



***PROPOSITION DE CHARTE
DE LA MOBILITE
EN CENTRE-VILLE***



PROPOSITION DE CHARTE DE LA MOBILITE EN CENTRE-VILLE

A. Constats

On assiste actuellement à une « **redécouverte** des vertus de la ville face à la nécessité de promouvoir un développement davantage durable » et, dès lors, à la « nécessité de promouvoir » le commerce de centre-ville, ce qui fut toujours la volonté de l'UCM ». Cette tendance se concrétise à travers investissements et réaménagements de nombre de centres-villes.

En matière de mobilité, la satisfaction de l'ensemble des attentes n'est pas possible et l'optimum est celui du **meilleur compromis**. Celui-ci ne peut être rencontré qu'à travers un faisceau de mesures complémentaires et cohérentes. Ce constat est d'autant plus vrai pour ce qui est du stationnement.

L'accessibilité plurimodale des quartiers et donc aussi par la voiture, surtout pour les artères commerçantes à vocation supra locale constitue un des facteurs primordiaux de localisation des surfaces commerciales, a fortiori là où l'offre en transport en commun est déficiente.

De nombreuses études internationales et notre expérience de terrain démontrent qu'une **gestion de l'offre** de stationnement, tenant compte des diverses et multiples attentes des différents profils de clientèle est primordiale pour l'attractivité des commerces et la localisation des entreprises. Il ne faut en effet jamais perdre de vue que la ville est un centre commercial et culturel. Le stationnement y est donc vital, sinon les activités du centre se déplacent en périphérie.

Il importe également de rappeler qu'un parc de stationnement est un **outil** qui n'est doté d'aucune qualification « morale », et que les excès dans les deux sens (augmentation ou réduction) peuvent être préjudiciable à l'intérêt collectif.

Les commerces de centre ville contribuent par ailleurs à la **qualité de la vie de la population**, à l'image de la ville auprès des touristes et des autres visiteurs, génèrent une atmosphère conviviale et un sentiment de sécurité.

On observe une **érosion** rapide de l'attractivité des **centres-villes commerçants** vis-à-vis de leur périphérie lors des deux dernières décennies, suite à des politiques d'aménagement du territoire favorisant la péri-urbanisation.

Au cours des dernières années, on a assisté, dans de nombreux quartiers commerçants, à des mesures de **distorsions de concurrence** entre les centres commerciaux implantés en périphérie et dotés d'un nombre important d'emplacements de stationnement mis à disposition gratuitement et les commerces de centre ville confrontés à une diminution du nombre d'emplacements de parkings en voirie par ailleurs généralement devenu payants.



Depuis un an, **l'économie mondiale** tourne au **ralenti** ce qui pousse les consommateurs à moins acheter, plaçant les commerçants dans une situation de plus en plus difficile avec en corollaire une diminution de chiffres d'affaires voire des fermetures de commerces et des pertes d'emplois. Les autorités publiques ont par conséquent tout intérêt à maintenir les flux de clientèle existants dans les artères commerçantes de centre ville et même de favoriser leur augmentation en mettant en œuvre une politique d'accès plurimodale tenant compte des comportements et attentes des consommateurs.

En outre, le **dialogue** reste très **difficile** entre les autorités publiques et les associations de commerçants quant aux problèmes de mobilité, et surtout quant à leurs solutions, dans les quartiers commerçants.

B. Préalable

Face à ces constats, un préalable : l'instauration d'un **dialogue permanent** entre les autorités publiques et les commerçants et dirigeants de PME des quartiers concernés.

C. Problématique du stationnement

Statistiquement, la problématique du stationnement apparaît dans un nombre croissant de communes belges. Voici quelques lignes directrices qui pourraient faire l'objet d'une charte avec les différentes autorités communales intéressées. Bien évidemment, celle-ci devrait s'appuyer et être intégrée aux PCM et PICM existants ou en cours.

Réalisations

Recensement quantitatif et qualitatif de l'offre existante ;

Identification des attentes et problèmes de parking, avec mise en exergue des éventuel les contradictions ;

Optimisation de l'offre de stationnement en mettant fin aux dérives éventuellement constatées (non respect de la réglementation, voitures ventouses, etc.) ;

Benchmarking relatifs aux solutions envisageables avec concertation entre les commerçants du centre-ville et les acteurs concernés ;

En cas de projet ou de réaménagement, systématiser les **études d'impacts socio-économiques** objectives et concertées, préalable aux mesures de stationnement envisagées. La mobilité est un problème vaste et interconnecté à toute une série d'autres facteurs importants pour les indépendants, commerçants et chefs de PME. Le contexte de mobilité est intrinsèquement lié au développement économique et social. Or, le secteur de la distribution au détail est souvent le parent pauvre, voire oublié, des plans de mobilité ;

Les aménagements de changements de la voirie et la suppression d'emplacements de stationnement doivent être **testés**, **évalués** et **adaptés** aux évolutions du contexte de mobilité ainsi créé.



Objectifs de la politique de stationnement en centre-ville / quartiers commerciaux

La **régénération** et la **cohérence** d'application des règles définies en concertation avec le secteur privé et dans le but majeur de répondre aux besoins des clients et des résidents.

La politique de stationnement doit permettre de régénérer ou d'assurer la vitalité du centre-ville / quartiers commerciaux. Le parking doit être disponible pour attirer les clients et entreprises. La politique de paiement des parkings ne doit pas viser uniquement la collecte de recettes dans les caisses de la commune mais essentiellement une saine rotation des véhicules dans le centre-ville.

Solutions

Les demandes de stationnement sont diverses : longue durée pour les travailleurs, longue durée et nuit pour les riverains, courte et moyenne durée pour les visiteurs (achats, visites, loisirs), très courte durée pour les livraisons. L'offre se doit donc d'être variée également : places en voirie et ouvrages d'art proches du centre ville, parking longue durée en dehors de l'hyper-centre, P+R, etc.

Au niveau de l'information

Meilleure communication sur les règles en vigueur. Trop souvent, une incompréhension envenime les situations ;

Meilleure information sur la situation de mobilité existante et sur son impact notamment au niveau socio-économique. Trop souvent, les commerçants mais aussi les citoyens ont le sentiment que les mesures sont prises sans diagnostic, sans analyse et sans concertation ;

Améliorer la signalisation des parkings. L'offre est rarement déficitaire mais n'apparaît pas assez clairement ;

Soutenir les campagnes de sensibilisation (mise à disposition de folders et plans, promotion de journées sans verbalisation mais avec mise en garde, ...)

Intégrer un représentant des commerçants aux différentes réflexions relatives à la mobilité.

Au niveau de l'offre, le cas échéant

Création, notamment dans le cadre de la mise en œuvre du RER, de **parkings relais de plus longue durée** dans la périphérie proche, ainsi que de solutions P+R afin de réduire le nombre de voitures ventouses dans les quartiers commerçants et cela sans mise en concurrence des commerçants du centre-ville vis-à-vis de centres commerciaux périphériques ; Il est impératif que ces parcs- relais soient situés en périphérie directe de la ville, et non à des distances plus ou moins éloignées. Il apparaît en effet comme illusoire de vouloir transférer un automobiliste sur un transport en commun alors que la circulation est encore fluide ;



Création, notamment dans le cadre de la mise en œuvre du RER, de **parkings relais de plus longue durée** dans la périphérie proche, ainsi que de solutions P+R afin de réduire le nombre de voitures ventouses dans les quartiers commerçants et cela sans mise en concurrence des commerçants du centre-ville vis-à-vis de centres commerciaux périphériques ; Il est impératif que ces parcs- relais soient situés en périphérie directe de la ville, et non à des distances plus ou moins éloignées. Il apparaît en effet comme illusoire de vouloir transférer un automobiliste sur un transport en commun alors que la circulation est encore fluide ;

En cas de besoins avérés, **création de nouveaux parkings** publics dans les quartiers commerçants ou à proximité de ces derniers ;

Sécuriser les parkings publics existants avec instauration d'horaires adaptés à la clientèle.

Au niveau des tarifs

Gratuité du parking pour la 1^{ère} demi-heure, ceci afin de permettre le commerce quotidien en centre-ville (boucher, boulanger, libraire, etc.) ;

Application d'un **tarif progressif/dégressif** en fonction des heures consommées, de la zone et des possibilités de parking en périphérie proche ou de P&R ;

Etude de solutions de paiement à tarif préférentiel par les commerçants afin qu'ils puissent octroyer des **heures de parking gratuites** à leurs clients.

Au niveau de l'organisation du stationnement

Organisation du **stationnement riverain** en fonction de la vocation des différentes artères. Les zones à vocation commerciales doivent viser une rotation maximale du stationnement. L'octroi de cartes de riverains se fera donc pour les rues adjacentes plutôt que pour les artères commerçantes, en tous cas pour les heures d'ouvertures des commerces ;

Mesures de police pour faire respecter les aires de livraison ;

Evaluation de l'accessibilité des quartiers commerçants et des parkings publics qui y sont implantés en cas de changement majeur de la voirie et de la circulation automobile (réduction de bandes de circulation, mesures de détournement de la circulation par exemples) ;

Promotion des services complémentaires (livraisons, consignes, ...) ;

En cas de travaux publics dans les rues commerçantes, proposer des **places de parking temporaires de substitution**, assurer une information permanente des commerçants, mettre en place une communication spécifique à l'attention de la clientèle.



NOTES

