nombre de commerces. L'Observatoire de l'agence d'urbanisme de Grenoble²¹ le notait déjà en 1990-1992, l'ensemble des constatations sur le nombre et la nature des mutations des commerces que l'on peut faire est à replacer dans une conjoncture générale. Le nombre de mutations avait été fort aussi à Grenoble au-delà du corridor tramway et, d'autre part, il y avait eu l'ouverture de nombreux mètres carrés de surface de vente en périphérie. L'Observatoire de Grenoble concluait : « le tramway se situe ainsi dans une évolution globale qui tend à déclencher les mêmes effets que lui ».

2.2.2 Créations/cessations, délocalisations de commerce

Lié aux observations sur le nombre de commerces, le thème des créations-cessations de commerces fait partie des mêmes préoccupations des acteurs économiques concernant l'évolution des entreprises suite à l'ouverture d'une ligne de tramway. Difficile d'interprétation, cette question est peu abordée dans les études des agglomérations étudiées. L'important est de voir le nombre de créations l'emporter sur les cessations et de constater que, pour l'ensemble des établissements, toutes activités confondues, le solde des créations par rapport aux cessations augmente « avec » ou « malgré » le tramway comme l'Observatoire des effets du tramway de la **communauté urbaine de Bordeaux** (Cub) a pu le noter.

A Bordeaux, en 2003, le pourcentage de créations dans le corridor (tous établissements et activités confondus) est très proche de celui de la Cub dans son ensemble : 13,8 % et 13,7 % respectivement. Il en est de même pour le taux de cessations : 11,0 % et 9,9 %. De plus, note l'Observatoire²², le solde de créations/cessations n'a jamais été aussi important dans la Cub qu'en 2003 : 844 établissements de plus en 1 an (contre +1 040 de 1998 à 2003), même si 502 établissements ont été transférés hors Cub. Là aussi, comme pour le nombre d'entreprises, la variation du taux de créations d'un secteur du corridor à l'autre – et entre les établissements du corridor et ceux de l'ensemble de la Cub – est grande sur l'ensemble de la période (1998 à 2003). En revanche, et cela mérite aussi attention, il y a eu baisse constante du taux de cessations (corridor et Cub). Enfin, dans le corridor, en 2003, le solde des créations d'entreprises toutes activités confondues par rapport aux cessations est en hausse par rapport à 2002.

A Grenoble, la CCI de Grenoble constate, elle aussi²³, « la grande variabilité des mutations des commerces selon les tronçons de voirie concernés », mettant ainsi en avant la spécificité de chaque mutation ou emplacement de commerce en interaction avec le tramway et ses arrêts.

²¹ *Étude sur les impacts du tramway*, Agence d'urbanisme de la région grenobloise (AURG), Grenoble, décembre 1990 et *Observatoire des effets du tramway*, AURG, Grenoble, mai 1992.

²² *Observatoire des effets du tramway sur l'activité économique, rapport 2004*, CCI de Bordeaux et Bordeaux Métropole, décembre 2004.

²³ Voir Dire d'expert, Philippe Bertrand, CCI Grenoble, AURG dans « Monographie de Grenoble ».

L'Agence d'urbanisme de la région grenobloise note²⁴ que, au moment de la construction de la première ligne (mise en service en 1987), on a certes constaté des délocalisations d'activités pour l'ensemble des communes touchées par le tramway (environ 1 050) mais que celles-ci ont été compensées par l'apparition d'activités nouvelles qui ont su créer entre 1 000 et 1 500 nouveaux emplois à proximité des lignes, c'est-à-dire dans le corridor tramway. Le tramway (pour la ligne 1 du moins), semble avoir favorisé un mouvement centripète dans l'installation d'activités nouvelles, au nombre desquelles les activités tertiaires sont les plus importantes ; point de vue corroboré par la transformation d'appartements en locaux d'activités à Grenoble, peu nombreuses mais créant entre 2 000 et 5 000 m² d'activités nouvelles selon les années²⁵, dont 75 % à proximité des lignes de tramway, ce qui à l'époque (années 1990) sur un total de bureaux neufs de 50 000 m² par an n'est pas négligeable.

Dans la communauté urbaine de Strasbourg (Cus), l'Adeus²⁶ note que si le nombre de commerces est resté stable (à la hausse tout de même), les changements ont été nombreux : cessations, reprises, nouvelles créations, puisque seuls 45 % des établissements recensés en 2002 étaient présents en 1995.

*Les exemples cités laissent penser que cet « effet constaté », comme le précédent qui lui est lié, est également à replacer dans une conjoncture générale. On constate que le tramway **participe** à un repositionnement des commerces « bien au-delà des axes et quartiers desservis par le tramway » dans l'ensemble de l'agglomération²⁷; les mutations, pour importantes qu'elles soient, ont le plus souvent été engagées bien avant la mise en place du tramway. A Strasbourg²⁸ on note ainsi qu'à l'époque de la mise en service, les mutations commerciales dans le centre-ville sont semblables dans les rues avec ou sans tramway. On y note surtout qu'elles suivent, globalement, l'évolution de l'appareil commercial des autres agglomérations françaises.*

2.2.3 Mutations d'activités : une affaire complexe

La question du « changement du type d'activité » fait également partie de celles que les acteurs économiques se posent sur l'évolution des commerces. Là encore les réponses varient fortement selon le type d'activités pratiqué, la diversité de l'offre et l'adéquation entre l'offre des commerces et la demande de la clientèle qui, elle-même, est influencée par le quartier dans lequel se situe le commerce et par son accessibilité selon le type de produits qu'il offre.

²⁴ *Étude sur les impacts du tramway*, Agence d'urbanisme de la région grenobloise (AURG), Grenoble, décembre 1990 et *Observatoire des effets du tramway*, AURG, Grenoble, mai 1992.

²⁵ *Op. cit.*

²⁶ *Déplacements et commerces, Impacts du tramway sur le commerce dans l'agglomération strasbourgeoise*, Adeus, C. Koenig, J. Scaravella, F. Vigneron, B. Vimbert, Certu, Lyon, 2004.

²⁷ *Op. cit.*

²⁸ *Op. cit.*

A Nantes, la CCI et la chambre de métiers (CM) constatent que, à propos des travaux de la ligne 3 inaugurée en 2000²⁹ et contrairement à ce qu'on observe ailleurs (notamment à Bordeaux, en 2004), *« les entreprises qui ont le plus souffert des travaux et du passage du tramway sont celles vendant des produits de consommation quasi quotidienne. Celles qui vendent des produits anomaux ou qui n'ont pas de surface de vente, sont moins impactées, car les comportements d'achats ne sont pas autant liés à l'accès et à la proximité. Le plus souvent elles ont été obligées d'accroître leurs actions commerciales pour tenter de limiter la baisse de leur chiffre d'affaires. [...] Généralement c'est sur le service que les entreprises ont insisté pour mieux répondre aux besoins de leurs clients : livraison gratuite de leurs produits, déplacements gratuits pour aller chercher du matériel à réparer, etc. Dans tous les cas c'est une stratégie qui leur a permis de limiter l'impact des travaux sur leur activité, voire de se développer en élargissant leur potentiel de clients »*.

Quant aux mutations d'activités dans la **communauté urbaine de Bordeaux**, sur le total des établissements du corridor, 34,6 % sont des commerces en 2004, soit une réduction de 2,1 % par rapport à la situation de 1999 ; Industrie, BTP, artisanat : 9,1 %, soit une réduction de 0,4 % entre 1999 et 2004 ; Services : 56,2 %, soit une augmentation de 5,9 % entre 1999 et 2004.

Dans la communauté urbaine de Strasbourg, on note³⁰ que seuls les commerces liés à l'équipement de la personne et les commerces alimentaires ont vu leur nombre diminuer, notamment dans l'hypercentre et sur le reste du territoire de la commune de Strasbourg. La baisse de magasins relevant de l'équipement de la personne est compensée par une hausse significative de services, des agences bancaires en particulier. Le nombre de services, à caractère commercial, liés à la restauration et à d'autres types d'activité tertiaire, a en revanche progressé au cours de la même période sur ces mêmes territoires.

Dans l'agglomération rouennaise (« métro » en 1994), où les résultats sont donnés par pôles commerciaux et comparés avec des secteurs témoins situés hors zone d'attraction du tramway, on note que plus le nombre d'entreprises par pôle dit « majeur » (nombreux commerces, bien portants, rayonnants), généralement implanté dans l'hypercentre, est élevé, plus le « turnover » (changement d'activités) est important lui aussi : 41-42 % environ contre 2 % seulement pour les pôles majeurs situés dans les secteurs témoins. A l'opposé, et pour des raisons différentes, les pôles « en mutation », situés en tissu intermédiaire qui étaient déjà en difficulté « avant », et indépendamment du tramway, connaissent eux aussi un taux de mutation d'activité important, soit environ 25 % contre 4 à 5 % seulement dans les secteurs témoins ; on voit ainsi que les pôles en mutation le long du « métro » « profitent » de l'occasion qui leur est offerte pour soit changer d'activité, soit s'implanter ailleurs.

²⁹ *Construction de la ligne 3 et prolongement de la ligne 1 de l'agglomération nantaise, Impact des travaux sur les entreprises artisanales et commerciales*, note de synthèse, Chambre des métiers de Loire atlantique, Chambre de commerce de Nantes et Saint-Nazaire, 2001.

³⁰ *Déplacements et commerces, Impacts du tramway sur le commerce dans l'agglomération strasbourgeoise*, Adeus, C. Koenig, J. Scaravella, F. Vigneron, B. Vimbert, Certu, Lyon, 2004.

Comme le montrent les exemples de Nantes et de Rouen, beaucoup découle de la situation du commerce avant l'arrivée du tramway : appartenance à un pôle dynamique, implantation en adéquation avec l'offre du magasin et la demande des consommateurs... Ils montrent aussi que l'élément humain importe : beaucoup dépend de la volonté et de la capacité d'adaptation des commerçants eux-mêmes. Ce qui revient à relativiser à nouveau l'impact du tramway (hors période de travaux et hors modifications importantes du plan de circulation). On trouvera dans les monographies deux exemples frappants des effets complexes sur le commerce (nombres, types, fréquentation) d'un changement du plan de circulation accompagnant la mise en service du tramway, à Rouen (avenue de Caen) et à Grenoble (avenue Alsace-Lorraine). Dans les deux cas, le plan de circulation a eu pour effet de couper les commerces concernés des flux (automobiles) dont ils dépendaient. Tout en reconnaissant que, dans le même temps, dans le cas de l'avenue Alsace-Lorraine, où de nombreuses autres mutations du quartier étaient en cours, le tramway et la piétonisation-requalification de l'espace public ont tout de même permis aux commerces en forte perte de vitesse et au quartier de survivre³¹.

2.2.4 Grandes enseignes nationales ou internationales

Ce que craignent souvent les commerçants et aussi les autres acteurs économiques, ce sont les mutations en faveur des grandes enseignes nationales ou internationales ou l'arrivée de franchisés, qui risquent d'uniformiser les centres-villes et de repousser les commerçants indépendants vers d'autres quartiers ou vers la cessation d'activité.

En réalité, ces mutations font partie d'une évolution globale, même si le tramway accentue le phénomène des grandes enseignes. Celles-ci analysent l'effet du tramway – comme l'effet « zones piétonnes » ou les effets de ces deux facteurs combinés comme à **Grenoble, Strasbourg et Rouen** – en termes de flux de clients potentiels, et s'installent là où ce flux est optimum selon la stratégie de chacune. Un optimum qui varie selon le type d'offre qu'elles proposent (luxe, bas de gamme, haut de gamme), selon le type d'accessibilité dont elles ont besoin, selon le type et le nombre de clients qu'elles espèrent attirer. C'est vrai d'ailleurs pour beaucoup de commerces.

A Grenoble, le tramway – qui passe en centre-ville piéton – a attiré souvent des commerces de moyenne gamme ou de bas de gamme, notamment autour des arrêts où les achats d'impulsion dominent, tandis que les magasins de luxe, même indépendants, ont préféré se déplacer en limite de zone piétonne pour bénéficier d'un accès automobile possible.

³¹ Voir Dire d'expert, Hubert Gaillardot, CCI Grenoble, AURG dans « Monographie de Grenoble » et extrait d'un entretien paru dans *Un tramway à Grenoble, transport et projet urbain*, Xavier Malpert et Aleth Picard, GEVR/Plan urbain/SMTC, Grenoble et Rouen, avril 1995.

A Strasbourg, dans l'hypercentre en grande partie piétonnisé, les données Codata confirment les analyses réalisées avec le fichier Sirene et montrent que les rues dans lesquelles passe le tramway ne sont pas plus affectées par les mutations des cellules ou les enseignes que les autres rues commerçantes³². Dans l'ensemble, la proportion d'enseignes nationales ou internationales tend à augmenter sur les 62 voies de l'hypercentre, circulées ou non par le tramway ; en six ans, leur part est passée de 36 % à 42 %. L'Adeus³³ note tout de même (en 2003) que dans une rue mixte piétons-tramway qui offre le commerce le plus chic de l'hypercentre (rue de la Mésange, voir monographie), 70 % des enseignes nationales ou internationales étaient déjà présentes en 2000.

A Rouen, l'étude spécifique « Impact du métro »³⁴ établit également un lien privilégié entre enseignes nationales et flux piétons, il est vrai amenés ici non seulement par les zones piétonnes adjacentes à la rue principale de l'hypercentre, mais aussi suite à l'ouverture de la deuxième station de « métro » dans la rue principale (tramway en sous-sol). Dans l'ensemble de l'hypercentre de Rouen, l'étude « métro » note que les enseignes nationales ont « littéralement envahi les linéaires », ce qui a contribué à faire monter les prix des loyers (voir plus loin). Les chiffres du service Affaires économiques de la Ville de Rouen font ressortir que certaines rues de l'hypercentre comptent 75 % d'enseignes nationales, mais qu'elles étaient déjà fortement implantées dans ces vastes zones piétonnes avant l'ouverture du « métro ».

Ces exemples montrent qu'il existe surtout un lien entre zones piétonnes et grandes enseignes ou franchisés qui s'exprime en termes de flux piétons ; celui existant entre tramway et grandes enseignes doit être relativisé, car il s'exprime plus en termes de flux amenés par le TCSP qu'en termes de présence du tramway en tant que tel (voir importance des flux piétons au chapitre suivant).

Soulignons, avec l'Adeus³⁵ pour Strasbourg, que la présence d'enseignes nationales ou internationales, traduit surtout l'attractivité des secteurs centraux, liée au moins partiellement à la présence du tramway et surtout à la recomposition de l'espace public qu'il a généré.

2.2.5 Vacances de locaux et pertes de cellules commerciales

Les locaux vides semblent être une des hantises des acteurs économiques en général, et des commerçants en particulier, par ce qu'ils peuvent impliquer de cessations d'activité ou même de friches. Ils n'ont fait l'objet d'un relevé systématique que dans les agglomérations de Rouen et de Strasbourg.

³² *Déplacements et commerces, Impacts du tramway sur le commerce dans l'agglomération strasbourgeoise*, Adeus, C. Koenig, J. Scaravella, F. Vigneron, B. Vimbert, Certu, Lyon, 2004.

³³ *Op. cit.*

³⁴ *Impact du métro sur le commerce*, Bérénice, Pour la ville et le commerce, novembre 2000.

³⁵ *Déplacements et commerces, Impacts du tramway sur le commerce dans l'agglomération strasbourgeoise*, Adeus, C. Koenig, J. Scaravella, F. Vigneron, B. Vimbert, Certu, Lyon, 2004.

A Rouen (« métro » en 1994), en prenant en compte la période 1992-2000, on constate que, sur l'ensemble des pôles, le taux de locaux vides³⁶ est souvent plus élevé dans les secteurs témoins, sans « métro » (de 3 % à 6 % avec une pointe à 15 % et une autre, exceptionnelle, à 38 %!), que dans ceux qui en bénéficient : de 1 à 3-4 % avec une pointe à 11 % et une autre à 17 %. Dans les pôles déjà en mutation avant l'arrivée du tramway, les pourcentages varient fortement d'un secteur à l'autre, avec ou sans tramway, et ne peuvent donc être considérés comme significatifs ; sauf que dans les pôles fragiles il peut sembler plus logique de trouver des locaux vides. L'étude note tout de même que la crise de la consommation nationale qui a sévi de 1992 à 1996, est sans doute pour beaucoup dans ces derniers résultats.

A Strasbourg, en considérant la période 1994-2002, qu'il s'agisse de rues avec tramway ou sans, le nombre de vacances diminue, y compris dans la rue sans tramway qui semble avoir souffert le plus de la recomposition générale de l'hypercentre (passage de douze à dix locaux vides en sept ans). Dans la rue de la Mésange, voie mixte piétons-tramway, dont il a été question ci-dessus, le nombre de ces vacances, déjà très réduit, a encore été divisé par deux : de quatre à deux.

Ces différents exemples montrent que ce n'est généralement pas le tramway qui est à l'origine des vacances ; d'autres causes, comme une conjoncture nationale morose semblent expliquer mieux ce phénomène qui a plutôt tendance à s'améliorer avec l'arrivée d'un tramway et les recompositions de l'espace qui l'accompagnent. Ou comme le note l'Adeus pour l'hypercentre de Strasbourg, il n'y a pas de véritable vacance en matière de locaux commerciaux, à part quelques rues situées à l'écart des principaux flux piétons. De plus, ici comme ailleurs en centre ancien, une perte de cellules commerciales s'explique souvent par des regroupements de plusieurs petites cellules.

2.2.6 Valorisation de la localisation des commerces et des loyers

Plus que pour d'autres entreprises, la localisation est primordiale pour les commerces : par rapport à leur clientèle cible, par rapport à l'accessibilité en fonction de leur offre et du mode de déplacements, par rapport aux flux et par rapport, en l'occurrence, à une infrastructure aussi « lourde » que le tramway, qu'ils souhaitent tourner celle-ci à leur profit ou qu'ils la « subissent ». L'aspect financier de la question est traité ci-après. L'aspect spatial et de l'insertion de la plate-forme du tramway dans le tissu est traité au chapitre suivant.

A Grenoble, en 1992, alors que les deux premières lignes étaient en service, l'Agence d'urbanisme estimait³⁷ « que le tramway fouette le marché des terrains à bâtir mais seulement pendant quelques années ; qu'il a une incidence sur les constructions de logements neufs mais ne perturbe pas le marché des occasions ni les loyers ; et que, enfin, il contribue au mouvement centripète des activités tertiaires et provoque des mutations de fonds de commerce au moment de la construction des lignes, un bouillonnement qui s'atténue très fort par la suite ».

³⁶ Impact du métro sur le commerce, Bérénice, Pour la ville et le commerce, novembre 2000.

³⁷ Observatoire des effets du tramway, AURG, Grenoble, mai 1992.

Dans la communauté urbaine de Bordeaux, jusqu'en 2001, une entreprise sur deux, dans la plupart des quartiers en travaux, estimait dans l'ensemble que le tramway contribuerait à valoriser leur localisation, avec des taux particulièrement élevés dans les quartiers déshérités de l'agglomération où, comme autour de la gare Saint-Jean, des friches urbaines avaient gagné du terrain au cours des années 1990 ; elles espéraient aussi, selon le rapport 2004 de la CCI/Cub, que le tramway redynamiserait les activités commerciales de l'hypercentre, que des problèmes d'accessibilité avaient contribué à placer dans une condition difficile par rapport aux centres commerciaux de périphérie.

En matière de transactions immobilières, les années 2000-2001 (période du maximum de travaux dans la Cub) ont constitué un record en volume de transactions immobilières, lié pour partie au projet urbain de la Cub, dont le tramway constitue l'élément structurant. Le tramway participe ainsi à la revalorisation et à la reconfiguration de l'espace urbain. Parmi les transactions les plus significatives des années 2002 et 2003, il faut souligner que la moitié se situe à proximité ou dans la zone immédiate du tramway. Après une pause en 2002, une croissance en volume de 18 % a été enregistrée en 2003 ; largement induite par la progression des transactions locatives en bureaux neufs.

A Rouen, on a vu que les enseignes nationales ont fait monter les prix des loyers, étant donné qu'elles souhaitent toutes s'implanter dans l'hypercentre, en cherchant à regrouper de petites cellules commerciales pour en constituer de plus grandes.

A Strasbourg³⁸, le corollaire de l'attractivité accrue de l'hypercentre liée à la recomposition de l'espace public est une hausse importante des valeurs locatives, quels que soient les secteurs, et qu'il s'agisse de secteurs de basse et de moyenne gamme ou de rues avec des enseignes haut de gamme. Ce renchérissement des valeurs locatives et de la valeur des fonds de commerce des emplacements centraux – processus à l'œuvre depuis 1990 – fait baisser la part de marché des commerces indépendants au profit des enseignes nationales.

Qu'ils en profitent en matière de flux de clientèle ou qu'ils souhaitent vendre et s'installer ailleurs ou partir en retraite, les commerçants peuvent constater la valorisation des localisations partout où passe le tramway et où l'espace public est valorisé alentour ; avec des modulations par endroits en fonction du type de commerces, de clientèle ou d'un plan de circulation. Lorsque cette valorisation des emplacements est très forte avec hausses importantes des loyers et installation de grandes enseignes, elle peut provoquer la disparition progressive des commerces indépendants ou leur délocalisation vers des secteurs moins prisés.

2.2.7 Pertinence ou non de l'indicateur chiffre d'affaires

Les études et résultats d'enquêtes qualitatives consultées ne traitent que rarement de l'évolution du chiffre d'affaires des entreprises en général ou des commerces en particulier. Les unes et les autres ne donnent que des tendances, et bien des acteurs économiques dont les CCI se posent des questions sur la pertinence de cet indicateur.

³⁸ *Déplacements et commerces, Impacts du tramway sur le commerce dans l'agglomération strasbourgeoise*, Adeus, C. Koenig, J. Scaravella, F. Vigneron, B. Vimbert, Certu, Lyon, 2004.

A Grenoble, peu ou pas de données existent sur les effets possibles du tramway sur le chiffre d'affaires du commerce. Les seuls disponibles pour l'agglomération³⁹ de 1986 à 1988 concernent Grand'Place, un centre commercial en tissu pratiquement périphérique, à cheval sur la limite sud de Grenoble et la commune d'Echirolles, desservi dès le début par la première ligne de tramway. A en juger par ces chiffres, le taux d'accroissement global à Grand'Place à cette période de début de nouvelle crise économique nationale, n'a été que de 3 % par an environ, ce qui, selon l'Agence d'urbanisme, équivaut à cette époque à une chute d'activité en francs constants. Les responsables de Grand'Place estimaient en 1989 qu'ils avaient perdu de la clientèle à cause du tramway, ce qu'il convient sans doute de nuancer avec les chiffres d'une conjoncture morose et avec les résultats observés mais non enregistrés statistiquement partout dans l'agglomération où l'on semble avoir enregistré une chute de clientèle ; l'AURG explique qu'il y avait aussi, sans doute, un accroissement de la mobilité de tous les clients dans l'ensemble de l'agglomération, grâce en partie au tramway.

A Rouen, la crise de la consommation nationale de 1992 à 1996 est arrivée en 1994, année d'ouverture de la ligne de « métro » ; la reprise a commencé à s'y dessiner en 1997, plus rapidement qu'au niveau national où elle s'est confirmée en 1999, puis l'activité s'est stabilisée au premier semestre 2000. Entre 1992 et 1998, l'ensemble du commerce de détail français⁴⁰ et de l'artisanat a progressé de 10,3 % (dont les hypermarchés, supermarchés, magasins alimentaires : + 20,8 %) ; à Rouen, les secteurs marchands analysés par l'étude Bérénice de 2000⁴¹ reflètent ces relatives progressions. Les pôles « majeurs » (bonne accessibilité, grande concentration de commerces) connaissent, en tendance, par interrogation des chefs d'établissement, une progression de chiffre d'affaires supérieure à la moyenne nationale (une moyenne de + 10/15 % pour ces pôles et même + 20/25 % pour la rue du Gros Horloge, piétonne en 2000 par rapport à 1992), tandis que les secteurs témoins (sans « métro ») enregistrent une tendance analogue pour les pôles en bonne santé mais beaucoup plus mauvaise pour les autres en mutation ou fragilisés par rapport aux établissements de même catégorie mais bénéficiant du « métro ».

A Bordeaux (ouverture des trois lignes fin 2003/début 2004), le chiffre d'affaires a évolué pour tous les établissements, toutes activités confondues, d'après les chefs d'entreprise interrogés⁴². C'est évidemment lors des plus fortes perturbations dues aux travaux en 2000 et 2001, que le CA a évolué négativement pour le plus grand nombre de chefs d'entreprise (toutes activités confondues) : 46 % ; cependant, au plus fort des travaux, il y avait 14 % des chefs d'entreprise pour considérer leur chiffre d'affaires comme étant stable, et 40 % comme étant en progression plus ou moins forte ! Ces pourcentages assez étonnants, reflètent la relative confiance qu'ont gardée les chefs d'entreprise bordelais tout au long des travaux, en la capacité du tramway à changer la ville et à redynamiser sa vie économique. De 1998 à 1999, un an avant les travaux, ils n'avaient été que 14 % pour considérer l'évolution de leur chiffre d'affaires à la baisse, contre 58 % qui l'estimaient en hausse plus ou moins forte... « malgré les travaux à venir » qui s'annonçaient pourtant perturbateurs, lourds et longs.

³⁹ *Étude sur les impacts du tramway*, Agence d'urbanisme de la région grenobloise (AURG), Grenoble, décembre 1990 et *Observatoire des effets du tramway*, AURG, Grenoble, mai 1992.

⁴⁰ *Impact du métro sur le commerce*, Bérénice, Pour la ville et le commerce, novembre 2000.

⁴¹ *Op.cit.*

⁴² *Observatoire des effets du tramway sur l'activité économique, rapport 2004*, CCI de Bordeaux et Bordeaux Métropole, décembre 2004.

Les prévisions des chefs d'entreprise bordelais pour 2004 témoignaient du retour de la croissance... et de la clientèle : plus de deux chefs d'entreprise sur trois, soit près de 70 %, quel que soit le secteur d'activité, prévoient une hausse de leur chiffre d'affaires en 2004 – en se fondant sans doute sur le retour progressif de la clientèle qu'ils avaient pu constater dans leurs entreprises, commerces et services dès la fin des travaux.

Si le chiffre d'affaires est un indicateur pertinent et vital du point de vue du commerçant, l'Agence d'urbanisme de Strasbourg⁴³ estime que, pour les collectivités territoriales, le suivi des chiffres d'affaires paraît moins pertinent que celui du maintien d'un niveau de services et d'offre commerciale satisfaisants pour le citoyen, ainsi qu'un équilibre dans sa répartition spatiale. La CCI de Bordeaux a préféré interroger les entreprises sur la façon dont elles pensaient que le chiffre d'affaires allait évoluer, et pour la CCI de Montpellier, le chiffre d'affaires est plutôt une question de l'ordre de la Commission d'indemnisation pendant les travaux. A travers les exemples de Bordeaux, de Rouen et même de Grenoble, on se demande si, en matière de chiffre d'affaires, le rôle de la conjoncture nationale n'est pas plus important que le supposé « effet tramway ».

2.2.8 Clientèle : l'évolution de la fréquentation et des comportements d'achat

En matière d'évolution de la clientèle et de la fréquentation, la situation diffère selon les villes et les époques, selon le type de commerce et le type de clientèle que les commerces attirent, et selon le type de quartiers dans lequel ils sont implantés. En matière de comportements d'achat, les magasins dépendent de davantage de facteurs externes encore, liés au tracé du tramway, aux zones et quartiers desservis et à la diversité des profils socio-économiques des habitants de ces quartiers. Les observations doivent donc être prises avec une précaution supplémentaire par rapport aux autres effets constatés.

2.2.8.1 Fréquentation, nouvelles clientèles

A Bordeaux, des chefs d'entreprise ont émis des attentes et des craintes. En 2004, juste après la mise en service simultanée des 3 lignes, lorsque les chefs d'entreprise s'expriment sur leurs attentes vis-à-vis du tramway dans l'avenir, près des 3/4 des chefs d'entreprise interrogés s'attendent à des incidences positives du tramway sur leur établissement. Selon la tendance générale de 2004, 32 % des chefs d'entreprise de la phase 1 (établissements du corridor, tramway en service) espèrent que le tramway catalyse la fréquentation de leur établissement, 19 % en attendent une meilleure accessibilité et 11 % en attendent une valorisation du quartier, tandis que 28 % n'en attendent rien. Il s'agit donc là d'une opinion très positive dans l'ensemble, qui semble particulière à Bordeaux (voir au chapitre suivant, importance de la concertation). Et qui s'exprime aussi dans le faible taux de craintes, puisque 61 % des entreprises de la phase 1 n'appréhendent pas la cohabitation de leur activité avec le tramway et n'expriment donc aucune crainte ; elles sont 13 % seulement à craindre une dévalorisation des lieux, accompagnée d'une baisse de fréquentation du quartier ; les commerces représentent 19 % des enquêtés qui craignent une dévalorisation et une baisse de fréquentation ; craintes légèrement inférieures dans l'industrie et les services.

⁴³ *Déplacements et commerces, Impacts du tramway sur le commerce dans l'agglomération strasbourgeoise*, Adeus, C. Koenig, J. Scaravella, F. Vigneron, B. Vimbert, Certu, Lyon, 2004.

Dès 2004, un retour progressif de la clientèle avec la mise en service du tramway est constaté. A l'image de l'évolution de l'activité des entreprises dans le corridor, l'évolution du nombre de clients suit une dynamique positive par rapport à 2003. Dans tous les secteurs géographiques du centre-ville, le sentiment que la clientèle baisse est en régression en 2004 ; un secteur de l'hypercentre affichant même une chute des « pessimistes » de 55 points. Globalement, depuis 1999, on peut retenir que la clientèle de passage, tous établissements confondus, semble en diminution jusqu'en 2003 ; la clientèle de passage semble surtout en baisse pour les commerces, 37 % des enquêtés – alors que pour l'industrie et les services elle reste stable – même si les commerçants déclarent en même temps, à hauteur de 28 %, que la clientèle de passage augmente... toujours l'effet de la concertation intensive sans doute ! 2004 marque une inflexion de ce processus, même si la part des entreprises estimant que leur clientèle de passage est en diminution, elle reste supérieure à celle qui pense qu'elle est en augmentation ; près d'un établissement sur deux estime même que la clientèle de passage est stable d'une année sur l'autre, même si cette proportion a constamment diminué depuis 1999.

En l'absence d'une connaissance fine de la clientèle des commerces d'un quartier donné, il convient sans doute d'être prudent par rapport aux craintes de perdre une clientèle de transit du fait du tramway et des difficultés de stationnement. Il s'est même avéré dans un quartier en centre-ville de Bordeaux où les craintes avaient été vives, que, après la mise en service du tramway, non seulement aucun commerce n'avait muté, mais aussi que les établissements vivaient finalement avec une clientèle de proximité, contrairement à ce qu'ils pensaient ou affirmaient. Sans doute existait-il déjà des flux piétons à proximité, le tramway ne pouvant qu'en amener davantage, ce qui offrait ainsi des possibilités de diversification de l'offre commerciale pour ceux qui voulaient bien s'adapter.

A Montpellier, des enquêtes régulières de fréquentation commerciale ont été conduites sur site par la CCI (tramway en 2000, limité à la seule ville de Montpellier et tangentant seulement l'hypercentre fortement piétonnisé) auprès des populations fréquentant les différents pôles commerciaux du centre-ville. Bien qu'il ne s'agisse pas d'un outil spécifique pour mesurer l'impact du tramway, les résultats offrent un éclairage sur l'effet tramway ou du moins sur l'effet travaux. En effet, dans cette enquête de fréquentation commerciale (dont il est question ci-dessous, novembre 2002), des comparaisons sont faites avec les enquêtes de 1995 et de 1999. L'année 1999⁴⁴, qui se situe en pleins travaux du tramway, reflète une certaine désaffection de la clientèle extérieure à la ville et donne ainsi plus de poids aux résidents proches du centre-ville. Cela rend cette année très particulière en termes de fréquentation, mais donne aussi des indications sur les effets de ce type de travaux sur la fréquentation commerciale d'un centre-ville. Notons enfin qu'il s'agit d'usagers du site et donc pas forcément de clients des commerces mais de clients potentiels. Il est clair que fréquentations et profils d'achat ont changé depuis la piétonisation progressive du centre-ville et sans doute aussi du fait de la mise en œuvre du tramway, avec de nombreux changements du plan de circulation, sans que ces effets puissent être attribués directement à l'un ou l'autre de ces facteurs, l'outil n'ayant pas été fait pour cela.

⁴⁴ *Observatoire du commerce, enquêtes de fréquentation commerciale, novembre 2002, le centre-ville de Montpellier*, direction des études et observatoire économique, Montpellier, avril 2005.

De 1995 à 2002, les études de la CCI de **Montpellier** montrent le renforcement de la classe d'âge des vingt à trente-cinq ans qui confirme et minimise les classes d'âge de plus de cinquante ans. Elles signalent un basculement important dans la fréquentation dominante des ménages disposant de deux revenus (54 % en moyenne pour les onze pôles/rues étudiés) par rapport à la diminution de moitié des personnes déclarant n'avoir aucun revenu. En matière de rythme de fréquentation, la CCI note « une évolution inquiétante : une forte progression de la fréquentation exceptionnelle que l'on pensait pouvoir attribuer aux travaux du tramway semble devenir la règle pour 1/3 des clients ; de plus, même s'il est naturel que ce soient « les extérieurs » qui viennent moins fréquemment, la dimension exceptionnelle plutôt que mensuelle peut aussi traduire le résultat d'un sentiment de « renoncement » par rapport à une accessibilité automobile (qui concerne davantage évidemment les gens extérieurs à la ville) qui se dégrade au point de devenir dissuasive ».

A Bordeaux⁴⁵, l'Observatoire des effets du tramway a pu déterminer que les commerces les plus touchés par les travaux sont ceux qui s'adressent avant tout à une **clientèle de passage**, évidemment la plus perturbée par les changements des plans de circulation qui accompagnent la construction du tramway et parfois « l'après tramway ».

Si, en outre, ils sont implantés dans un quartier péri-central, ils subissent des impacts encore plus importants en matière de clientèle et sans doute de chiffre d'affaires. Pour ces commerces, à moins de modifier leur activité pour travailler davantage avec une clientèle de proximité, il est encore plus vital de s'adapter ou de se délocaliser.

A Bordeaux, les commerçants qui visent principalement une **clientèle de proximité** n'ont pas subi, du fait des travaux, d'évolution négative majeure. En effet, les clients du quartier n'ont pas modifié leurs habitudes et continuent de fréquenter les commerces des alentours, contrairement, à ce qui s'est passé à Nantes pour la 3^e ligne (voir mutations d'activités, une affaire complexe).

S'agissant des commerces qui s'adressent à une **clientèle d'attraction lointaine et de notoriété** (essentiellement des enseignes de centre-ville), Christian Boyer, CCI Bordeaux, constate deux types d'évolution : soit, ils sont suffisamment connus, forts et spécialisés pour qu'ils ne souffrent guère des travaux et ne subissent parfois que très peu de baisse de leur chiffre d'affaires (voir l'exemple de la librairie Mollat, monographie Bordeaux), soit, il s'agit de grandes enseignes de centre-ville – notamment de celles qui se consacrent à l'équipement de la personne – qui, elles, souffrent beaucoup plus durant la période de travaux. Là encore c'est vrai sans doute pour bien d'autres villes.

2.2.8.2 Comportements d'achat et de déplacement

A Nantes, selon un dire d'élus⁴⁶, si la première ligne de tramway n'a pas eu beaucoup d'effet sur le comportement des usagers de la ville de Nantes ou sur leurs modes de déplacement, la deuxième ligne a incité les automobilistes à changer d'habitudes et a été accompagnée de mutations commerciales. La troisième ligne, qui a été voulue dès le départ comme un instrument d'aménagement et d'incitation à des changements de comportement plus profonds, a été la plus difficile à accepter, tant par les commerçants que par les automobilistes ; c'est elle qui a fortement modifié le visage du centre-ville, des zones péri-centrales et des tissus intermédiaires et de périphérie qu'elle traverse.

⁴⁵ « Tramways et couloirs de bus : quels impacts sur la vie des commerces », in *Compte rendu du colloque Gart du 5 novembre 2002*, Christian Boyer, Paris, Gart, 2002.

⁴⁶ Dire d'élus, François de Rugy, Nantes, janvier 2005.

Les enquêtes montpelliéraines conduites par la CCI de 1999 à 2005 pour mieux cerner les populations fréquentant le centre-ville et leurs comportements d'achat montrent que, fréquentations et profils d'achat ont changé depuis la piétonisation progressive du centre-ville et la mise en œuvre du tramway, sans que ces effets puissent ressortir directement⁴⁷. On y lit notamment que l'accessibilité automobile se dégrade « au point de devenir dissuasive », ce qui selon la CCI se reflète dans les chiffres d'affaires des commerçants de l'ensemble du centre-ville (dont 130 seulement ont été touchés par la première ligne de tramway). Elle souligne, à travers quelques chiffres (voir monographie Montpellier) que venir en voiture est de plus en plus difficile, et que cette difficulté se ressent sur le rythme de fréquentation de ceux pour qui « venir autrement » n'est pas aisé... d'autant, sans doute, que la ligne 1 ne dessert aucune commune périphérique.

Même si la CCI est fortement en faveur d'un réseau de tramway de trois lignes – dont elle pense qu'il peut contribuer à limiter, à terme, l'étalement urbain et la motorisation des ménages – elle continue, en attendant, à attacher une importance particulière à la possibilité de fréquenter Montpellier et son centre-ville en voiture, la première ligne ne desservant que la ville de Montpellier. En comparant le nombre de voitures par foyer des personnes interrogées en fonction de leur domicile, on s'aperçoit que plus de 70 % des ménages qui résident hors de la commune de Montpellier – et qui fréquentent le centre-ville – disposent d'au moins deux voitures... un taux élevé de motorisation que la CCI met en regard avec un des objectifs assignés au tramway : combattre l'étalement urbain. Bien entendu, ce taux élevé souligne aussi les difficultés de circulation et de stationnement du centre-ville... que le PDU et la première ligne de tramway cherchent à réduire.

A Bordeaux, les enquêtes d'opinion téléphonique auprès des chefs d'entreprise font ressortir les sentiments suivants : la clientèle des commerces utilise davantage le tramway que celle des services et de l'industrie. Pour les autres utilisateurs du centre ou des communes desservies par les trois lignes de tramway, il est intéressant de constater que, selon plus de la moitié des chefs d'entreprise interrogés dans l'ensemble du corridor, le changement des comportements résulte de la modification des sens de circulation et du stationnement, ainsi que de l'évolution de la notoriété de l'entreprise et non pas de l'arrivée du tramway en tant que tel.

Il est possible que ce résultat soit imputable au fait que, pour les chefs d'entreprise, la voiture reste le moyen de transport le plus utilisé par les consommateurs venant dans le corridor. Si c'est le cas, on peut en tirer deux conclusions opposées selon la politique adoptée en matière de déplacements et de report modal, ou selon le point de vue auquel on se place.

En premier lieu, il est vraisemblable que si le stationnement, sur voirie ou en ouvrage, reste possible dans ou à proximité du corridor, la majorité des clients des magasins continuent à venir en voiture à supposer que la ville ait pu réduire ou éliminer le stationnement longue durée et qu'elle ait pu assurer le stationnement résidentiel.

⁴⁷ L'outil n'ayant pas été fait pour cela.

En second lieu et *a contrario*, du point de vue de ceux des commerçants qui fonctionnent davantage avec une clientèle d'automobilistes qu'avec une clientèle tramway ou croient fonctionner mieux avec une telle clientèle, le stationnement devrait toujours rester possible à proximité même si c'est en ouvrage. C'est d'ailleurs ce que disent les chefs d'entreprise interrogés, quand ils constatent que le stationnement de surface diminue au profit des parcs de stationnement payant. En effet, et cela a été noté auprès des chefs d'entreprise, les clients des établissements de la phase 1, en particulier des commerces, stationnent davantage en parking après l'arrivée du tramway, alors que les clients des établissements situés dans le corridor mais non encore touchés par les travaux (c'est-à-dire les établissements dits « de la phase 2 ») stationnent encore dans la rue... parce que cela reste possible. Ce qui montre tout de même une certaine efficacité des parkings en ouvrage construits pour « compenser » une partie des pertes de stationnement sur voirie autorisés ou interdits mais parfois tolérés.

Avec le développement des modes doux, les entreprises bordelaises sont plus nombreuses que par le passé à reconnaître, en 2004, que plus de 50 % des clients se déplacent en transport collectif, à deux-roues (sans spécifier s'il s'agit de vélos, de cyclomoteurs ou autres motos) ou à pied.

Les exemples cités ci-dessus, surtout celui de Bordeaux, montrent que tout est lié en termes de fréquentation et de comportements d'achat : valorisation du quartier, accessibilité, accroissement de la mobilité... Comme le notait l'Agence d'urbanisme de la région grenobloise, le tramway contribue à « redistribuer » la clientèle, soit parce qu'il en a accru la mobilité, soit parce qu'il a complètement modifié les accès à la ville.

3. Conclusions : les points clefs de l'interaction tramway et commerce

Les points clefs mis en lumière dans ce chapitre en guise de conclusion, représentent les différents facteurs qui ont sans doute – hormis les facteurs nationaux et les spécificités locales – contribué à faire varier les effets du tramway sur le commerce d'une agglomération à l'autre, et parfois entre une ligne de tramway et la suivante dans la même agglomération. Il s'agit pour la plupart de facteurs que l'on ne peut que rarement quantifier, mais dont on peut penser, légitimement et sur la base des effets constatés dans les agglomérations étudiées dans le cadre de cette synthèse, qu'ils ont un poids certain dans la réussite d'un projet tramway.

Selon les lieux, les périodes, les contextes politiques et urbains, et la manière dont l'outil tramway a été utilisé, l'interaction tramway-commerce a joué différemment dans les agglomérations étudiées. En dehors des effets constatés où l'on a déjà vu l'importance de la conjoncture économique nationale, d'autres facteurs ont influencé cette interaction tels que l'insertion amont de l'outil tramway dans un projet de ville, la concertation ou son absence, le contexte spatial, l'insertion physique de la plate-forme, l'importance des flux et, enfin, les opérations d'urbanisme concomitantes et les mesures d'accompagnement pour valoriser, compenser, rehausser ou réduire l'effet produit par le tramway. C'est de l'ensemble de ces facteurs qu'il sera question ci-dessous, avant que quelques hypothèses ne soient émises en conclusion.

3.1 Politiques urbaines et politique tramway

Les exemples étudiés montrent que pour avoir un effet positif optimum sur le système de déplacement et sur la vie des quartiers – et dans ce qui nous préoccupe ici sur le commerce – acteurs techniques, politiques et économiques ne peuvent se contenter de considérer le tramway comme un moyen de transport à intégrer dans un système urbain existant. Un tramway, et un TCSP en général, demande tout un environnement technique et opérationnel adapté. Il doit aussi s'inscrire dans un objectif d'aménagement urbain, de valorisation du centre et des quartiers qu'il traverse ou relie.

De plus, mieux il est inséré, dès le départ, dans les politiques urbaines – ou s'il fait partie d'un véritable projet de ville – avec un objectif de transport et d'aménagement équilibré, meilleures sont ses chances de réussite. A condition aussi, de trouver, par la participation de l'ensemble des acteurs concernés et dès les études de définition du tracé et d'insertion de la plate-forme, le meilleur compromis entre la finalité transport du tramway et son usage en tant qu'outil pour la valorisation des quartiers traversés et la dynamisation de la vie économique.

On peut poser que, comme à Bordeaux, plus une agglomération utilise le tramway comme outil de transformation volontariste du tissu et de l'espace urbains, et comme outil de dynamisation des quartiers et de leur fonctionnement, plus elle a de chances de réussir... si elle y met les moyens. Et par moyens on entend naturellement les moyens financiers, très conséquents dans l'agglomération bordelaise, mais aussi ceux d'un accord politique préalable entre élus de tous bords, ceux d'un partenariat entre

instances politiques et économiques et ceux d'une concertation-participation intensive pour faire accepter le tramway comme une chance pour l'agglomération. Dans un registre différent, le fait que la communauté urbaine de Bordeaux (Cub) dispose de l'ensemble des compétences nécessaires – transport, urbanisme, voirie et stationnement – a largement joué en faveur du projet et de son unité.

À Bordeaux, en effet, le tramway, outre sa fonction transport première, a été utilisé dès le départ comme un outil au service d'une nouvelle politique urbaine pour sa capacité à transformer et à remodeler les quartiers traversés. Pour le président de la Cub, le tramway devait combattre l'urbanisation en tache d'huile, recentrer l'agglomération sur son cœur urbain et redynamiser la rive droite de la Garonne.

S'il est trop tôt pour dire si la réussite est au rendez-vous sur tous ces points, il est manifeste que la ville s'est embellie, fonctionne mieux et respire, y compris sans doute sur le plan économique puisque le tramway génère davantage de flux de clients potentiels.

Cependant, en ce qui concerne l'utilisation de l'outil tramway pour instaurer une plus grande maîtrise de l'urbanisation, il semble bien qu'il en faille plus pour combattre l'étalement urbain. En effet, dans la commune de Bordeaux, les hausses du foncier, de la construction et des loyers sont telles que le logement social et les classes moyennes ne peuvent plus guère être maintenus au centre et sont amenés à s'éloigner parfois à des dizaines de kilomètres de la ville-centre... et à redevenir dépendants de la voiture.

3.2 Importance de la concertation

Quelle que soit l'agglomération ou l'époque, la concertation reste un élément important de la réussite du tramway, même si dans des villes comme Nantes et Grenoble, villes pionnières, elle revêt des formes différentes par rapport à celle mise en œuvre ailleurs, à Bordeaux par exemple. Dans les deux agglomérations pionnières, où l'utilité du tramway n'est plus contestée par personne, où le tramway a été largement « digéré » comme l'expliquent les experts, notamment grenoblois, la concertation pour les extensions du réseau en cours ou en préparation se concentre maintenant sur la position de la plate-forme et, surtout sur l'aménagement et la requalification de l'espace public (trottoirs, emplacements de livraison et de stationnement,...) ; ce qui peut constituer un enseignement en soi pour les villes ayant des projets de tramway.

Dans l'agglomération bordelaise, en revanche, où il s'agissait bien d'une « première » – après vingt ans de gestation où il a même été question d'un métro... – il y a eu nécessité, malgré l'unanimité des décideurs pour la mise en œuvre d'un tramway et de son tracé et malgré l'expérience des autres « villes à tramway », d'organiser une concertation longue et intense (plus de 200 réunions...) pour venir à bout des résistances des entreprises et des habitants, et pour convaincre les uns et les autres que le tramway était un atout pour l'agglomération.

De ce point de vue, on peut penser que s'il n'y avait pas eu unanimité au départ à la communauté urbaine de Bordeaux et une excellente coopération entre Cub et CCI, les choses auraient pu se passer beaucoup moins « bien ». Grâce à ces efforts partagés, il n'y a eu qu'un seul recours. Alors que les entreprises, toutes activités confondues, ont souffert des travaux – sans doute plus qu'ailleurs du fait de la construction simultanée des trois lignes – elles ont en permanence affiché une opinion positive vis-à-vis du tramway et sont restées persuadées que le tramway valoriserait leur emplacement.

3.2.1 Partenariat entre le maître d'ouvrage et les acteurs économiques

Dans le cas de Bordeaux, outre la concertation, le partenariat conclu entre la Communauté urbaine – maître d'ouvrage – et la CCI a été important, sinon déterminant pour la confiance des chefs d'entreprises et le bon déroulement des opérations durant les travaux.

Selon les travaux d'un groupe de travail animé au niveau de l'Assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie (ACFCI) par Christian Boyer, CCI de Bordeaux, l'implication des CCI très en amont est fondamentale, notamment dans la phase de concertation préalable : *« l'implication d'une CCI doit avoir trois objectifs essentiels : jouer un rôle d'interface entre la collectivité et les entreprises, préparer les entreprises à l'arrivée du tramway et sensibiliser la collectivité locale à la prise en compte des intérêts des entreprises »*.

Ensuite, pour ce groupe de travail, les CCI ont une autre carte à jouer dans les actions d'accompagnement d'un tramway, de préférence au moyen d'une observation économique des effets d'un TCSP mis en place avant le début des travaux. L'ACFCI situe le début de l'implication nécessaire d'une chambre de commerce deux ans avant la décision définitive sur le tracé. La portée de certains choix tels le tracé, les profils en travers, l'implantation des stations... est ainsi soulignée et la volonté d'y participer avant toute décision définitive manifeste.

3.2.2 Prise en compte amont de l'activité économique

Les monographies montrent d'ailleurs que plus la prise en compte de l'activité économique et des besoins spécifiques des entreprises, des commerçants – et des habitants – se situe à un stade amont (notamment dans le cadre du PDU et de la loi SRU), mieux le tramway est accepté et peut avoir les effets positifs souhaités, malgré les difficultés inhérentes à la période des travaux. Le cas de Grenoble est éclairant à cet égard. La ville, mais aussi l'autorité organisatrice de transport, le SMTC créée en 1973, ont une forte et une longue tradition de concertation et de participation des citoyens à la décision, avec l'organisation d'une concertation informelle très en amont de la procédure préalable officielle. Dès la prise de décision de principe par le SMTC pour la première ligne, au cours des années 1980, *« une commission spécifique avait été créée⁴⁸ où étaient représentés, outre le maître d'ouvrage, des architectes, des ingénieurs, des urbanistes qui discutaient avec les usagers, les associations, les habitants, les commerçants,... sur tous les sujets au fur et à mesure de la planification, des études et des travaux du tramway : tracé, aménagements, plate-forme, insertion, couleurs, matériaux... »*.

A contrario, on peut comprendre aussi que l'absence ou l'insuffisance de concertation ou de participation réelle des différents acteurs de la cité, qui a pu être constatée ici ou là, soit à l'origine de frustrations ou de moins bonnes adaptations des commerçants au nouveau contexte.

En résumé, on peut conclure, avec Christian Boyer, qu'il est important, essentiel même, qu'il y ait association de partenaires et concertation au sujet du tramway entre tous les acteurs de l'agglomération très en amont de sa mise en œuvre, ce qui a été concrétisé dans l'agglomération bordelaise par la mise en place d'un observatoire des effets du tramway *« en tant qu'outil d'aide à la décision et guide concernant les actions à mener pour optimiser les effets positifs et limiter les impacts négatifs »⁴⁹*.

⁴⁸ Voir Dire d'expert, Hubert Gaillardot, CCI Grenoble, AURG dans « Monographie de Grenoble ».

⁴⁹ *Recommandations pour observer les impacts d'un TCSP sur les activités économiques*, C. Miécaze, CCI de Bordeaux pour le Certu, Lyon, 2004.

3.3 Contexte spatial local et insertion de la plate-forme

3.3.1 Importance du tissu dans lequel sont implantés les commerces

Le tissu dans lequel sont implantés les commerces a son importance pour les questions d'évolution de la clientèle, de la fréquentation et du chiffre d'affaires. Christian Boyer a pu noter, grâce aux observations effectuées dans les autres villes à tramway, que le tramway n'a pas les mêmes impacts sur la clientèle selon que les commerces concernés se situent dans le centre-ville, dans les quartiers intermédiaires (ou péri-centraux) ou en périphérie.

C'est souvent dans les quartiers intermédiaires que les commerces rencontrent le plus de difficultés à maintenir leur activité, avec ou sans tramway. C'est d'ailleurs dans ce type de quartier que les restructurations – commerciales et autres – sont les plus profondes lors d'un changement aussi important que l'arrivée d'un tramway. Cela s'est vérifié dans différentes agglomérations étudiées.

L'expérience de Rouen montre, en outre, que, selon la localisation des commerces, en tissu intermédiaire, par exemple, entre le centre-ville et la périphérie et pour des commerces à l'offre insuffisamment définie, le tramway accélère les mutations. Surtout s'il s'agit de pôles en déclin ou dont la taille et l'offre ne correspondent plus aux nouveaux flux, c'est-à-dire à ceux générés par le tramway.

L'Observatoire des effets du tramway de Bordeaux⁵⁰ a pu déterminer que les commerces les plus touchés par les travaux sont ceux qui s'adressent avant tout à une clientèle de passage qui est évidemment la plus perturbée par les changements de plans de circulation qui accompagnent la construction du tramway.

3.3.2 Positionnement des plates-formes

On comprend aisément que le contexte spatial dans lequel s'insèrent tracé et plates-formes est primordial pour le bon fonctionnement de la rue et du quartier au quotidien. C'est là que se joue *in fine* la réussite plus ou moins grande de l'opération tramway ; sans perdre de vue que le tramway reste d'abord un moyen de transport, et qu'il s'agit dans tous les cas d'aboutir au meilleur compromis entre d'une part, fonctionnalité du tramway et, d'autre part, insertion urbaine qualitative, mixité d'usage, partage de l'espace avec les autres catégories d'usagers. Un compromis est à trouver entre les utilisateurs du tramway désireux de se rendre le plus rapidement possible d'un endroit à un autre et riverains, commerçants et autres usagers de l'espace-rue qui ont à s'organiser différemment dans cet espace-rue du fait du tramway.

L'insertion de la plate-forme du tramway dans l'espace entre façades et sa perméabilité ou sa protection sont fortement liées à l'organisation de la circulation et du stationnement, et se prévoit généralement dans le cadre d'un plan de déplacements tous modes. Elles conditionnent aussi la rapidité de ce mode de transport qui, dans le cas de rues peu larges, doivent être mises en regard des besoins des habitants, des visiteurs et des commerçants dont les livraisons ; le « bon » compromis ne peut être recherché que par la concertation.

⁵⁰ « Tramways et couloirs de bus : quels impacts sur la vie des commerces », in *Compte rendu du colloque Gart du 5 novembre 2002*, Christian Boyer, Paris, Gart, 2002.

Pour tenter d'établir un lien entre le positionnement de la plate-forme, l'aménagement de celle-ci et du reste de l'espace entre façades, les conditions de circulation automobile et l'évolution des commerces riverains d'une ligne de tramway, les différentes monographies apportent quelques enseignements. Pour l'heure, aucune conclusion n'a pu en être tirée, sauf à dire que chaque cas est particulier, que positions centrale et latérale se défendent selon les situations et que le choix de l'une ou de l'autre, de leur perméabilité ou de leur protection dépend autant du contexte local que des objectifs du tramway, des flux générés par le tramway et du plan de circulation. Ces choix importent sans doute plus encore dans les voies étroites aux activités multiples et diverses par rapport aux voies larges où l'on n'a pas forcément besoin de choisir entre usages et usagers...

A Strasbourg, par exemple, l'idée a été de profiter de la largeur, généralement importante des voiries – héritage partiel de la ville « allemande » – qui devaient supporter le tracé pour placer le tramway en position centrale, ce qui, dans ce cas, a largement contribué à résoudre au mieux les questions de circulation, de stationnement et de livraison des commerces.

Autre exemple à Grenoble, où le site latéral, était bien adapté, selon les experts consultés, à certaines configurations et a été beaucoup utilisé pour les deux premières lignes en dehors de l'hypercentre de Grenoble. Dans ce dernier, le positionnement est plutôt central pour des raisons de place, de largeur de voirie et de nécessité parfois de maintenir une voie de circulation générale. Pour la 3^e ligne, en cours de construction en 2005, qui passe sur de grands boulevards – ressemblant à ceux de Strasbourg... – c'est à nouveau le site central qui a été choisi.

Cependant, aujourd'hui, la pression automobile est si forte que le positionnement central est souvent considéré – contrairement à l'époque des premières lignes – comme une solution d'apaisement sur certaines voiries des communes périphériques et même sur les grands boulevards comme à Grenoble ; là où l'on sentait qu'un conflit pouvait éclater entre le tramway, les usagers de l'espace public et les riverains ; notamment entre familles avec enfants, piétons et cyclistes – qui allaient enfin pouvoir bénéficier de trottoirs et d'espaces plus généreux – et résidents dont des familles, qui attachent aussi de l'importance au stationnement au pied de leurs immeubles. L'espace disponible a finalement été réparti, divisé, entre les résidents et les piétons par le maintien partiel de contre-allées et l'aménagement de trottoirs plus larges.

3.3.3 Importance des flux et du plan de circulation

L'un des constats qui semble ressortir de l'observation des cas de Strasbourg, de Grenoble et de Rouen porte sur l'importance des flux piétons ou peut-être plus exactement sur la présence, antérieure au tramway dans les trois cas, de zones piétonnes là où passe le tramway ou à proximité, qu'on les ait élargies ou non pendant les travaux du tramway. Etant entendu que les flux qu'elles génèrent se combinent aux flux générés par les tramways, mais dépendent aussi du plan de circulation ayant maintenu ou non une circulation automobile sur la voie où est implantée la plate-forme ou à proximité.

A Strasbourg, deux mesures importantes ont été prises dès avant l'introduction du tramway : d'une part la circulation automobile de l'hypercentre a été organisée en boucles pour éviter le trafic de transit et, d'autre part, une grande partie du centre a été piétonnisée, opération poursuivie après l'arrivée du tramway. Le tramway a ainsi permis de renforcer ces choix du point de vue des flux, amenés maintenant par le tramway et les transports publics restructurés, et par une plus grande attractivité de l'hypercentre.

L'étude de l'Agence d'urbanisme sur les impacts du tramway sur le commerce dans l'hypercentre de Strasbourg a permis d'établir que les rues dans lesquelles passe le tramway ne sont pas plus affectées par les mutations des cellules commerciales ou des enseignes que les autres rues commerçantes. Les auteurs ont d'ailleurs constaté (voir monographie) que les changements les plus importants affectent deux rues sans tramway (forte proportion de magasins d'équipement de la personne) qui, notamment à la suite de la piétonisation qui a précédé et accompagné l'arrivée du tramway, se trouvent à l'écart des grands flux piétons.

Le cas de Rouen illustre ce phénomène presque *a contrario*, étant donné que là où cet effet de flux piétons et de valorisation des emplacements a été particulièrement fort, est précisément le seul axe de la ville où le « métro » passe en sous-sol : rue Jeanne d'Arc, axe principal de l'hypercentre commerçant où la circulation automobile et celle des autobus a été maintenue et où seuls quelque 50 m de voie ont été requalifiés autour d'une station du « métro ». Cette rue est cependant entourée de nombreuses rues piétonnes qui génèrent un flux piétons important qui, avec les flux amenés par le « métro », ont redynamisé l'ensemble de ce secteur hyper commerçant. Une dizaine de parkings se trouvent à proximité.

Il est possible que devant un tel succès, sous la pression automobile conjuguée à celle des piétons, la ville de Rouen soit amenée à maîtriser différemment les flux automobiles, notamment suite à la mise en service du site propre de Teor (système intermédiaire entre bus et tramway, déjà en site réservé ou protégé sur la majorité de son parcours hors du centre) ; il croise en effet la rue Jeanne d'Arc près des quais et amènera sans doute, une fois en site propre à cet endroit un trafic piétons supplémentaire.

Grenoble est un cas un peu différent, non qu'il n'y ait pas eu de zones piétonnes avant l'arrivée du tramway, au contraire, mais elles ont joué différemment qu'à Rouen ou à Strasbourg. D'une part parce que dans ces zones, déjà mixtes piétons-bus avant l'arrivée du tramway, ce sont précisément les « trains de bus » qui ont en partie conduit au tramway. En effet, ils étaient de plus en plus mal supportés par les piétons, les habitants, et sans doute les commerçants et l'exploitant du réseau d'autobus. D'autre part, parce que, dans la même ville, une rue commerçante en amont de ces zones piétonnes a été piétonnisée lors de l'arrivée du tramway et a de ce fait été coupée des flux automobiles dont elle vivait en partie et se trouvait ainsi à l'écart des flux piétons dominants. C'est une opération d'urbanisme concomitante qui a permis de compenser cet effet négatif et a amené de nouveaux flux piétons qui finalement ont permis au quartier de survivre.

A Montpellier, la situation est encore différente. Non seulement le tramway est limité pour sa première ligne à Montpellier *intra-muros* et ne passe pas dans l'hypercentre à présent totalement piétonnisé où se trouve le gros de l'appareil commercial, mais encore il ne touche que quelque 130 commerces en dehors de l'hypercentre. La Chambre de commerce, qui mène des enquêtes régulières de fréquentation du centre-ville, craint que les difficultés de circulation et de stationnement dans et autour de cet hypercentre ne dissuadent les gens d'y venir, malgré le tramway à proximité. Elle regrette aussi – et elle a fourni un avis en ce sens lors de l'enquête publique – que la seconde ligne de tramway ne passe pas non plus dans l'hypercentre piéton mais le contourne à l'ouest. Ce cas pose sans doute un problème de flux aujourd'hui et pour nombre d'années à venir. C'est le résultat de deux logiques de desserte du centre-ville, l'une estimant qu'il faut bien desservir l'existant et l'autre considérant comme une nécessité absolue d'élargir le centre-ville et prévoyant donc de desservir le centre de demain, sans oublier la morphologie du tissu urbain ancien du centre-ville, avec ses voies étroites.

Cependant, les exemples de Rouen, Strasbourg et Grenoble montrent l'importance des flux piétons, que ce soit le tramway ou le plan de circulation qui amènent ou déplacent les flux. A Montpellier, en l'absence de chiffres et de comparaisons entre commerces de l'hypercentre et les autres, et entre commerces de la ville et les centres commerciaux périphériques, on ne peut que supposer que flux piétons et flux automobiles se complètent, se juxtaposent ou s'opposent selon les quartiers.

C'est à un expert de Grenoble que l'on peut laisser le mot de la fin en termes de flux⁵¹. Pour lui, le tramway joue comme les zones piétonnes, en ce sens qu'il déplacera les flux, amènera de nouvelles catégories de consommateurs⁵², en éloignera d'autres habituées à venir en voiture et déterminera le type de commerce qui s'installera... dans des espaces requalifiés.

3.3.4 Importance des arrêts

Tout au long des monographies, il est apparu que l'importance des arrêts, notamment vis-à-vis des commerces est grande. Elle n'a cependant pas pu être traitée dans le cadre de cet ouvrage et devrait pouvoir faire l'objet d'études plus approfondies.

3.3.5 Importance du stationnement

Dans le cadre de cette synthèse, le facteur stationnement n'a pu être suffisamment étudié, alors qu'il est d'une importance certaine tant pour la réussite du programme tramway en tant que moyen alternatif de déplacement par rapport à l'automobile que du point de vue des commerçants et résidents. En particulier, le thème des parcs relais, en relation avec la politique de stationnement sur le lieu de travail, le stationnement résidentiel et le problème des livraisons des commerçants, aurait mérité quelques développements.

3.4 Opérations d'urbanisme, aménagements et mesures d'accompagnement

3.4.1 Opérations d'urbanisme

Dans certains cas, comme à Nantes pour les deux premières lignes de tramway, on peut penser que les 136 opérations importantes d'aménagement réalisées autour du tramway⁵³ ont autant contribué, sinon plus, que le tramway lui-même à lancer une dynamique générale de l'agglomération et notamment à relancer l'activité commerciale. District et Agence d'urbanisme⁵⁴ conviennent que : *« Il apparaît ainsi que la réalisation du tramway a permis de déclencher ou d'accélérer des opérations d'urbanisme visant à requalifier certains quartiers et à recréer des pôles urbains d'attraction à proximité des deux lignes »*.

⁵¹ Voir Dire d'expert, Hubert Gaillardot, CCI Grenoble, AURG dans « Monographie de Grenoble ».

⁵² A Grenoble le tramway amène 20 000 personnes/jour.

⁵³ *Évaluation socio-économique du tramway, synthèse des études*, Agence d'études urbaines de l'agglomération nantaise (Auran), district de l'agglomération nantaise, 1998.

⁵⁴ *Op.cit.*

Sur ces opérations, trente-huit étaient directement liées à l'insertion de la plate-forme ; parmi elles, le réaménagement complet du cours des 50 Otages et de très nombreux aménagements à dominante piétonne visant à relancer l'activité commerciale en centre-ville autour de lieux privilégiés pour les piétons. Les quatre-vingt-cinq opérations lourdes concernaient la construction de logements et d'équipements, principalement publics, et les treize opérations et projets d'urbanisme restants portaient sur le retraitement de l'espace public et la réorganisation des commerces existants dans différents quartiers défavorisés et ZAC de l'époque.

3.4.2 Mesures d'accompagnement

Avec l'Observatoire des effets d'un TCSP sur la vie économique et les commerces de Bordeaux, on note que les effets et les transformations relevés dans les villes qui ont mis en place un TCSP sont importants, d'où qu'ils viennent, et rendent nécessaire l'accompagnement des évolutions et mutations économiques et urbaines observées.

Les mesures d'accompagnement peuvent concerner, outre les indemnisations, des mesures d'aménagement, la mise en oeuvre d'un plan de redynamisation du commerce local, l'intégration de certaines stations dans des opérations privées ou publiques de logements, l'installation d'activités nouvelles, des programmes de réhabilitation de façades...

Que l'on ait pu mettre en place des outils de prévision ou d'observation ou non, il semble indispensable de se garder la possibilité de prendre des mesures d'aménagement et/ou de circulation qui compensent ou corrigent dans le temps et dans l'espace certains effets observés non prévus. C'est ainsi que, à Rouen comme à Strasbourg – et à Bordeaux pour d'autres raisons – des actions d'accompagnement ou des opérations de construction de logements et de bureaux ont pu compenser les effets d'abord négatifs d'évolution de tel pôle ou de telle rue, sans qu'il y ait de lien direct avec le tramway mais plutôt avec un changement du plan de circulation.

A Rouen, on a pu noter par exemple que des initiatives des commerçants, de la Ville, de la Communauté d'agglomération ou/et d'investisseurs privés peuvent accroître la commercialité des pôles commerciaux, d'une part, et amener une nouvelle clientèle de proximité d'autre part. Programmes de nouveaux logements, opérations de rénovation, réalisation de locaux d'activités tertiaires nouvelles, implantation d'organismes de formation, universités... peuvent être prises en charge par des investisseurs privés ou publics qui souhaitent profiter de la proximité d'une station de « métro ».

Enfin, et cela aussi différents exemples le montrent, des opérations d'urbanisme, des mesures d'accompagnement diverses, ont réussi à amplifier ou au contraire à amortir et à minimiser certains effets constatés pendant et après la mise en œuvre du tramway.

Sans se cacher non plus, comme le notait Christian Boyer, qu'on ne réussit pas à tout rattraper ou à tout compenser. Il est notamment difficile de « retenir » des commerces fragilisés bien avant l'arrivée du tramway, surtout s'ils sont situés en tissu intermédiaire et/ou dépendants de la voiture par leur offre, et ne peuvent plus bénéficier de cette clientèle du fait d'un changement de plan de circulation à l'occasion du tramway.

A Grenoble, où une rue commerçante en amont des zones piétonnes centrales existantes a été piétonnisée à l'arrivée du tramway et a été coupée des flux automobiles dont elle vivait en partie, une très importante opération d'urbanisme dans un quartier adjacent devenu centre d'affaires a réussi à compenser cet effet négatif. En effet, le commerce, en déclin avant l'arrivée du tramway, a vu arriver de nouveaux flux piétons, accentués par d'autres facteurs indépendants du tramway, telle l'arrivée du TGV à Grenoble en 1987. De sorte que, aujourd'hui, les experts grenoblois interrogés estiment que l'opération tramway-piétons, dans cette rue particulière et ce quartier spécifique, a finalement permis au quartier de survivre.

Certaines mesures de compensation ou d'accompagnement sont en réalité des mesures d'anticipation. C'est ainsi que la Cub et la CCI ont « compensé *a priori* » par un requalification complète tout un quartier qui n'avait finalement pas pu « bénéficier du tramway », étant donné que le tracé avait été changé pour passer là où il avait été jugé encore plus utile. Ce qui donne la mesure du rôle très positif que les acteurs socio-économiques en général et les chefs d'entreprise en particulier attribuaient au tramway à Bordeaux en termes de redynamisation des quartiers.

3.5 Hypothèses et dires en conclusion

Les différentes études concernant les effets du tramway sur le commerce, les constats effectués par les observatoires et agences d'urbanisme, et les observations faites dans le cadre de ce travail permettent d'émettre des hypothèses qui peuvent s'appliquer dans une plus ou moins grande mesure à l'ensemble des cas étudiés. Elles sont résumées ci-après en guise de conclusion.

3.5.1 Importance du moment, du contexte national

Il ressort clairement des études et observations faites dans les différentes agglomérations à tramway, que le moment où interviennent les travaux et la mise en service du tramway est très important, notamment en termes de contexte national et local, mais sans doute dans une mesure moindre.

L'Observatoire économique des effets du tramway de Bordeaux a pu étudier l'influence du contexte national et local sur l'activité économique lors des travaux et de la mise en service du tramway dans les villes qui ont adopté le tramway avant l'agglomération bordelaise. Il en tire comme enseignement qu'il est indispensable, pour donner les meilleures chances à un projet tramway où qu'il soit, d'utiliser les prévisions économiques pour préparer, dès la mise en œuvre du projet, les mesures d'accompagnement des travaux et de la mise en service du tramway pour optimiser ainsi ses effets positifs et compenser ses effets négatifs. C'est ce que l'Observatoire a entrepris de faire pour les extensions en cours en 2005 afin de compenser les impacts de ces travaux (2004-2007) qu'il prévoit plus importants pour les établissements dits « *de la deuxième phase* », situés « *dans des secteurs géographiques déjà en proie à des difficultés économiques* » et en raison du contexte national actuel.

3.5.2 Tramway accélérateur : des tendances préexistantes et catalyseur des différences

Dès les premières études à Nantes et à Grenoble, les auteurs, les experts et les élus soulignent tous que, indépendamment des objectifs que l'on se fixe pour l'utilisation de l'outil tramway, celui-ci joue comme un accélérateur⁵⁵ de tendance. A Strasbourg, l'étude « Impact du tramway sur le commerce » indique qu'un projet de tramway s'inscrit dans une dynamique et non dans une situation statique, et souligne que le choix du tracé n'est pas neutre. Dans l'ensemble, le tramway constitue un amplificateur, un accélérateur de tendances préexistantes, mais il n'est en aucun cas la cause de ces tendances.

⁵⁵ Voir Dire d'élus, François de Rugy, Nantes, janvier 2005.

La perception du tramway qu'ont les personnes interrogées lors de l'étude de l'agglomération strasbourgeoise⁵⁶ est intéressante parce qu'elle émane des acteurs économiques et commerçants du terrain. « *D'une manière générale, le tramway est perçu comme accélérant des mouvements déjà amorcés (positifs ou négatifs) mais non pas comme pouvant inverser une tendance lourde directement liée à l'univers du commerce en tant que tel. Il n'est donc pas perçu comme pouvant avoir des effets sur l'attractivité des commerces de masse ou sur les linéaires commerciaux de périphérie* ».

A Rouen, aussi le « métro » est considéré comme un accélérateur de tendances quand l'étude 2000 pointe le fait que le « métro » n'a pas encore réussi à stabiliser ou à désenclaver certains pôles fragiles qui se dévitalisaient ; leur transformation étant de toute façon inévitable selon l'étude, compte tenu de l'évolution de la concurrence.

En d'autres termes, dans certains contextes, le tramway oblige les commerçants à s'adapter plus rapidement, ce qui nécessite parfois un coup de pouce en matière d'investissement et/ou des actions d'accompagnement.

Pour la 3^e ligne nantaise, CCI et Chambre de métiers reprennent cette idée à leur compte dans leur note de synthèse⁵⁷ sur les effets des travaux. Ils remarquent en effet que le passage du tramway semble avoir contribué à accentuer les différences entre les niveaux de développement des entreprises. Autrement dit, les entreprises qui étaient dynamiques avant les travaux semblent avoir renforcé leur attractivité ; dans le même temps, la fragilité de certains autres établissements s'est accentuée elle aussi, le tramway facilitant la mobilité et donc le choix des consommateurs d'aller vers des pôles plus dynamiques disposant d'une offre mieux adaptée à leurs besoins.

3.5.3 Importance du facteur humain

Le tramway suscite, dans certains contextes pourtant semblables, des réactions opposées, fortement liées aux personnes, aux moyens dont ils disposent et à l'incitation extérieure ou à son absence.

Ainsi, à Rouen par exemple, deux pôles commerciaux en déclin, dès avant l'arrivée du « métro », du fait d'une offre insuffisante ont évolué différemment malgré une localisation comparable à proximité d'un arrêt du « métro ». Dans le premier pôle, grâce à son extension qui a attiré de nouveaux commerces, les « anciens » ont adapté leur offre pour les courses de proximité dont profite aussi une nouvelle clientèle de passage qui ne se serait sans doute pas arrêtée si l'offre ne s'était pas adaptée. Ces commerçants se félicitent maintenant des nouveaux clients que leur apporte le « métro ». En revanche, les commerçants de l'autre pôle n'ont pas su s'adapter, ou n'en ont pas eu les moyens et se plaignent au contraire d'une baisse de leur chiffre d'affaires. Ils expliquent que le tramway a facilité l'évasion de leurs anciens clients vers d'autres pôles...

3.5.4 Absence de règle générale et difficulté d'isoler l'effet tramway

Les études effectuées dans plusieurs agglomérations étudiées montrent qu'il n'y a pas de règle générale et que beaucoup est affaire de circonstances locales, d'objectifs assignés à l'outil tramway (inscrits par les responsables politiques dans les documents d'urbanisme, le PDU,...), de concertation, de tissu urbain, de positionnement de la plate-forme, de plans de

⁵⁶ *Déplacements et commerces, Impacts du tramway sur le commerce dans l'agglomération strasbourgeoise*, Adeus, C. Koenig, J. Scaravella, F. Vigneron, B. Vimbert, Certu, Lyon, 2004.

⁵⁷ *Construction de la ligne 3 et prolongement de la ligne 1 du tramway de l'agglomération nantaise*, note de synthèse, chambre de métiers de Loire atlantique, chambre de commerce de Nantes et Saint-Nazaire, juin 2001.

circulation, de flux, de mesures d'accompagnement,... sans sous-estimer l'importance du contexte économique national et du moment auquel intervient l'opération tramway comme on l'a vu ci-dessus.

3.5.4.1 Ensemble de facteurs, différents d'un cas à l'autre

A Strasbourg⁵⁸, l'étude sur les impacts du tramway sur le commerce note ainsi qu'il est délicat voire illusoire de vouloir isoler un effet spécifique du tramway ou des effets liés à la variation de l'offre de transport de l'ensemble des autres facteurs agissant sur le commerce tels que l'évolution des modes de vie, le pouvoir d'achat, les spécificités locales, les évolutions des structures de distribution, la conjoncture économique.

D'autres études, notamment celle concernant le « métro » rouennais, chiffres, comparaisons avec les zones témoins et exemples à l'appui, notent qu'il serait plus aisé de reconnaître un effet dû « sans doute » au « métro », si l'étude ou l'enquête comparait des zones directement touchées par le « métro » à des secteurs non touchés, appelés à Rouen « secteurs témoin ». Il serait encore plus parlant de comparer les premiers – situés dans le corridor tramway pour Bordeaux ou dans l'hypercentre pour Strasbourg – à ceux de l'ensemble de l'agglomération ce qui n'a été fait que pour un seul critère à Bordeaux. A Strasbourg, on a comparé les rues de l'hypercentre « avec tramway » à celles « sans tramway », ce qui a permis de relativiser quelque peu l'effet (direct) tramway, par rapport à l'effet « flux piétons ». Sans l'avoir mesuré, l'étude de la Cus mentionne la forte montée des centres commerciaux de périphérie, ce qui justifie *a posteriori* la redynamisation de l'hypercentre, notamment au moyen du tramway.

En revanche, ce que les différents acteurs n'avaient pas forcément prévu, c'est que les commerces et rues de l'hypercentre de Strasbourg jouent aujourd'hui très nettement la carte des achats plaisirs-loisirs par rapport aux achats utiles des zones commerciales périphériques. L'effet tramway là encore peut être pointé comme ayant été à l'origine de cette évolution et pour l'avoir sans doute amplifié... du moins à Strasbourg.

3.5.4.2 Montage financier et volonté pour un projet global

Les différents cas étudiés montrent l'importance des financements au-delà de ceux directement affectés au tramway, mais, sans doute, plus encore la volonté d'optimiser l'opération tramway pour la vie des quartiers et l'activité économique par le choix de projets ou de mesures d'accompagnement porteurs. Il s'agit aussi de mobiliser d'autres financements que ceux dédiés aux transports et d'imaginer des montages publics-privés pour certaines opérations et, enfin, d'avoir la capacité d'anticiper certaines évolutions, positives ou négatives.

Une participation-concertation réelle et des partenariats appropriés des différents acteurs est la clef pour optimiser non seulement les effets du tramway mais aussi les financements qui lui sont consacrés dans le cadre d'un véritable projet d'agglomération.

⁵⁸ *Déplacements et commerces, Impacts du tramway sur le commerce dans l'agglomération strasbourgeoise*, Adeus, C. Koenig, J. Scaravella, F. Vigneron, B. Vimbert, Certu, Lyon, 2004.

MONOGRAPHIES

A VENIR

BIBLIOGRAPHIE

- *Agglomération nantaise : plan de déplacements urbains 2000-2010, concilier ville mobile et ville durable*, district/communauté urbaine de Nantes, Auran, 1/2001
- *Analyse des bilans Loti des TCSP, tableau d'analyse thématique*, Certu, DTT, Cete de Lyon, Let, Lyon, mars 2003
- « Approche des effets socio-économiques du réseau tramway, dossier n°3 », in *Évaluation du tramway de l'agglomération nantaise*, Auran à la demande du District, Nantes, 1995

- *Bilan Loti : Tramway de Strasbourg*, communauté urbaine de Strasbourg, Adeus, Certu, 2000 et 2004
- *Bus or Light rail : making the right choice, a financial, operational and demand comparison of light rail, guided buses, busways and bus lanes*, Carmen Has-Klau, Graham Crampton, Carsten Biereth, Volker Deutsch, Environmental and Transport Planning, Brighton, Grande-Bretagne, décembre 2003
- « Bus ou tram ? » in *Dossier, Ville et Transports*, 15 juin 2005, p. 32-64

- *Construction de la ligne 3 et prolongement de la ligne 1 du tramway de l'agglomération nantaise, Impact des travaux sur les entreprises artisanales et commerciales*, note de synthèse, chambre de métiers de Loire atlantique, chambre de commerce de Nantes et Saint-Nazaire, juin 2001

- *Déplacements et commerces, Impacts du tramway sur le commerce dans l'agglomération strasbourgeoise*, Adeus, C. Koenig, J. Scaravella, F. Vigneron, B. Vimbert, Certu, Lyon, 2004
- *Déplacements et commerces, enquête auprès des commerçants de la rue de Marseille et du cours de la Liberté à Lyon*, Certu, Lyon, novembre 2001
- *Déterminants des pratiques modales dans les agglomérations de Besançon, Grenoble, Toulouse, Berne, Genève et Lausanne*, EPFL, Certu, Lyon, 1996⁵⁹
- *Die Renaissance der Strassenbahn in Frankreich – das Beispiel Nantes/Westfrankreich*⁶⁰, travail de thèse de Sabine Sprinz, sous la direction des professeurs Ingo Eberle et Heiner Monheim de l'université de Trèves, Allemagne, août 2004

- *Enquête et expertise sur les activités économiques riveraines de la 3^e ligne de tram*, Cabinet Boschetti, pour l'AURG, à la demande du SMTG, Grenoble, juin 2004
- *Enquête Marc Gilles & associés*, effectuée dans six agglomérations françaises pour le Gart, Paris, 1994
- *Étude sur les impacts du tramway (à Grenoble)*⁶¹, Agence d'urbanisme de la région grenobloise (AURG), Grenoble, décembre 1990
- *Étude d'impact de la deuxième ligne de tramway (à Montpellier)*, TAM et Montpellier agglomération, 2003

⁵⁹ Voir aussi *Modifications de comportement en lien avec le tramway*.

⁶⁰ En allemand, sur la renaissance du tramway en France autour de l'exemple de Nantes.

⁶¹ Voir aussi *Observatoire des effets du tramway*, Aurg, Grenoble, mai 1992.

- *Évaluation du tramway de l'agglomération nantaise*, District, DTT, DDE 44, TAN, Auran, Nantes, 1995⁶²
- *Évaluation a posteriori des TCSP*, Certu, DTT, Cete de Lyon, Let, mars 2003
- *Évaluation socio-économique du tramway, synthèse des études*, Agence d'études urbaines de l'agglomération nantaise (Auran), district de l'agglomération nantaise, 1998
- *Évaluation des transports en commun en site propre, indicateurs transport pour l'analyse et le suivi des opérations*, Certu, Lyon, 1997
- *Guide d'aménagement de voirie pour les transports collectifs*, Certu, Lyon, janvier 2000
- *Guide méthodologique Tramway et développement économique*⁶³, ACFCI, Paris, juillet 2001
- *Impacts des aménagements physiques des TCSP sur les commerces, phase préalable*, Cete Méditerranée, mai 2004
- *Impact du métro sur le commerce*⁶⁴, Bérénice, Pour la ville et le commerce, novembre 2000
- *La fréquentation de l'agglomération bordelaise avec l'arrivée du tramway, enquête dans la zone d'attraction de Bordeaux*, Observatoire des effets du tramway sur l'activité économique – CCI, Cub, Bordeaux, avril 2004
- *L'impact prévisionnel du tramway sur les commerces montpelliérains*, mémoire de maîtrise d'aménagement du territoire, Frédérique Prédali, sous la direction de Robert Siegel, directeur des études et de l'aménagement de la chambre de commerce et d'industrie de Montpellier, faculté Paul Valéry-Montpellier III, 1995-1996
- *Modifications de comportement en lien avec le tramway – pratiques de déplacements et perception des transports urbains*, rapport de recherche, Cete de l'Ouest et Irec/EPFL de Lausanne, 1996
- « Nantes, le plus long réseau de France », in *La vie du rail*, 30 août 2000
- *Observatoire des effets du tramway (à Grenoble)*, AURG, Grenoble, mai 1992
- *Observatoire des effets du tramway sur l'activité économique, rapport 2004*, CCI de Bordeaux et Bordeaux Métropole, décembre 2004
- *Observatoire du commerce, enquêtes de fréquentation commerciale, novembre 2002, le centre-ville de Montpellier*, direction des études et observatoire économique, Montpellier, avril 2005

⁶² Étude comprenant sept dossiers consultables à la DTT et à la communauté urbaine Nantes Métropole.

⁶³ Réalisé dans le cadre du Renatec.

⁶⁴ Pour le compte de la communauté d'agglomération rouennaise.

-
- *Présentation des effets socio-économiques de la première ligne de tramway (à Montpellier)*, Montpellier Agglomération, TAM, janvier 2004

 - « Quel est l'impact d'un TCSP sur le commerce ? Eléments de réponse après le débat organisé par le Gart le 5 novembre 2002 », in : *Rail et Transports*, 11 décembre 2002

 - *Rapport 2004 de l'Observatoire des effets du tramway sur l'activité économique*, CCI de Bordeaux et Bordeaux Métropole/communauté urbaine de Bordeaux, 2004
 - *Recommandations pour observer les impacts d'un TCSP sur les activités économiques*, C. Miécaze, CCI de Bordeaux pour le Certu, Lyon, 2004

 - *Seconde ligne de tramway de Montpellier, avis de la chambre de commerce et d'industrie de Montpellier*⁶⁵, CCIM, Montpellier, 11 octobre 2003

 - *Trambaanconstructies in stedelijk gebied – Afwegingsaspecten voor de toepassing*⁶⁶, Crow, Ede, Pays-Bas, novembre 2004 (www.crow.nl)
 - « Tramways et couloirs bus : quels impacts sur la vie des commerces ? », in *Compte rendu du colloque Gart du 5 novembre 2002*, Paris, Gart, 2002
 - « Tramways et couloirs bus : quels impacts sur la vie des commerces ? », in *Compte rendu du colloque Gart du 5 novembre 2002*, Christian Boyer, Paris, Gart, 2002
 - « Tramways et couloirs bus : quels impacts sur la vie des commerces ? », in *Compte rendu du colloque Gart du 5 novembre 2002*, Michel Destot, Paris, Gart, 2002
 - « Tramway de Nantes, 20 ans plus loin », in *Transport public*, n° 1045, mars 2005
 - *Tramway de Strasbourg : Bilan Loti des lignes B et C*, Adeus/communauté urbaine de Strasbourg, octobre 2004
 - *Transports en commun et activité commerciale*, Cecod/ACFCI pour le comité de promotion des transports publics, Paris, mars 1997
 - *Transports publics et formes urbaines*⁶⁷, comité de promotion des transports publics, (Gart, UTP), Paris, mars 1997

 - *Un Tramway à Grenoble, transport et projet urbain*, Xavier Malperti et Aleth Picard, GEVR/Plan urbain/SMTC, Grenoble et Rouen, avril 1995

 - *Ville accessible à tous et activités commerciales, actes de la journée d'échanges du 21 mai 2003*, Certu, Lyon, janvier 2004
-

⁶⁵ Développement argumenté de la position validée de la CCI en assemblée générale de la CCIM du 26 septembre 2003.

⁶⁶ Différents types d'infrastructures de tramway en milieu urbain – critères de choix : sous forme de fiches pratiques largement illustrées ; texte en néerlandais.

⁶⁷ Analyse comparative sur trois sites : tramway de Bobigny, Trans-Val de Marne, métro de Rouen.

© ministère des Transports, de l'Équipement, du Tourisme et de la Mer
centre d'Études sur les réseaux, les transports, l'urbanisme et les constructions publiques

Toute reproduction intégrale ou partielle, faite sans le consentement du Certu est illicite (loi du 11 mars 1957).
Cette reproduction par quelque procédé que ce soit, constituerait une contrefaçon sanctionnée par les articles 425 et suivants du code pénal.

Reprographie: CETE de Lyon ☎ (+33) (0) 4 72 14 30 30 (avril 2006)
Dépôt légal: 2^e trimestre 2006
ISSN: 1263-2570
ISRN: Certu/RE -- 05-30 -- FR

Certu
9, rue Juliette-Récamier
69456 Lyon cedex 06
☎ (+33) (0) 4 72 74 59 59
Internet <http://www.certu.fr>