

Enquête auprès des commerçants du centre- ville de Montpellier

Association Vivre Montpellier Métropole



**Vivre Montpellier
Métropole**

Rappel des objectifs et méthodologie

L'Association Vivre Montpellier Métropole souhaite disposer d'informations permettant de rendre compte de l'opinion des commerçants du centre-ville face aux évolutions en cours dans les domaines de la mobilité et accessibilité.

Pour cela, **elle a organisé une enquête auprès de 400 commerçants**. Cette enquête a été réalisée en face à face entre le 21 et le 26 avril 2022.

Elle porte sur les thèmes suivants :

- Les caractéristiques des entreprises installées dans l'hyper-centre,
- Les évolutions de leur chiffre d'affaires entre 2021 et 2019 (avant COVID) ainsi que les motifs de ces évolutions,
- Les raisons d'implantation des activités en centre-ville,
- L'avis des commerçants sur la politique actuelle de mobilité impulsée par la ville et la métropole de Montpellier
- Les mesures qui permettraient de renforcer le centre-ville à l'avenir.

1. Caractéristiques des personnes interrogées

Les 4 secteurs d'enquête

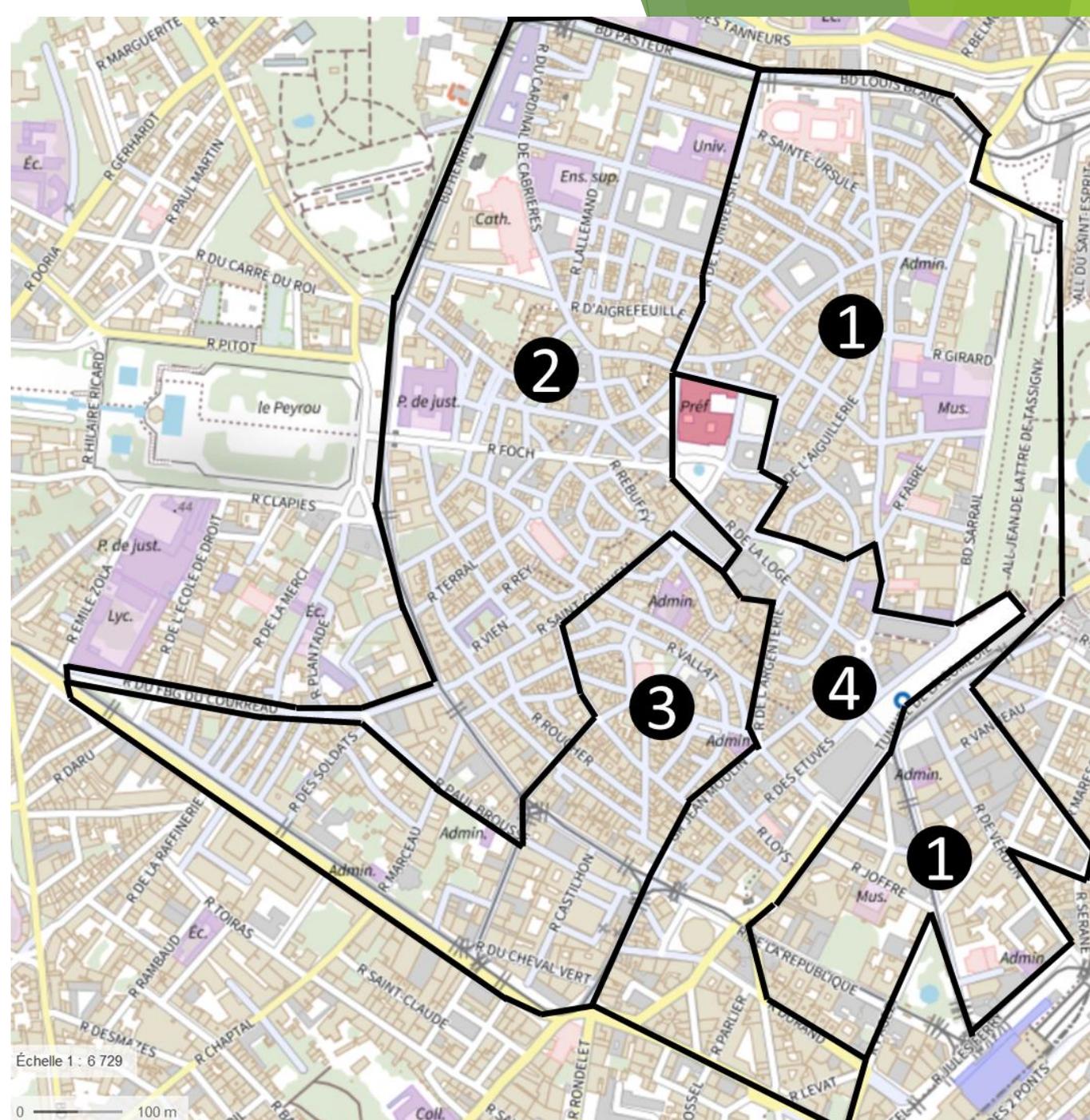
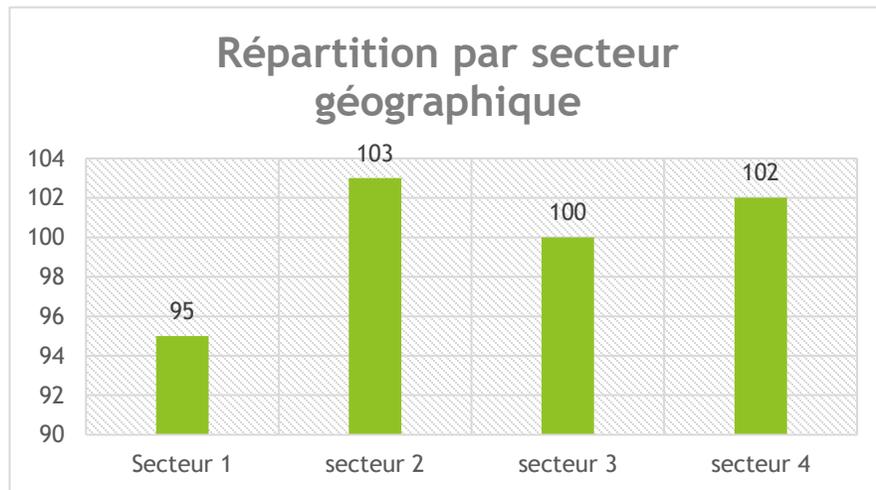
Le centre-ville a été divisé en 4 secteurs.

Secteur 1 : Nord Est (Aiguillerie / Louis Blanc)

Secteur 2 : Nord Ouest (Foch / Ledru-Rollin)

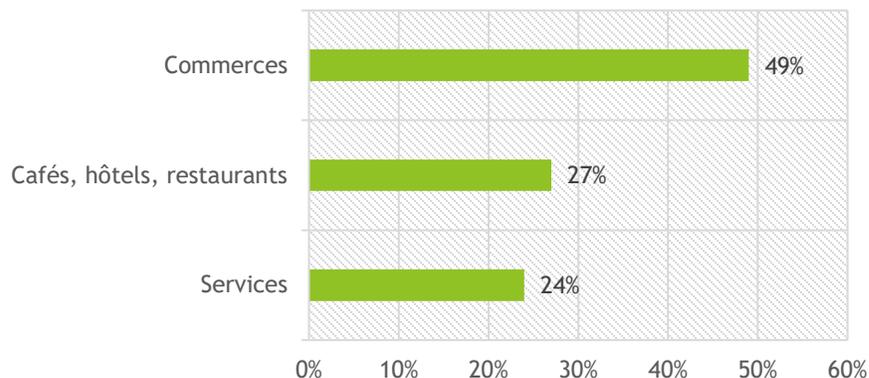
Secteur 3 : Sud Ouest (Jeu de Paume / Ancien Courrier / Gambetta)

Secteur 4 : Sud Est (Comédie / Etuves / Gare)

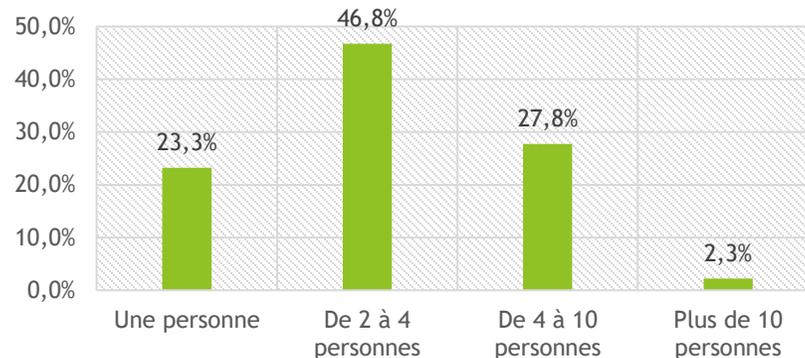


Signalétique

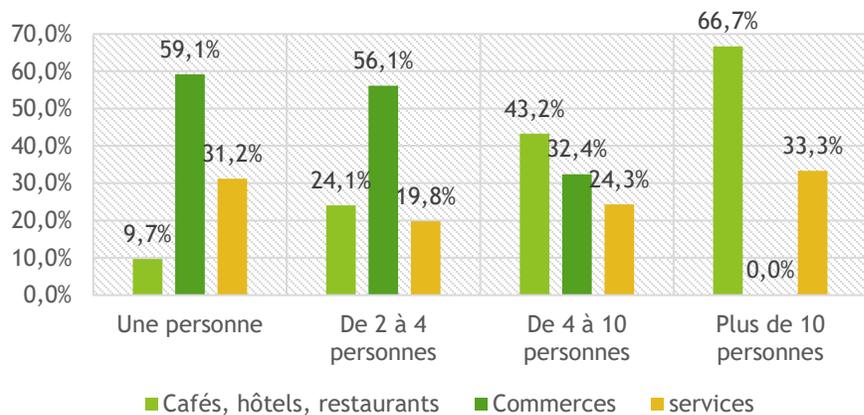
Répartition par secteur d'activité



Répartition par tranche d'effectifs



Répartition des tranches d'effectif par secteur d'activité



Les commerces représentent la moitié des entreprises interrogées, le reste se répartissant de manière équilibrée entre les secteurs de la restauration et des services.

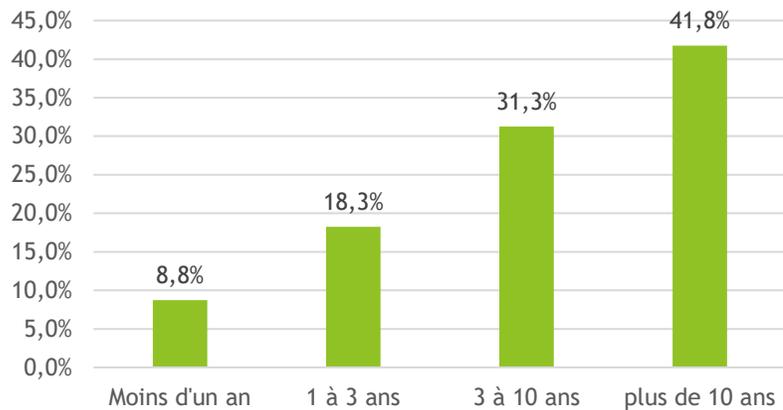
400 entretiens ont été réalisés dans Montpellier auprès d'établissements représentant 1153 emplois.

2. Résultats détaillés

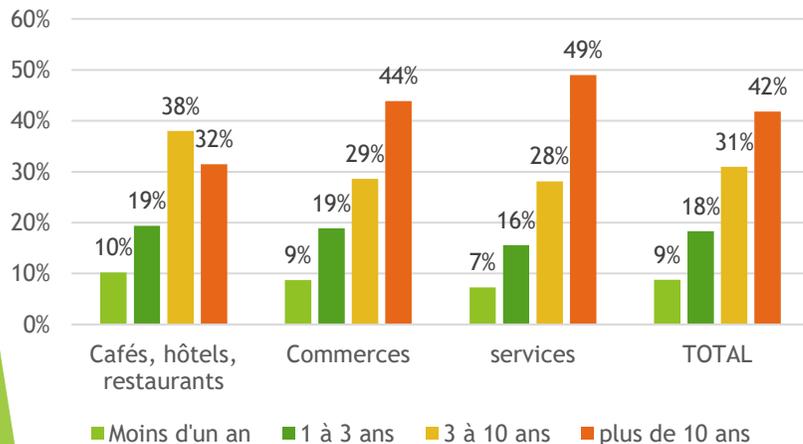
4 établissements sur 10 ont plus de 10 ans, 5 sur 10 dans les rues commerçantes les plus prisées.

Q1 - Depuis quand êtes-vous installé dans ce local ?

Ancienneté des établissements



Ancienneté par secteur d'activité



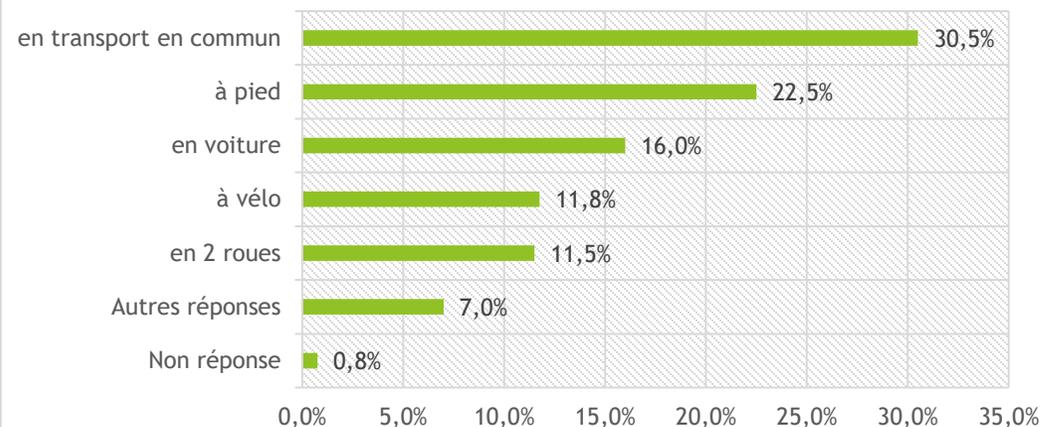
- **9% des entreprises interrogées sont installées depuis moins d'un an** (ce qui correspond au taux de rotation moyen de 10% par an), 42% depuis plus de 10 ans.
- **Les secteurs du commerce et des services** présentent un taux d'installation plus faible que le secteur de la restauration (32% des activités de ce secteur sont implantés depuis plus de 10 ans, contre 44% des commerces et 49% des services).
- Les secteurs nord-est (Aiguillerie / L. Blanc) et sud-ouest (Jeu de Paume / Gambetta) comptent 13% d'entreprises de moins d'un an. **A l'inverse, les secteurs 2 (Foch) et 4 (Comédie) comptent plus de 50% d'entreprises de plus de 10 ans.**

Les transports en commun et la marche en tête pour les moyens de mobilité des commerçants

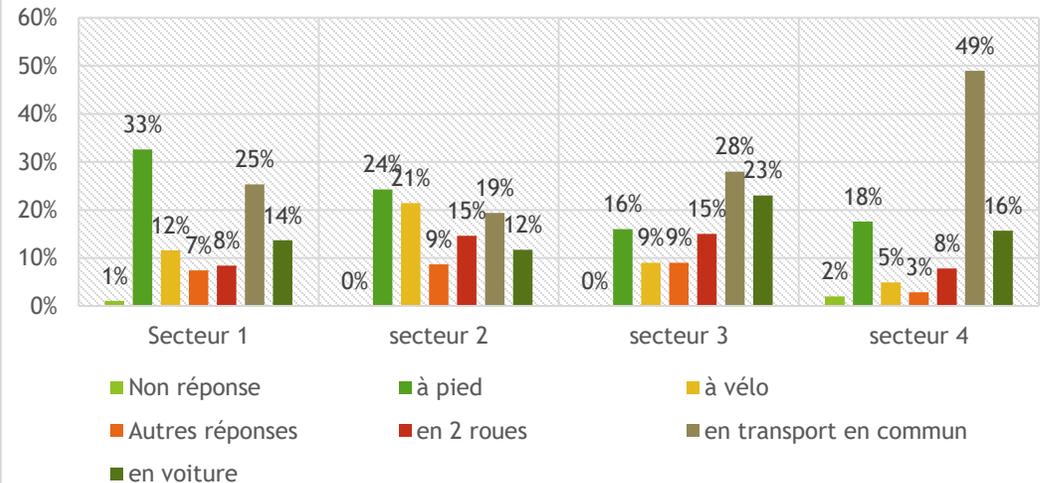
Q2 - Comment vous déplacez-vous pour venir travailler ?

- **Seules 16% des personnes interrogées se rendent à leur travail en voiture.** Plus de la moitié utilisent les transports en commun (30,5%) et la marche à pied (22,5%). 11,8% des commerçants vont travailler à vélo, devant ainsi les 2 roues (11,5%)
- Des différences s'observent en fonction du secteur géographique :
 - Pour le secteur 4 (Comédie), 49% des interrogés utilisent les transports en commun alors que seulement 5% utilisent le vélo.
 - Pour le secteur 2 (Foch), c'est l'inverse. Les répondants utilisent plus le vélo (21%) que les transports en commun (19%).
 - Pour le secteur 1 (Aiguillerie), 33% des interrogés viennent en marchant.
- Les autres réponses ont été données par des personnes couplant plusieurs moyens de transport (transport en commun + vélo ou trottinette, voiture + tram, etc.).

Les moyens de déplacement



Les moyens de déplacement par secteur



53% des entreprises interrogées ont connu une baisse de leur chiffre d'affaires en 2021

Q3 - Comment votre CA 2021 a-t-il évolué par rapport à 2019 (avant COVID)

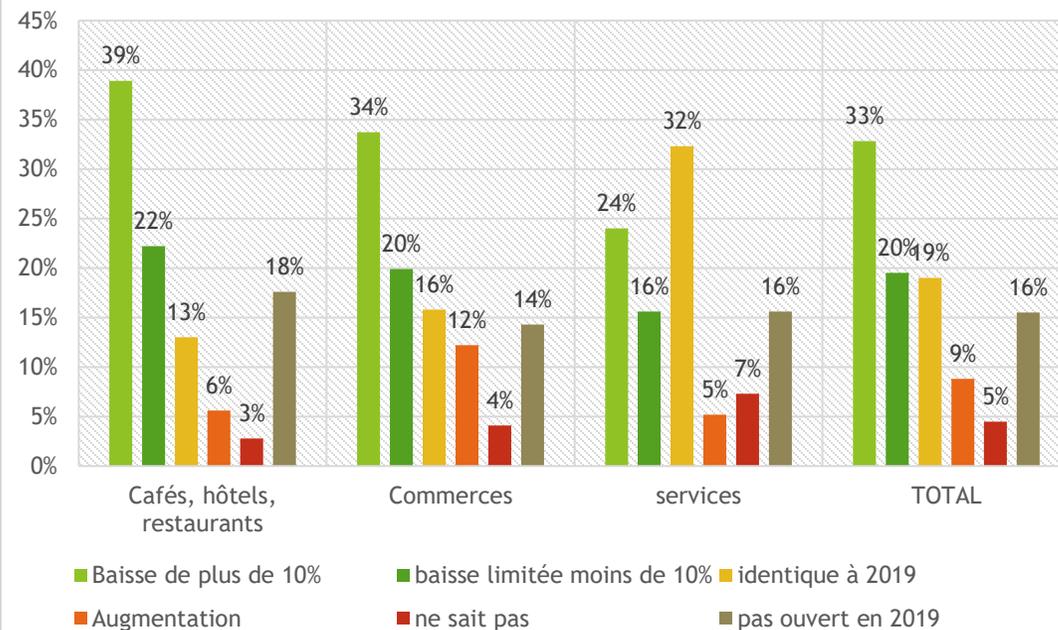
Pour 33% des répondants, la perte enregistrée en 2021 dépasse 10% de leur chiffre d'affaires 2019. Les activités de restauration (39%) et les commerces (34%) ont été particulièrement touchés, alors que « seulement » 24% des services ont été dans le même cas. 20% des répondants ont connu une baisse plus limitée (moins de 10%). Au total, une activité sur 2 a connu une baisse significative de son activité. Le COVID arrive largement en tête des explications de cette baisse massive (voir page suivante).

A contrario, seul un quart des entreprises est dans une situation comparable ou plus favorable qu'en 2019 (stabilité ou augmentation). 12% des commerces ont connu une augmentation de leur activité, grâce à de nouveaux services (comme la livraison à domicile pour les restaurants), au regain d'intérêt pour les magasins de proximité alimentaires, ou à l'originalité de leur offre. 19% des répondants ont noté une stabilité de leur chiffre d'affaires (32% pour le commerce).

Evolution du chiffre d'affaires 2021 par rapport à 2019 (avant la crise COVID)



Evolution du chiffre d'affaires par secteur d'activité



Le COVID et l'insécurité causes principales de la baisse du chiffre d'affaires en 2021

Q4 - Comment expliquez-vous cette évolution ?

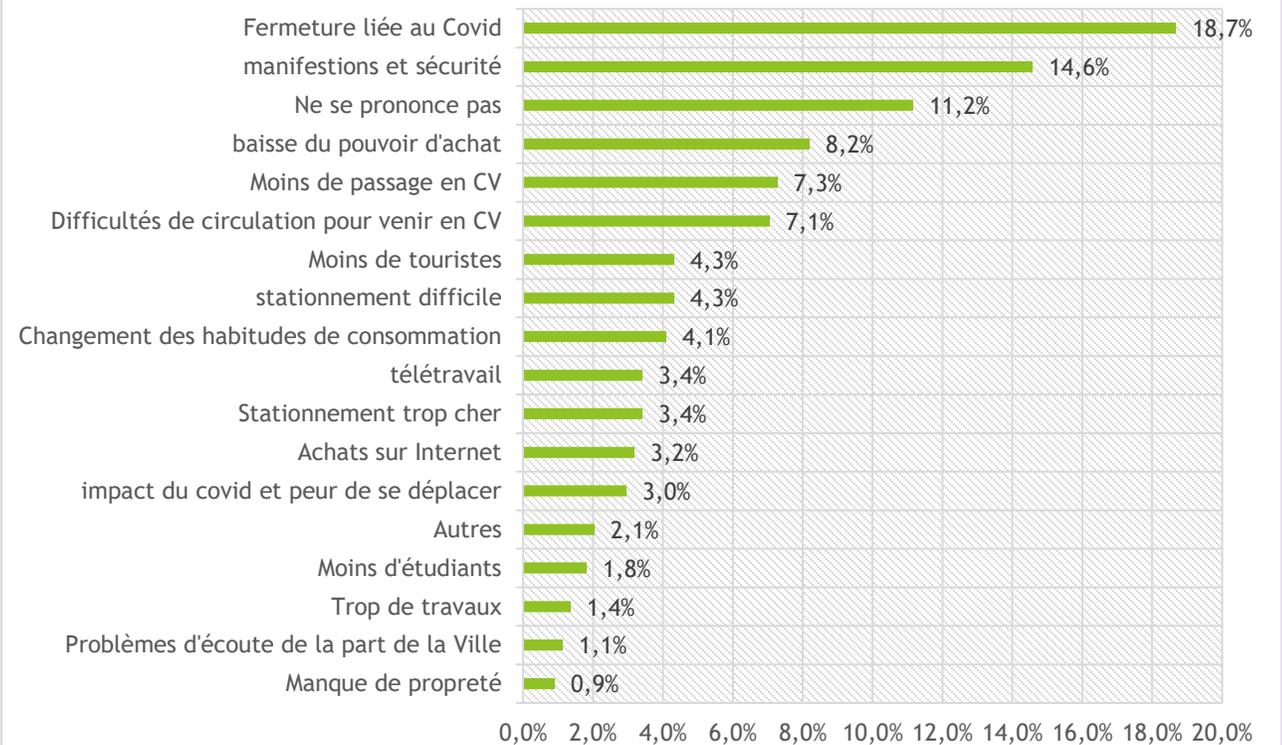
Les fermetures administratives liées au COVID arrivent en tête des explications des baisses de chiffre d'affaires enregistrées en 2021 (21,7% au total).

Les manifestations et la sécurité en centre-ville ont également grandement impacté les commerçants (ex : gilets jaunes). Même quand il n'y a pas de manifestation, les clients « pensent l'inverse et ne viennent plus » ainsi que « trop de mendicité » et « d'incivilités ».

Les **changements d'habitudes de consommation** (internet, télétravail, pouvoir d'achat : 18,9%), mais aussi les craintes récentes sur le pouvoir d'achat diminuent également les venues en centre-ville, ce qui se ressent sur le passage (7,3%).

Les **difficultés de stationnement et de circulation représentent 16% des réponses**, ce qui n'est pas négligeable, mais montre que l'accessibilité automobile n'est qu'un des nombreux problèmes qui affectent les commerçants.

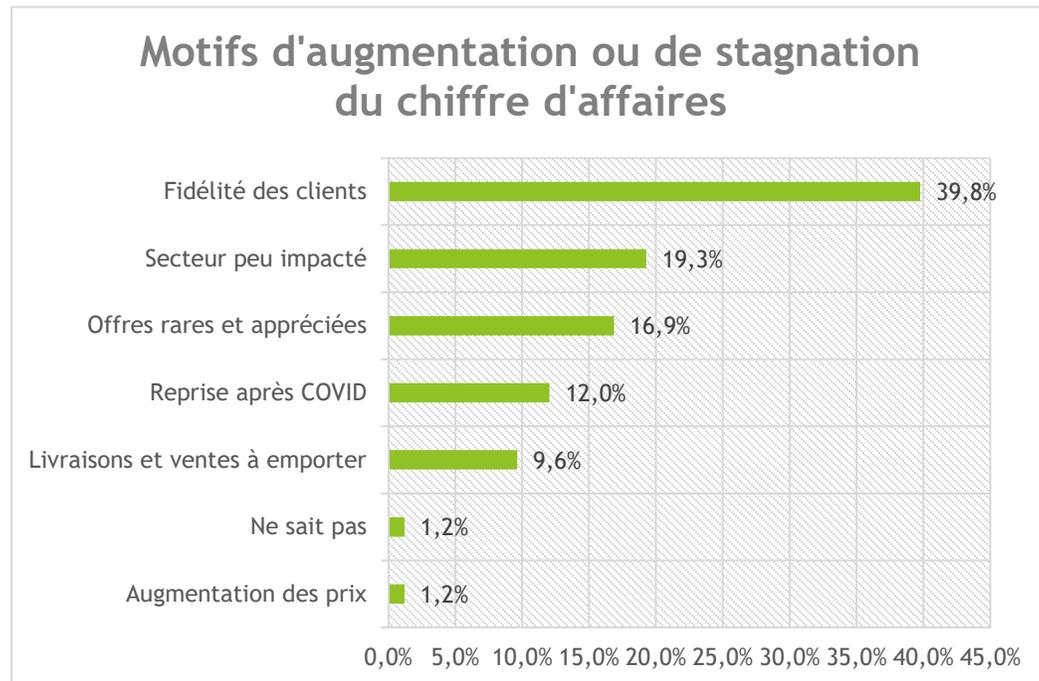
Motifs de diminution du chiffre d'affaires



Traitement des réponses données de manière spontanée

Les commerces qui progressent sont plus qualitatifs dans leur offre et dans leurs services

Q4 - Comment expliquez-vous cette évolution ? Réponses ouvertes pour les commerces en progression



La fidélité des clients (ainsi que le bouche-à-oreille des clients fidèles) ont permis à 9% des entreprises d'augmenter leur chiffre d'affaires.

Certains secteurs ont été peu impactés (voire favorisés) comme les commerces alimentaires par exemple.

D'autres entreprises ont une offre plus rare, ont modifié leur offre pour attirer plus de clients ou ont mis en place de nouveaux services (livraisons).

S'installer en centre-ville pour bénéficier de ses flux et de son attractivité.

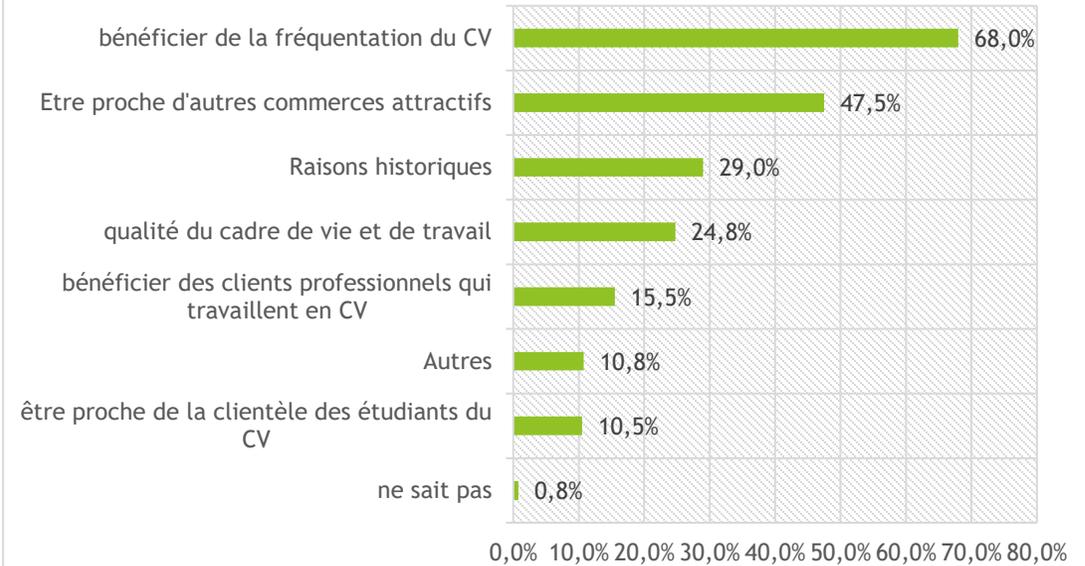
Q5 - Pour quelles raisons êtes-vous implanté dans le centre-ville de Montpellier ?

Les commerçants interrogés ont choisi le centre-ville en 1^{er} lieu pour sa fréquentation et la proximité d'autres commerces attractifs. La création de flux supérieurs résulte de la présence d'activités nombreuses et variées, mais aussi de la qualité du cadre de vie. Celui-ci a joué un rôle important pour 1 commerçant sur 4. Pour 29% des entreprises interrogées, la reprise d'une activité ancienne, voire familiale, explique le lieu d'implantation, surlignant l'aspect « traditionnel » du commerce de centre-ville.

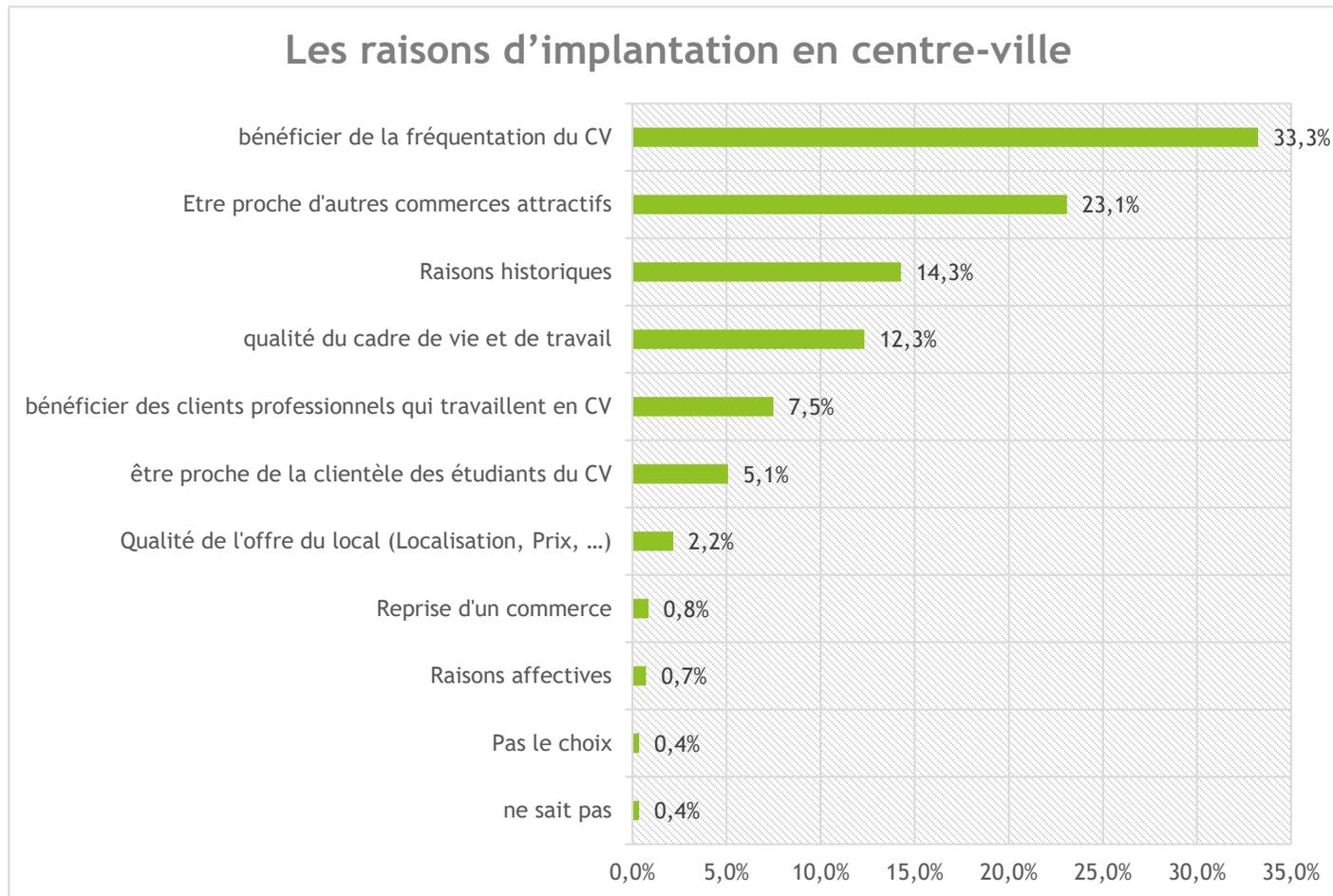
Le secteur géographique influe également sur les raisons d'implantation :

- Pour les interrogés du secteur 2 (Foch), être proche d'autres commerces attractifs est une raison majeure d'implantation (70%). La seconde raison est une raison historique (46,6%).
- Le secteur 4 (Comédie) est le secteur où les raisons historiques et la qualité du cadre sont plus citées qu'en moyenne.
- Pour le secteur 1 (L. Blanc), la desserte par le tramway (visibilité) est plus souvent citée dans les raisons du choix du local.

Les raisons d'implantation en centre-ville



Autres raisons d'implantation citées



Près d'un commerçant sur 2 observe une baisse de fréquentation liée aux changements des conditions de circulation.

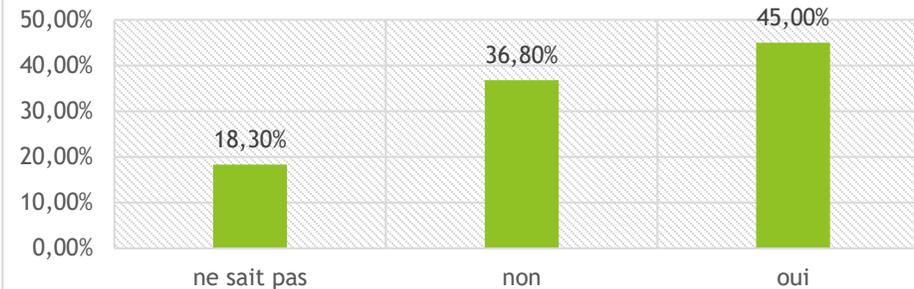
45% des interrogés ont observé une baisse de la fréquentation liée aux changements de conditions de circulation, contre 36,8% qui ne l'ont pas remarqué et 18,3% qui ne savent pas répondre.

Le secteur géographique a une incidence majeure sur les réponses :

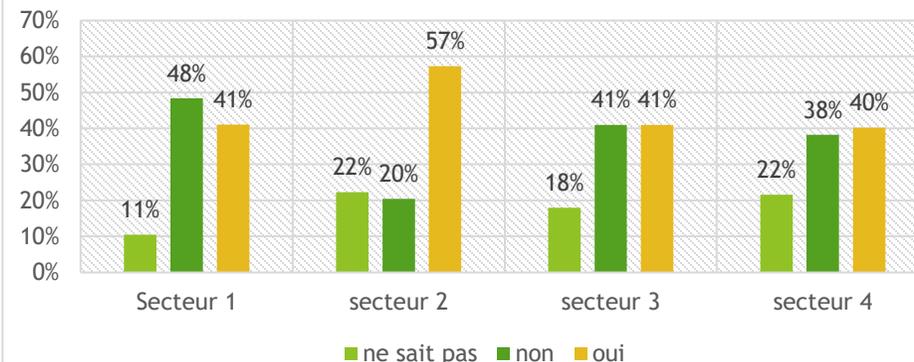
- **Le secteur 2 (Foch / Ledru-Rollin) est le plus impacté avec 57% des répondants qui ressentent une baisse de fréquentation.** La perméabilité déjà faible du nord de l'Ecusson est fortement impactée par la fermeture de la rue Saint-Louis et la création des voies vélos sur les boulevards qui ceinturent le centre ville.
- Le secteur 1 (L. Blanc) Aiguillerie semble un peu moins impacté (48% pas d'impact).

L'ancienneté influence la perception de l'impact des conditions de circulation : 23% de ceux qui sont installés depuis moins d'un an constatent un impact des changements, contre 50% pour ceux qui sont installés depuis plus de 10 ans. Les évolutions progressives sont plus durement ressenties par les commerçants les plus anciens.

Observation de la baisse de fréquentation liée aux changements de conditions de circulation en 2021



Observation de la baisse de fréquentation liée aux changements de circulation selon le secteur



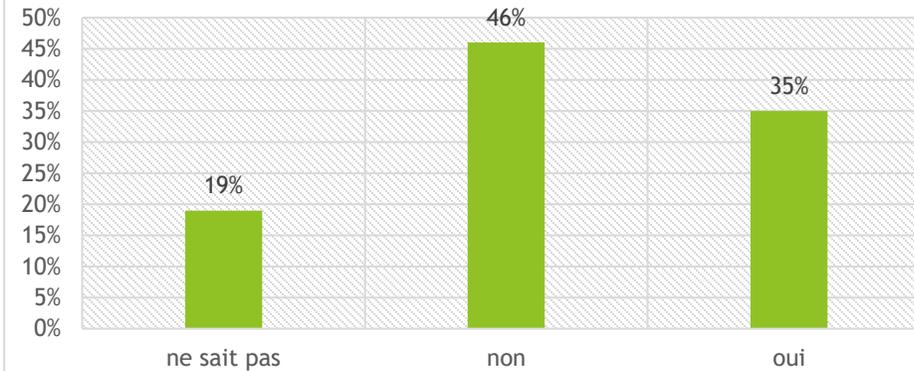
Q6 - Pour un commerçant sur 3, davantage de clients viennent à vélo.

35% des répondants ont observé des modifications des modes de déplacements en faveur du vélo, ce qui dénote un changement effectif dans les habitudes des clients (puisque les enquêtes de déplacement antérieures aux créations de pistes cyclables donnaient une part très faible aux déplacements réalisés à vélo).

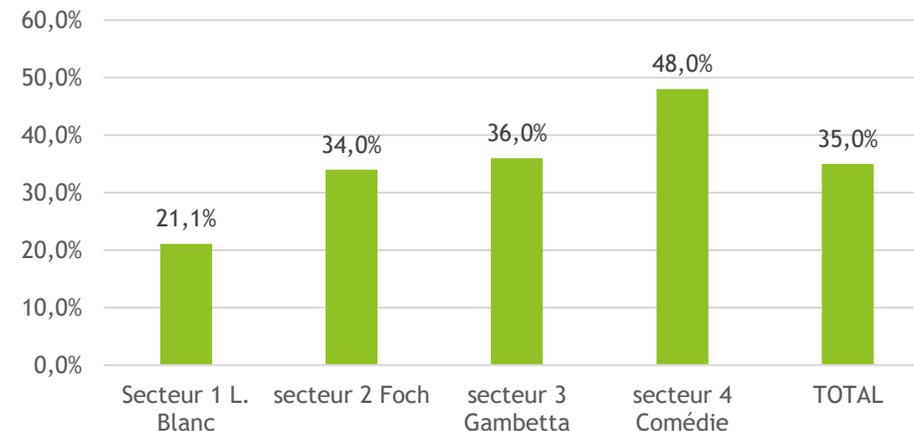
La perception du changement est plus forte sur le secteur Comédie / gare (48% de réponses oui) que sur les autres secteurs (la question du stationnement des 2 roues y est aussi plus sensible).

49% des cafés, hôtels et restaurants (plus nombreux dans la partie centrale de l'écusson) ont noté des modifications de modes de déplacements en faveur du vélo.

Observation des modifications de modes de déplacement des clients en faveur du vélo



Observation d'évolution des déplacements à vélo



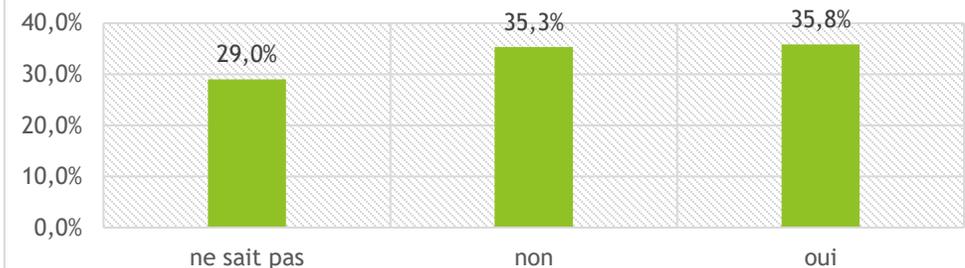
Pour un commerçant sur 3, les clients prennent davantage les transports en commun

Q6 - Modification des modes de déplacements en faveur des transports en commun

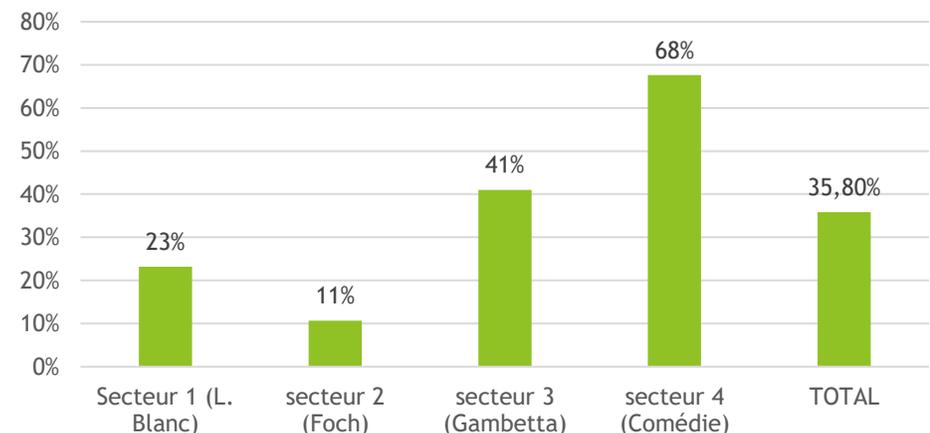
36% des commerçants observent que leurs clients viennent davantage en transport en commun, mais cette proportion varie fortement en fonction des secteurs du centre-ville.

- Le secteur central (comédie / gares) irrigué par toutes les lignes de tramway est le plus facile d'accès par les transports en commun (68% d'avis positifs).
- Le secteur 3 (Gambetta / Jeu de Paume) est également bien desservi (41% d'avis positifs).
- Pour les secteurs 1 (la ligne 1 dessert une partie : 23%) et surtout le secteur 2 (nord écusson : 11%), la desserte tramway est moins importante et la part des clients venant en tramway bien plus faible.

Observation des modifications de modes de déplacement des clients en faveur des transports en commun



Croisement entre lieu d'implantation et perception de l'usage des TC



Une politique de mobilité insatisfaisante pour la majorité des commerçants du centre-ville

Q7 - Comment évaluez-vous les effets de la politique actuelle de mobilité mise en œuvre par la ville sur votre activité ? (Moyenne : 5,63/10)

Cette question avait pour but de montrer l'influence des effets de la politique actuelle de mobilité sur l'activité de l'interrogé par le biais d'une notation allant de 0 à 10 (0 signifiant non concerné et 10 très fortement impacté).

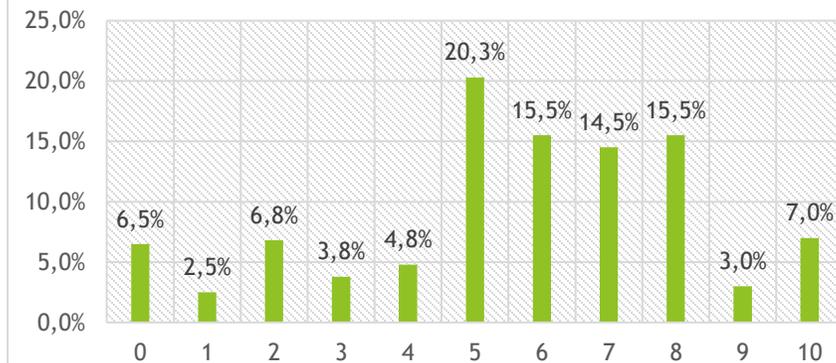
La moyenne obtenue est de **5,63/10**, ce qui dénote un impact de la politique de mobilité sur l'activité des commerçants :

- très fort pour 10% des personnes interrogées (notes 9 et 10),
- assez marqué pour 30% des répondants (notes 7 et 8),
- sensible pour 35,3% des interviewés (notes 6 et 5),
- Faible pour 24,4% des réponses (notes 0 à 4)

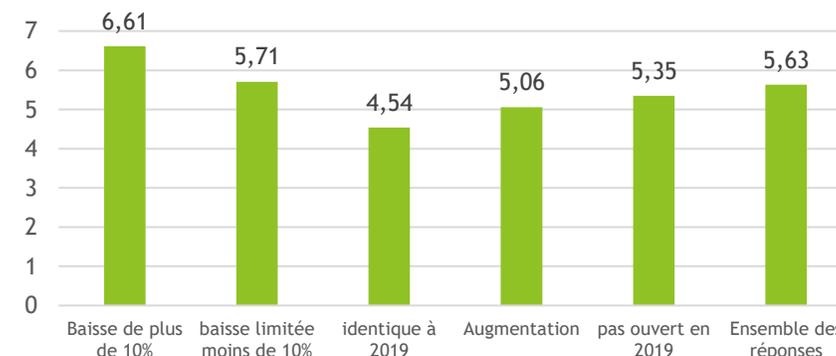
Les services, avec une moyenne de **4,88/10**, se sentent moins impactés par l'évolution des conditions de mobilité que les autres secteurs d'activité (clientèle de proximité plus importante).

Les répondants ayant accusé une baisse de leur chiffre d'affaires de plus de 10% ont donné une note moyenne de **6,61 sur 10** (+1 point par rapport à l'ensemble), alors que ceux dont le chiffre d'affaires est resté stable ont donné des notes dont la moyenne s'établit à **4,54** (-1,1 point par rapport à la moyenne). Ceci démontre la relation entre la dégradation de l'activité et les conditions de mobilité.

Notation des effets de la politique actuelle de mobilité sur l'activité



Croisement entre notation de l'impact des évolutions des conditions de circulation et niveau d'activité.



6,5% des commerçants envisagent de quitter le centre-ville, le double au nord de l'Ecusson

Q8 - Dans les 2 ans qui viennent, envisagez-vous de quitter le centre-ville de Montpellier ?

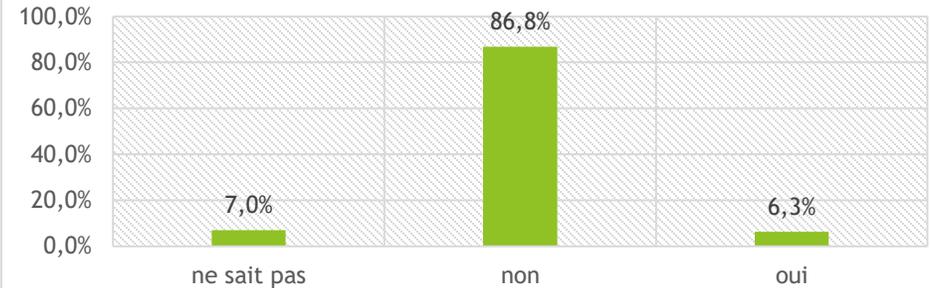
87% des interviewés n'envisagent pas de quitter le centre-ville de Montpellier. Seuls 6,3% des répondants l'envisagent, soit 25 répondants, majoritairement commerçants.

On compte 19 commerces (12 non alimentaires) parmi les 25 partants potentiels (10% d'intentions de départ), 3 cafés, hôtels, restaurants et 3 services (3% d'intentions de départ dans ces 2 secteurs d'activité).

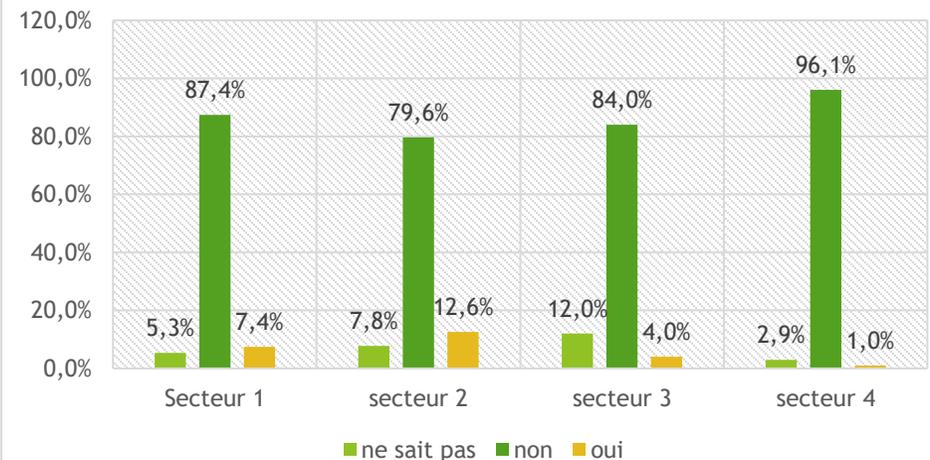
- 13 des 25 partants sont implantés dans le secteur 2 (rue Foch Ecusson nord) où le taux des intentions de départ est très supérieur à la moyenne (12,6% contre 6,3% en moyenne), ce qui s'explique par les difficultés économiques rencontrées et la baisse de fréquentation plus fortement ressentie dans le nord de l'Ecusson.
- Le secteur 1 (Aiguillerie / L. Blanc) arrive en 2^{ème} position (7 partants), le secteur 3 en 3^{ème} position (4 partants), 1 seul partant dans le secteur Comédie.

On compte 6,5% de partants parmi les activités de moins de 3 ans, 10% pour ceux qui sont implantés entre 3 et 10 ans et 3% seulement parmi ceux qui sont installés depuis plus de 10 ans.

Envisagent de quitter le centre-ville de Montpellier



Volonté de quitter le centre-ville de Montpellier par secteur

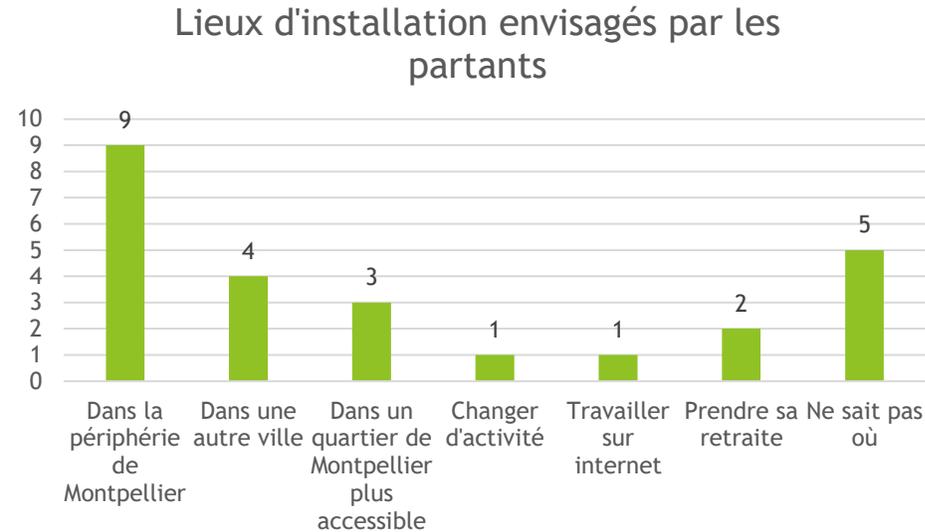


La périphérie : 1^{ère} destination des partants

Q9 - Si oui, où souhaiteriez-vous vous installer ?

9 des 25 partants souhaitent s'installer en périphérie de Montpellier, 4 dans une autre ville, 3 dans un autre quartier de Montpellier et 5 ne savent pas encore où ils exerceront dans le futur. La périphérie est donc la 1^{ère} destination des partants.

Les réorientations professionnelles sont assez rares (2 sur 25).
2 départs en retraite font également partie des réponses.



Des propositions pour trouver un équilibre entre régulation des accès et attractivité du centre-ville.

Q10 - Pour finir, quelles seraient selon vous les mesures à prendre pour maintenir l'attractivité des commerces du CV de Montpellier

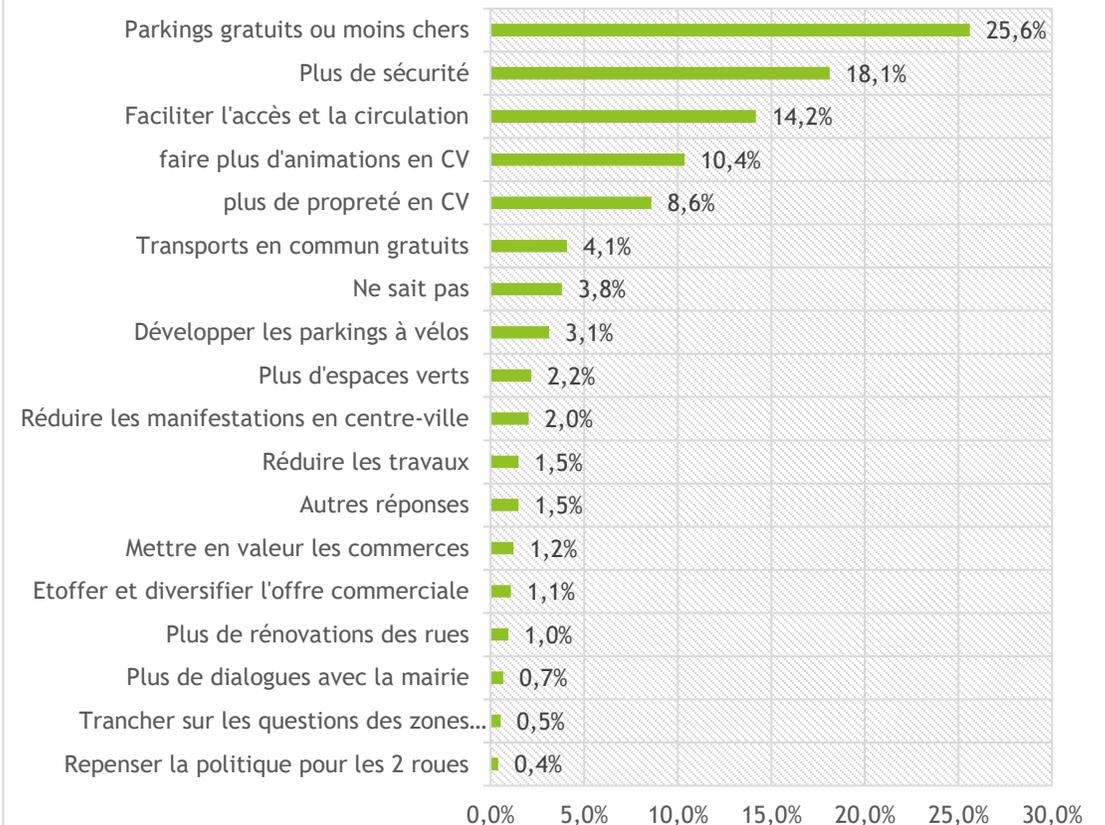
Les commerçants placent le stationnement en tête de leurs préoccupations. Moins chers ou gratuits pour les clients, des abonnements spéciaux pour les commerçants du centre-ville, des places « Arrêt minute » pour permettre plus de livraisons ou de commandes à emporter... les propositions sont nombreuses et illustrent la variété des problèmes rencontrés.

La sécurité arrive en 2^{ème} place (gêne causée par la mendicité, insécurité nocturne, insécurité dans les transports en commun, réglementation de l'usage des vélos/trottinettes très dangereux pour les piétons dans le centre-ville,...).

Faciliter l'accès et la circulation constitue la priorité N° 3. Ils aimeraient voir un « meilleur plan d'urbanisme, et ne pas aller dans l'excès », « ne pas changer tout le temps » ou encore prévoir « des rocades extérieures avant de fermer le centre-ville ». Le développement des transports en commun gratuits, plus de parkings vélos, permettraient d'accompagner cette évolution en faveur des modes actifs d'une manière plus progressive.

En 4^{ème} position, les commerçants ont placé les animations en centre-ville, comme les « Braderies » mais également l'embellissement du centre-ville (espaces verts, rénovation des rues, circuits de visite).

Les mesures à prendre pour maintenir l'attractivité des commerces du centre-ville





Vivre Montpellier Métropole

13 Avenue du Pont Juvenal
34000 Montpellier

Tel : 06 34 22 68 55

Mail : contact@vivre-montpellier-metropole.fr