

LES COMMERCES SUR LES BOULEVARDS DES MARÉCHAUX

Enquête auprès de la clientèle
et évolutions 2003-2007

Octobre 2007



SOMMAIRE

Synthèse	3
Introduction	7
I. Evolution de l'équipement commercial 2003-2007	9
1. Caractéristique du tissu commercial en 2007	9
2. les évolutions 2003-2007	10
II. Evolution des pratiques d'achat 2003-2007	14
1. Présentation de l'enquête 2007	14
2. Résultats pondérés cumulés des 15 commerces	20
III. Résultats des commerces – évolution 2003-2007	26
Evolution 2003-2007 pour les 9 commerces comparables	26
Evolution 2003-2007 pour les deux marchés	45
Annexes	52

A la demande de la Ville de Paris, une enquête a été réalisée par l'APUR en juin 2007, six mois après la mise en service du tramway, afin de mesurer son impact et celui des aménagements qui lui sont liés sur l'évolution de l'équipement commercial et des pratiques d'achat de la clientèle. Cette enquête fait suite à une précédente enquête réalisée selon les mêmes modalités en décembre 2003, au démarrage des travaux de réalisation du tramway des maréchaux sud. De plus, un dénombrement de l'ensemble des commerces a été effectué en 2003, en 2005 et en 2007, ce qui permet d'analyser l'évolution du nombre de commerces et celle des activités exercées.

L'enquête auprès de la clientèle a porté sur 15 commerces sélectionnés pour leur représentativité et sur les marchés découverts Brune et Lefebvre. Elle s'est attachée à appréhender, par rapport à 2003, l'évolution de la composition de la clientèle, des modes de déplacements utilisés, de la fréquence et du montant des achats.

L'évolution du nombre de commerces par catégorie de 2003 à 2007

Au total, sur l'ensemble du parcours, 305 commerces ont été recensés en 2007 contre 316 en 2005 et 314 en 2003. Quatre fusions de cellules commerciales ont été réalisées entre 2005 et 2007.

- **Une tendance à la modernisation et à l'agrandissement des commerces**

La légère baisse observée du nombre de cellules commerciales est liée en partie à des extensions, certains commerces ayant absorbé les cellules voisines pour augmenter leur surface de vente : deux pharmacies se sont agrandies en absorbant l'ancien local d'un traiteur et d'une épicerie ; un hôtel s'est agrandi en englobant le local d'une brasserie ; le supermarché ATAC a absorbé le local d'une cordonnerie. Les commerçants semblent avoir mis à profit la période de travaux pour réaliser des travaux de modernisation. Par ailleurs les travaux ont conduit à la suppression d'un kiosque à journaux et d'un local de restaurant.

- **Une stabilité du secteur de l'alimentation : 2 transformations, 4 disparitions et 3 créations**

Le commerce alimentaire se maintient. On enregistre 4 disparitions sur la période 2005-2007 (2 traiteurs dont 1 asiatique, 1 primeur et 1 alimentation générale) pour 3 créations (1 boucherie, 1 traiteur asiatique et 1 alimentation générale) et 2 transformations (1 traiteur en traiteur asiatique et 1 boucherie en commerce de produits alimentaires spécialisés).

- **Un recul dans l'auto moto (-1), la culture-loisirs (-5), les services aux particuliers (-4) et le bricolage (-2)**

La diminution du nombre d'établissements est observée dans quatre secteurs d'activités malgré de nouvelles ouvertures :

- Les magasins liés à la culture et aux loisirs : perte de 2 librairies, de 3 marchands de journaux, d'1 kiosque, d'1 magasin de téléphonie et d'1 magasin de vente de cassettes-vidéo ; ce secteur a gagné 2 magasins de téléphonie et 1 magasin de vente de matériel informatique.

- Les services aux particuliers : perte d'e 3 vidéoclubs, de 2 coiffeurs, d'1 cordonnerie, d'1 menuiserie, d'1 vitrerie, d'1 tatoueur et d'1 auto-école, d'1 déménageur, d'1 salon toilettage pour animaux ; ce secteur a gagné 1 magasin de matériel de bricolage, 1 salon de coiffure, 1 salon de beauté, 1 menuiserie, 1 carreleur, 1 magasin de photocopies, 1 centre de formation et 1 local pour le bureau de poste.

- Le secteur « bricolage-jardinage » : perte de 2 fleuristes et d'1 revêtement sols et murs et création d'1 nouveau fleuriste.

- L'auto-moto : perte d'1 concessionnaire auto, 1 garage et 1 magasin d'équipement automobile ; création de 2 agences de location de voitures.

- **Une stabilité dans les secteurs de l'équipement de la personne, de l'équipement de la maison et de la santé beauté**

Les secteurs de l'équipement de la personne et de la santé-beauté n'ont connu aucune variation et celui de l'équipement de la maison a vu la perte d'un magasin spécialisé dans la décoration compensé par la création d'un magasin spécialisé dans les cheminées.

- **Une progression du secteur de la restauration (+2).**

La disparition de 6 établissements a été compensée par l'ouverture de 8 autres

- **Le taux de rotation s'accélère, il passe de 7,3% à 10,9%**

La période de travaux a vu se produire une certaine accélération de la rotation commerciale. Le taux de rotation annuel des commerces apparaissait faible entre 2003 et 2005 (7,3% par an contre 11% à Paris). Il s'est accéléré de 2005 à 2007 (10,9%), surtout pour certaines activités comme les commerces liés à la culture et aux loisirs (16%), les services aux particuliers (16%) ou les magasins de bricolage et de jardinage (20%).

Résultats des enquêtes auprès des clients de 15 commerces (2006 clients interrogés)

Afin de prendre la mesure des évolutions, l'enquête a porté aussi souvent que possible sur les commerces qui avaient déjà été enquêtés en 2003. De la même façon, les commerces ont été choisis de façon à composer un échantillon représentatif de l'ensemble des 305 commerces du parcours en tenant compte d'une répartition représentative par arrondissement, par type d'activité et par tranche de surface.

Des clients qui viennent de plus loin, relativement plus jeunes

La clientèle de proximité, nettement majoritaire, représente 65 % de la clientèle. Cependant, sa part a diminué par rapport à 2003 (69%) en raison d'un élargissement de l'aire de chalandise vers la banlieue. Désormais 21% des clients interrogés en 2007 habitent en banlieue contre 18% en 2003. Cette évolution semble liée à la mise en service du tramway et à l'amélioration de l'offre de transport. On observe aussi un rajeunissement de la clientèle : en 2007 les jeunes de 20 à 34 ans représentent 28% de la clientèle contre 24% en 2003. Sans changement, les 35-59 ans représentent exactement la moitié des clients.

Une évolution des modes de déplacement en faveur des transports en commun (+5%)

La répartition modale a été modifiée par la mise en place du tramway. La marche à pied est toujours majoritaire pour aller faire ses achats mais sa part diminue (71% en

2003, 64% en 2007). En effet, de plus en plus de clients prennent les transports en commun (de 17% en 2003 à 22% en 2007), et 9% des clients des commerces enquêtés sont venus faire leur course en tramway. On note par ailleurs une progression des deux roues (moto + vélo : 1,5% à 2,9%) La part de la voiture reste stable à 10 %, utilisée majoritairement pour des achats exceptionnels.

Des achats plus fréquents

On observe une plus grande fréquence dans les déplacements d'achat car 55% des clients déclarent venir plusieurs fois par semaine contre 49% en 2003. Parallèlement, le montant moyen des achats a diminué pour certains commerces.

Un fort taux de satisfaction des clients par rapport aux aménagements du tramway

Les clients sont globalement satisfaits des aménagements du tramway. Plus des 3/4 des clients déclarent trouver le site plus agréable, et près des 2/3 le trouvent plus pratique. Les autres n'expriment pas d'opinion ; quelques uns (5%) trouvent les aménagements réalisés moins agréables.

Résultats des enquêtes sur les deux marchés (1168 clients interrogés)

Des clients plus jeunes et qui viennent plus souvent de loin

Encore plus que pour les commerces, la clientèle des deux marchés est majoritairement une clientèle de proximité (86%), fortement féminine (70%) et relativement âgée. On observe un rajeunissement de la clientèle de 2003 à 2007 la part des clients âgés de plus de 60 ans passe de 44% à 33%.

La part des clients n'habitant pas le quartier est passée de 9% à 14%, tout comme la part des clients exceptionnels (de 14% à 18%). Plus précisément, 8% des clients n'habitent pas Paris, et 3% viennent exprès de la banlieue pour faire leurs courses sur ces marchés.

Une nouvelle clientèle liée au tramway

Il faut noter qu'un quart des clients venus en tramway ne venaient pas auparavant faire leurs courses sur ces marchés. Ils apparaissent comme une clientèle « générée » par le tramway.

La marche à pied reste prédominante pour aller au marché (86%), mais on note ici aussi une hausse de l'usage des transports en commun : 8% des clients y ont eu recours contre 5% en 2003. On compte aussi quatre fois plus de cyclistes qu'en 2003 bien que leur part reste modeste (2% en 2007). L'utilisation de la voiture est quant à elle en baisse : 2,7% en 2007 contre 3,4% en 2003.

Conclusions

On note un **élargissement de la zone de chalandise des commerces et des marchés vers la banlieue**. En enrichissant l'offre de transport, le tramway semble avoir permis d'attirer une fraction de clientèle nouvelle, plus jeune et venant d'un peu plus loin, en plus de la clientèle de proximité traditionnelle. En particulier les clients qui résident en banlieue sont légèrement plus nombreux qu'avant les travaux.

Des commerces ont mis à profit le temps des travaux pour moderniser leur magasin ou faire évoluer leurs lignes de produits. Au sortir d'une longue période de chantier, la fréquentation des boulevards a repris et les commerces commencent

à tirer parti des aménagements réalisés avec l'apparition d'une nouvelle clientèle amenée par le tramway.

Certains commerces ont encore des difficultés. Une partie des commerçants dit ne pas avoir encore retrouvé toute sa clientèle. L'amélioration du cadre urbain et du système de transport est un potentiel à exploiter pour la dynamisation du commerce, non en quelques semaines, mais au cours des années qui viennent. A condition de s'adapter aux attentes de la clientèle, tous les commerces devraient tirer partie des améliorations apportées.

Enfin, **les clients se déclarent satisfaits par le tramway et les aménagements de l'espace public**, puisque 77% de clients trouvent le site « plus agréable » pour faire leurs courses et 65% l'estiment « plus pratique ».

INTRODUCTION

Dans le cadre du projet de tramway des Maréchaux Sud, un dispositif d'observation avait été mis en place pour mesurer les effets du chantier sur les activités économiques. Dans ce contexte, l'Apur avait réalisé pour la RATP et les services de la ville de Paris une enquête en décembre 2003 sur la mobilité et les pratiques d'achat de la clientèle des commerces des boulevards des Maréchaux. Cette première enquête s'était déroulée au début des travaux du tramway.

A la demande de la Ville de Paris, l'Apur a réalisé une seconde enquête six mois après la mise en service du tramway, afin de mesurer l'impact du tramway et des aménagements qui lui sont liés sur la mobilité et les pratiques d'achat des clients.

L'enquête réalisée en juin 2007 a porté sur 15 commerces et deux marchés découverts. Elle s'est attachée à appréhender, comme en 2003, la composition de la clientèle, les modes de déplacements utilisés pour les achats, et la fréquence et le montant des achats.

Une première partie s'attachera à décrire l'évolution globale de l'équipement commercial le long du tramway des Maréchaux. Une deuxième partie présente l'enquête et les résultats cumulés pour les 15 commerces retenus. Enfin, dans la troisième sont présentés les résultats de 9 commerces suivis en 2003 et en 2007 et ceux des deux marchés forains.

I. EVOLUTION DE L'EQUIPEMENT COMMERCIAL 2003-2007

Cette première partie présente les évolutions commerciales observées de 2003 à 2007 sur les boulevards des Maréchaux sud, c'est-à-dire entre le début des travaux de voirie liés à la création du tramway et peu après la mise en service de celui-ci. Elle se base sur des relevés effectués en mai 2003, en mars 2005 et en avril 2007.

Rappelons que les travaux de voirie ont débutés durant l'été 2003 et que la mise en service du tramway a eu lieu le 16 décembre 2006. Le tracé de plus de 8 kilomètres va la Porte d'Ivry, dans le 13^{ème} arrondissement, jusqu'au pont du Garigliano dans le 15^{ème}.

1/ CARACTERISTIQUES DU TISSU COMMERCIAL EN 2007

L'axe TMS sud est marqué par une densité commerciale relativement faible par rapport à la moyenne parisienne puisqu'elle est de 3,7 commerces pour 100 mètres de voie contre 4,2 commerces à Paris.

On dénombre en juin 2007, 365 locaux en rez-de-chaussée donnant directement sur le tracé du tramway. Sur ces 365 locaux, 29 sont vacants soit 7,9% du total des locaux. Ce taux est inférieur de celui rencontré à Paris en 2005 (9,9%).

Les commerces et services de proximité sont très fortement représentés sur la totalité du parcours du tramway, avec :

- **Une forte présence du commerce alimentaire**

Les commerces alimentaires représentent 20,7% des commerces contre 11,5% à Paris. L'effectif est de 63 commerces alimentaires parmi lesquels 16 boulangeries, 15 magasins d'alimentation générale et 6 boucheries. Deux grandes enseignes ayant une surface de vente supérieure à 1000 m² sont également présentes. Il s'agit des magasins Atac (2400 m²) et Champion (1000 m²) situés entre la Porte de Montrouge et la Porte de Vanves.

- **De nombreux services commerciaux et agences**

Les services commerciaux et agences représentent 24% des commerces contre 28% à Paris. L'effectif est de 74 établissements dont 19 coiffeurs et 7 blanchisseries/laveries automatiques.

- **Une concentration des cafés-restaurants autour du Parc des expositions**

Les cafés et restaurants sont bien implantés. On en dénombre 68. Un nombre important de brasseries ou de restaurants se situent autour du Parc des Expositions à proximité de la Porte de Versailles.

- **L'auto-moto**

Autre secteur d'activité proportionnellement bien représenté, l'auto moto avec 2 garages, 7 concessionnaires dont 2 spécialisés dans les motos et 4 stations service.

Les autres activités comme l'équipement de la personne, l'équipement de la maison, la culture et les loisirs sont nettement moins bien implantés.

Structure du commerce sur le tracé du tramway comparé à celle de Paris

Commerces et services commerciaux	Site du tramway (en 2007)		Paris (en 2005)	
	Nombre de locaux	% par rapport au nombre de commerces	Nombre de locaux	% par rapport au nombre de commerces
dont Alimentaire	63	20,7%	7 023	11,4%
Equipement de la personne	18	5,9%	8 112	13,1%
Santé et beauté	11	3,6%	2 304	3,7%
Equipement de la maison	10	3,3%	4 146	6,7%
Culture et loisirs	29	9,5%	6 218	10,1%
Bricolage et jardinage	8	2,6%	1 111	1,8%
Services aux particuliers	54	17,7%	12 646	20,5%
Agences	20	6,6%	4 467	7,2%
Auto-Moto	16	5,2%	1 073	1,7%
Cafés et Restaurants	68	22,3%	12 699	20,6%
Hôtels et Auberges de jeunesse	8	2,6%	1 958	3,2%
Total Commerces et services commerciaux	305	100,00%	61 766	100,00%
Locaux Vacants	29		8 276	
Commerces de gros	4		3 205	
Services aux entreprises	2		578	
Médical	5		1 176	
Spectacles	1		161	
Autres locaux en boutique	19		8 257	
Total des locaux en rez-de-chaussée	365		83 419	

2/ LES EVOLUTIONS 2003-2007

Le tableau en annexe indique le détail des mutations commerciales observées lors des enquêtes. Sur 365 locaux commerciaux, 81 ont été concernés par une ou plusieurs mutations. La synthèse de ces mouvements montre six points principaux :

- **Une légère baisse globale**

L'évolution observée est contrastée. Le nombre de commerces est resté stable entre 2003 et 2005 puis a connu une baisse entre 2005 et 2007 (40 disparitions pour 29 créations). Ce solde négatif (- 11 commerces) se relie pour une part à des disparitions pures et simples (5 cas comme la fermeture d'un kiosque à journaux au droit du 77 boulevard Brune ou le restaurant « l'Escale » au 22 boulevard Jourdan), par des opérations d'agrandissement (4 opérations) et par des cessations d'activité (9 commerces devenant vacants). A contrario, sur la même période 10 locaux vacants ont été recommercialisés.

- **Une tendance à la modernisation et à l'agrandissement des commerces**

La légère baisse observée du nombre de cellules commerciales est liée en partie à des extensions, certains commerces ayant absorbé les cellules voisines pour augmenter leur surface de vente : deux pharmacies se sont agrandies en absorbant l'ancien local d'un traiteur et d'une épicerie ; un hôtel s'est agrandi en englobant le local d'une brasserie ; le supermarché ATAC a absorbé le local d'une cordonnerie. Les commerçants semblent avoir mis à profit la période de travaux pour réaliser des travaux de modernisation. Par ailleurs les travaux ont conduit à la suppression d'un kiosque à journaux et d'un local de restaurant.

- **Une stabilité du secteur de l'alimentation : 2 transformations, 4 disparitions et 3 créations**

Le commerce alimentaire se maintient. On enregistre 4 disparitions sur la période 2005-2007 (2 traiteurs dont 1 asiatique, 1 primeur et 1 alimentation générale) pour 3 créations (1 boucherie, 1 traiteur asiatique et 1 alimentation générale) et 2 transformations (1 traiteur en traiteur asiatique et 1 boucherie en commerce de produits alimentaires spécialisés).

- **Un recul dans l'auto moto (-1), la culture-loisirs (-5), le bricolage (-2) et les services aux particuliers (-4)**

La diminution du nombre d'établissements est observée dans quatre secteurs d'activités malgré de nouvelles ouvertures :

- Les magasins liés à la culture et aux loisirs : perte de 2 librairies, de 3 marchands de journaux, d'1 kiosque, d'1 magasin de téléphonie et d'1 magasin de vente de cassettes-vidéo ; ce secteur a gagné 2 magasins de téléphonie et 1 magasin de vente de matériel informatique.

- Les services aux particuliers : perte d'e 3 vidéoclubs, de 2 coiffeurs, d'1 cordonnerie, d'1 menuiserie, d'1 vitrerie, d'1 tatoueur et d'1 auto-école, d'1 déménageur, d'1 salon toilettage pour animaux ; ce secteur a gagné 1 magasin de matériel de bricolage, 1 salon de coiffure, 1 salon de beauté, 1 menuiserie, 1 carreleur, 1 magasin de photocopies, 1 centre de formation et 1 local pour le bureau de poste.

- Le secteur « bricolage-jardinage » : perte de 2 fleuristes et d'1 revêtement sols et murs et création d'1 nouveau fleuriste.

- L'auto-moto : perte d'1 concessionnaire auto, 1 garage et 1 magasin d'équipement automobile ; création de 2 agences de location de voitures.

- **Une stabilité dans les secteurs de l'équipement de la personne, de l'équipement de la maison et de la santé beauté**

Les secteurs de l'équipement de la personne et de la santé-beauté n'ont connu aucune variation et celui de l'équipement de la maison a vu la perte d'un magasin spécialisé dans la décoration compensé par la création d'un magasin spécialisé dans les cheminées.

- **Une progression du secteur de la restauration (+2).**

La disparition de 6 établissements a été compensée par l'ouverture de 8 autres

- **Le taux de rotation s'accélère de 2005 à 2007**

Le taux de rotation annuel des commerces sur le parcours du tramway apparaissait faible entre 2003 et 2005 (7,3% par an contre 11% à Paris). Il s'accélère à partir de 2005 (10,9%), surtout pour certaines activités (commerces liés à la culture et aux loisirs : 16%, les services aux particuliers : 16% ou les magasins de bricolage et de jardinage : 20%).

Evolutions des commerces le long des boulevards des Maréchaux

ACTIVITE	2003	Evolution 2003-2005		2005	Evolution 2005-2007		2007
		créations	suppres- sions		créations	suppres- sions	
Alimentaire	60	7	3	64	5	6	63
Equipement de la personne	18	0	0	18	0	0	18
Santé-Beauté	11	0	0	11	0	0	11
Equipement de la maison	8	3	1	10	1	1	10
Culture et loisirs	28	6	0	34	3	8	29
Bricolage-Jardinage	11	0	1	10	1	3	8
Services aux particuliers	61	4	6	59	7	12	54
Agences	22	1	4	19	1	0	20
Auto-Moto	20	1	4	17	2	3	16
Cafés et Restaurants	67	2	3	66	8	6	68
Hôtels et Auberges de jeunesse	8	0	0	8	1	1	8
TOTAL COMMERCE ET SERVICES COMMERCIAUX	314	24	22	316	29	40	305
LOCAUX VACANTS	28	13	12	29	15	15	29
Commerces de gros	5	0	1	4	0	0	4
Services aux entreprises	5	0	2	3	0	1	2
Médical	6	0	1	5	1	1	5
Spectacles	1	0	0	1	0	0	1
Autres locaux en boutique	19	4	3	20	4	5	19
TOTAL AUTRES LOCAUX EN RDC	36	4	7	33	5	7	31
TOTAL LOCAUX	378	41	41	378	49	62	365

II. EVOLUTION DES PRATIQUES D'ACHAT 2003-2007

1/ PRESENTATION DE L'ENQUETE

L'enquête auprès des clients des boulevards des Maréchaux s'inscrit dans la poursuite de l'enquête réalisée en 2003. Identiquement, elle se décompose en trois phases :

- l'enquête auprès des clients des 15 commerces sélectionnés pour être représentatifs du tissu commercial de ces boulevards,
- l'enquête auprès des clients du marché du boulevard Brune,
- l'enquête auprès des clients du marché du boulevard Lefebvre.

Méthodologie

Les personnes ont été interrogées à la sortie des 15 magasins sélectionnés de sorte que l'on interroge uniquement les clients de ces magasins. Pour les marchés Brune et Lefebvre, les personnes ont été interrogées au hasard dans les allées et aux extrémités des marchés.

Les enquêtes ont été réalisées entre le 21 et le 26 juin 2007, soit six mois après la mise en service du tramway. Dans ce laps de temps, les clients des commerces et des marchés ont pu se familiariser avec le tramway et modifier leurs habitudes de déplacement.

Les enquêtes se sont déroulées un jour de semaine et un samedi ou dimanche. Le nombre de personnes interrogées figure dans le tableau ci-après :

Date d'enquête et nombre de clients interrogés

	dates d'enquête	nombre de clients interrogés
Enquête auprès des 15 commerces	samedi 23 juin	1004
	mardi 26 juin	1002
	Sous total 15 commerces	2006
Enquête du marché Brune	jeudi 21 juin	293
	dimanche 24 juin	326
	Sous total marché Brune	619
Enquête du marché Lefebvre	mercredi 20 juin	247
	samedi 23 juin	302
	Sous total Marché Lefebvre	549
	Total 3 enquêtes	3174

Au total, 3174 clients ont été interrogés (2474 en 2003), soit 2006 à la sortie des commerces et 1168 dans les deux marchés.

Les conditions météorologiques

- mercredi 20 juin : belles éclaircies
- jeudi 21 juin : variable
- samedi 23 juin : variable avec averses
- dimanche 24 juin : variable
- mardi 26 juin : très nuageux, faibles éclaircies

La sélection des 15 commerces et les heures d'enquêtes

Dans la mesure du possible, les commerces ayant fait l'objet de l'enquête en 2003 ont été conservés dans le panel d'enquête. Cependant, pour différentes raisons, six commerces de l'échantillon 2003 n'ont pas pu être enquêtés à nouveau. L'échantillon représentatif a été complété à partir des commerces suivis par la CCIP, selon les critères suivants :

- représentativité par arrondissement,
- représentativité par type d'activité,
- représentativité par tranche de surfaces,
- accord du commerçant.

L'ensemble des commerces enquêtés a fait l'objet d'une visite préalable par les équipes de l'APUR début juin 2007.

Structuration de l'échantillon	nombre de commerces		Représentativité parfaite	échantillon adopté
	effectif	%		
Par arrondissement			arrondi	
13è	59	18,7%	2,8	3
14è	147	46,5%	6,9	7
15è	110	34,8%	5,3	5
Total	316	100,0%	15	15
Par tranche de surface				
moins de 1000 m2	302	95,6%	14,3	14
plus de 1000 m2	14	4,4%	0,7	1
Total	316	100,0%	15	15
Par type d'activité				
Alimentaire	63	19,9%	3,0	3
Equipement de la personne	14	4,4%	0,7	1
Culture loisirs	20	6,3%	1,0	2
Auto moto	18	5,7%	0,9	1
Cafés restaurants	73	23,1%	3,5	3
Services	90	28,5%	4,3	3
Autres	38	12,0%	1,8	2
Total	316	100,0%	15	15

Les 15 commerces de l'enquête

7 commerces du panel 2003 n'ont pas connu d'évolutions commerciales

- Banque BNP Paribas, 130 Bd Masséna (13è)
- Supermarché alimentaire Champion, 43 Bd Brune (14è)
- Magasin de pièces détachées auto « France pièces automobiles », 108 Bd Brune (14è)
- Pharmacie « Bernard Zerbib », 128 Bd Brune (14è)
- Laverie Pressing « Fer d'or », 85 Bd Lefèbvre (15è arrt)
- Boucherie « J.L Ducoeur », 77 Bd Lefèbvre (15è)
- Café restaurant « SAS Pavé de Versailles », 59 Bd Victor (15è)

2 commerces du panel 2003 ont changé de propriétaires mais non d'activité

- Bar brasserie « Le Masséna », 168 Bd Masséna (13è)
- Boulangerie « G. Bobet », 77 Bd Brune (14è)

6 commerces n'ont pas pu être retenus

pour cessation d'activité

- Magasin de jouets Le monde des jeux, 54 Bd Brune (14è)
- Vente en gros de matériel photo « Japan diffusion », 157 Bd Brune (14è)
- Presse-papeterie-librairie « Saint-Exupéry Mag presse », 77 Bd Lefebvre (15è)

pour refus de participer

- Magasin de chaussures « Mi prix », 27 Bd Victor (15è)

en raison d'un nombre trop faible de clients lors de l'enquête 2003

- Bar 13, 142 Bd Masséna (13è)
- Salon de coiffure « Victor Basilio » 75 Bd Brune (14è)

Ils ont été remplacés par les commerces suivants

- Tabac Presse, 129 Bd Masséna (13è)
- Magasin de luminaires « Galerie du Luminaire », 122 Bd Brune (14è)
- Bar « Au Stayer », 49 Bd Brune (14è)
- Salon de coiffure, « Coiffure 17 », 17 Bd Brune (14è)
- Fleuriste « La Cave Fleurie », 88 Bd Lefebvre (15è)
- Magasin de vêtements « Le jardin des Marques » 17B Bd Victor (15è)

Le nombre d'enquêteurs

Les enquêteurs, en majorité des étudiants, ont été répartis de la manière suivante :

- 4 enquêteurs pour chaque jour de marché
- 25 enquêteurs le mardi et le samedi sur les 15 commerces, répartis en fonction des horaires d'ouverture, sur un créneau d'enquête de 7h à 22h.

Trois chefs d'équipe, un par arrondissement, ont supervisé le travail des enquêteurs et les ont remplacé pendant leurs pauses.

Trois personnes ont également été embauchées pour la saisie des données durant trois jours.

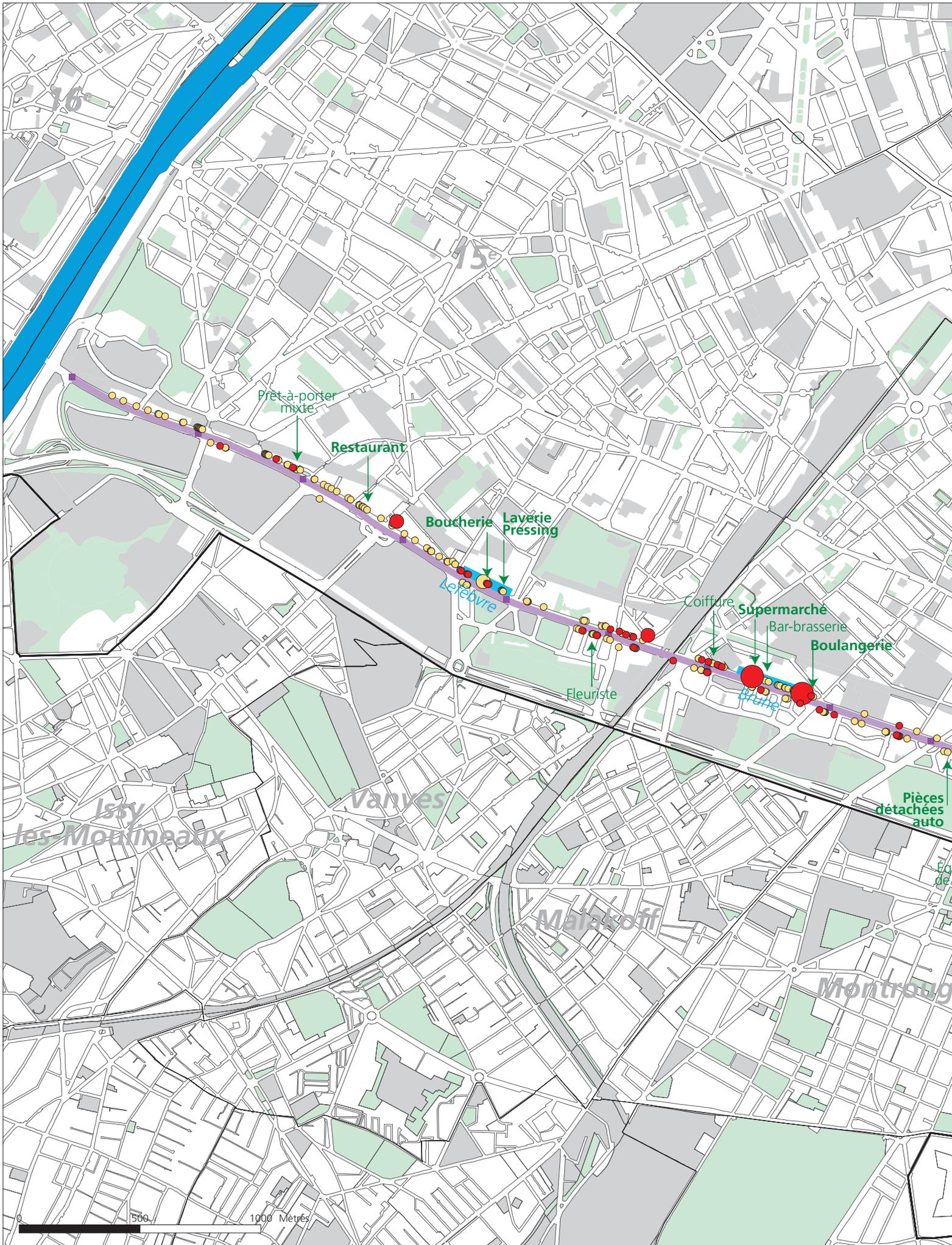
Les résultats recherchés

De manière analogue à l'étude réalisée en 2003, les données sur les clients, les modes de déplacements des clients et les achats ont été recherchées, ainsi que des appréciations des clients sur le tramway et son impact sur leurs pratiques commerciales.

Dans la mesure du possible, l'évolution 2003-2007 a été soulignée. Dans ce but, si la présentation des résultats globaux prend en compte tous les commerces, les fiches détaillées ne concernent que les commerces compris dans les deux enquêtes, soit neuf commerces et les deux marchés.

Résultats redressés et taux de sondage

Sur le plan statistique, les résultats présentés pour le cumul sur les quinze commerces ont été redressés pour tenir compte de la fréquentation exacte des commerces. Cela signifie que les résultats sont présentés comme si 100% des clients des 15 commerces avaient été interrogés alors que les enquêteurs n'en ont en réalité interrogé que 18 % à 75 % selon les commerces.



TRAMWAY MARÉCHAUX SUD

Pont du Garigliano - Porte d'Ivry

Commerces sélectionnés
commerce enquêté en 2003 et 2007
commerce enquêté en 2007

Équipement commercial

- alimentaire
- non alimentaire

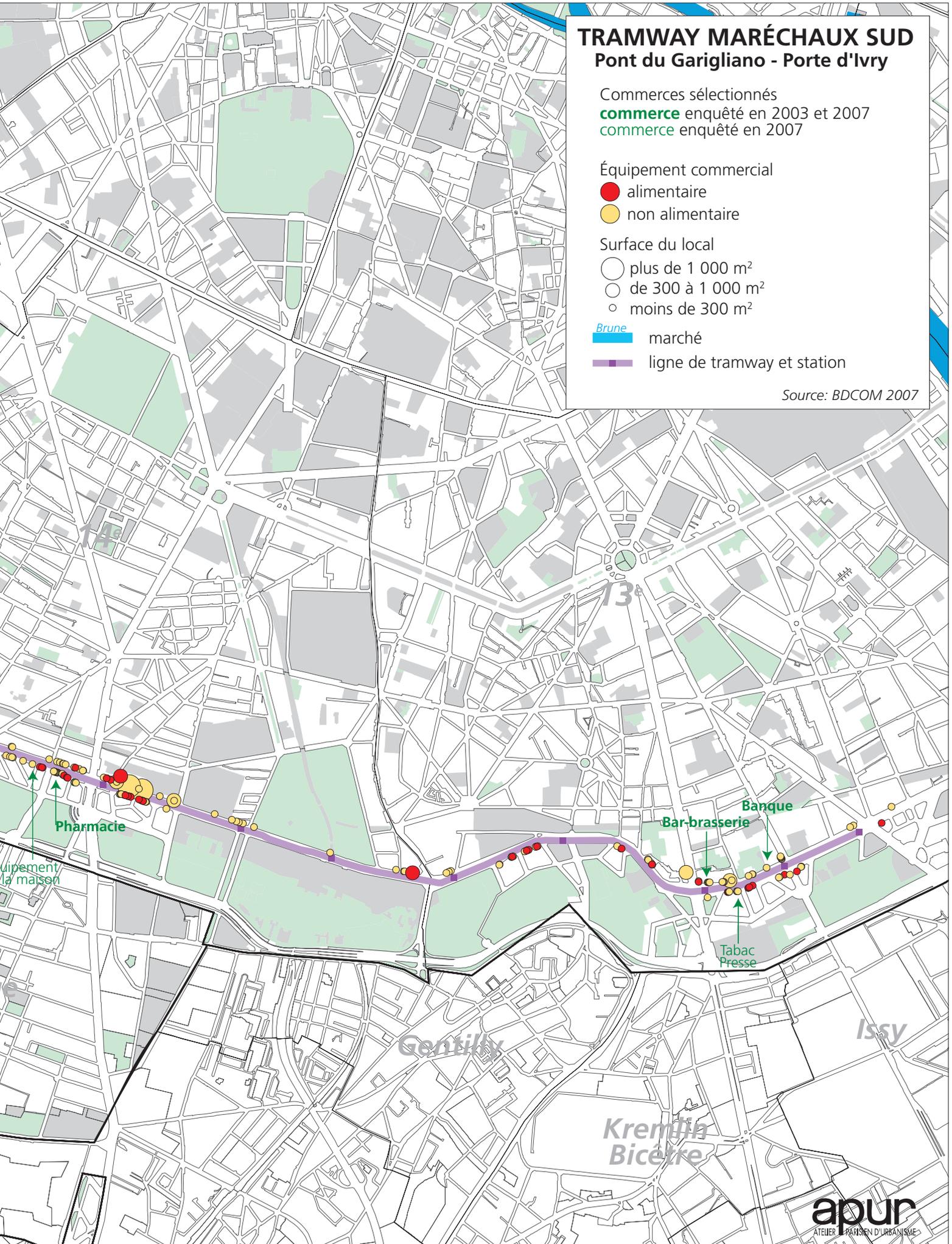
Surface du local

- plus de 1 000 m²
- de 300 à 1 000 m²
- moins de 300 m²

Brune marché

— ligne de tramway et station

Source: BDCOM 2007



Le taux de sondage moyen est de 26 % sur les deux jours : en moyenne, un client sur quatre a donc été interrogé.

Pour les marchés, les données n'ont pas pu être redressées car il n'a pas été possible de mesurer leur fréquentation exacte.

Malgré une adaptation du nombre d'enquêteurs à la fréquentation prévisible des commerces (deux personnes ont enquêté le supermarché Champion et la boulangerie), les taux de sondage sont très différents d'un commerce à l'autre. Si le supermarché Champion a le taux de sondage le plus faible, il a pourtant le plus grand nombre d'enquêtes et de clients comptabilisés. A l'inverse, ce sont les commerces les moins fréquents qui ont les meilleurs taux de sondage (la Galerie du Luminaire et le coiffeur).

Taux de sondage par commerce enquêté

Commerce		boulevard	mardi			samedi			total		
			nombre enquêtes	comptage	taux de sondage	nombre enquêtes	comptage	taux de sondage	nombre enquêtes	comptage	taux de sondage
BNP Paribas	13	bd Masséna	60	154	39%	40	88	45%	100	242	41%
Tabac Presse	13	bd Masséna	155	784	20%	123	667	18%	278	1451	19%
Restaurant Le Massena	13	bd Masséna	74	349	21%	78	257	30%	152	606	25%
Bar Au Stayer	14	bd Brune	74	149	50%	21	71	30%	95	220	43%
Champion	14	bd Brune	269	1456	18%	290	1637	18%	559	3093	18%
France Pièces Automobile	14	bd Brune	51	107	48%	47	114	41%	98	221	44%
Boulangerie Bobet	14	bd Brune	143	513	28%	171	466	37%	314	979	32%
Galerie du Luminaire	14	bd Brune	10	14	71%	11	15	73%	21	29	72%
Pharmacie Bernard Zerbib	14	bd Brune	43	93	46%	41	112	37%	84	205	41%
Coiffure 17	15	bd Brune	13	15	87%	14	21	67%	27	36	75%
Fer d'or Pressing	15	bd Lefebvre	20	30	67%	13	40	33%	33	70	47%
Boucherie J. L. Ducoeur	15	bd Lefebvre	35	67	52%	57	144	40%	92	211	44%
Restaurant Le Pavé de Versailles	15	Bd Victor	11	46	24%	24	55	44%	35	101	35%
Le Jardin des Marques	15	Bd Victor	25	65	38%	41	108	38%	66	173	38%
Fleuriste La Cave Fleurie	15	bd Lefebvre	19	32	59%	33	51	65%	52	83	63%
total			1002	3874	26%	1004	3846	26%	2006	7720	26%

Dans la fiche relative à chacun des commerces, les résultats d'enquête sont présentés brut, sans pondération en fonction de la clientèle totale journalière.

2/ RESULTATS PONDERES CUMULES DES 15 COMMERCES

Les résultats sont présentés en comparant l'enquête effectuée en décembre 2003 et celle effectuée en juin 2007. Rappelons que dans cette fiche les résultats sont pondérés en fonction du nombre de clients comptabilisés et non du nombre d'enquêtes.

Le nombre d'enquêtes a été plus important en 2007 qu'en 2003, d'une part parce que plus de clients à cause d'une plus grande fréquentation des clients sur les 15 commerces (7720 clients sur deux jours en 2007, contre 7158 en 2003), et d'autre part en raison de meilleures conditions météorologiques.

Les clients

La clientèle de quartier est toujours majoritaire.

Comme en 2003, environ deux tiers des clients des commerces des boulevards des Maréchaux sont des habitants du quartier. Cette part demeure plus élevée le samedi (70,5% en 2007 et 71,3% en 2003) que le mardi (59,9% contre 66,1% en 2003). Cette légère diminution témoigne d'un élargissement de l'aire de chalandise, particulièrement la semaine.

Plus des trois quarts des clients sont parisiens, notamment à 92% des habitants des 13^{ème}, 14^{ème} et 15^{ème} arrondissements. La part de la clientèle venant de la banlieue a significativement augmenté.

Les résultats sont cependant à nuancer selon les commerces : pour la boucherie ou le pressing, commerces de proximité, le taux de clients habitant le quartier avoisine ou dépasse les 90%, alors que pour le magasin de luminaires, le magasin de prêt à porter ou le restaurant, commerces d'achats plus occasionnels, ce taux est inférieur au tiers.

Légèrement plus d'hommes que de femmes

Mais les différences sont manifestes selon les commerces : le magasin de pièces automobiles compte 88% d'hommes dans sa clientèle alors que chez le fleuriste, les clients sont à 81% des clientes.

La clientèle	2003	2007
Habite le quartier	68,7%	65,2%
Paris	77,6%	75,7%
Banlieue	17,7%	20,6%
Province ou étranger	4,7%	3,7%
Homme	50,2%	52,9%
Femme	49,8%	47,1%
Moins de 20 ans	5,3%	5,2%
De 20 à 34 ans	24,2%	27,6%
De 35 à 59 ans	49,1%	49,4%
Plus de 60 ans	21,4%	17,8%

Un rajeunissement de la clientèle

La majorité des clients a entre 35 et 59 ans, tout comme en 2003. On constate que la part des jeunes adultes (20 à 34 ans) a augmenté aux dépens des personnes de plus de 60 ans. Cela indique sans doute un rajeunissement de l'âge moyen des

ménages du secteur et d'une plus grande attractivité commerciale du boulevard des maréchaux pour les jeunes actifs.

A noter que 5% des clients sont accompagnés de jeunes enfants.

Les modes de déplacements

9% des clients des commerces enquêtés sont venus faire leurs courses en tramway

Entre 2003 et 2007, la part des transports en commun a augmenté significativement, gagnant 5 points. Si le tramway a remplacé le bus PC, la part restante du bus correspond à des lignes circulant en radiale, vers le centre de Paris ou vers la proche couronne. Il est vraisemblable que cette part ne diminuera plus jusqu'au prolongement de la ligne 4 vers Montrouge.

En 2003 comme en 2007, les clients utilisent majoritairement la marche à pied pour faire leurs achats.

Cette part a cependant diminué, passant de 70,7% à 64,3%. Ce taux coïncide avec le pourcentage de personnes habitant le quartier.

Moyen de transport aller	2003	2007
A pied	70,7%	64,3%
En transports en commun	17,0%	22,1%
<i>Tramway</i>		40,5%
<i>Méto – RER</i>	47,4%	44,1%
<i>bus</i>	52,6%	15,4%
En voiture	10,3%	10,2%
A moto	0,8%	1,5%
A vélo	0,5%	1,4%
autres	0,7%	0,5%

La voiture est utilisée pour les achats exceptionnels

On constate en 2003 comme en 2007 des écarts importants concernant l'usage de la voiture selon les commerces. Son usage est fréquent pour le magasin de luminaires ou celui de pièces détachées automobiles, et faible voire nul pour le coiffeur, le pressing, la boucherie ou le supermarché.

Une nette progression des deux roues

On compte deux fois plus de motards et trois fois plus de cyclistes en 2007 qu'en 2003. Si leurs parts modales restent marginales, cette nette inflexion est à mettre en relation, d'une part avec les aménagements cyclistes réalisés dans le cadre du projet de tramway sur les boulevards des Maréchaux, et d'autre part avec la nette augmentation du nombre de deux roues motorisés à Paris.

Rappelons que cette enquête a été réalisée avant la mise en place du système de location de vélo Vélib'

Les différences de comportements le mardi et le samedi

En 2007, les transports en commun sont moins utilisés le samedi (17%) que le mardi (27%). A l'inverse, la marche à pied, la voiture et les deux roues sont plus utilisés le samedi.

Origines et destinations des clients

Les questions posées permettent de reconstituer les parcours effectués par les clients avant et après leurs achats. D'où viennent-ils ? Où vont-ils après leurs courses ?

De manière générale, deux tiers des clients viennent de leur domicile et deux tiers rentrent chez eux après leurs achats.

Plus précisément, il en ressort deux types de trajets privilégiés :

- Domicile-achat-domicile : ce parcours simple concerne le plus fort contingent de clients, environ 45% de la clientèle, 35% en semaine et 54% le samedi. Par rapport à 2003, moins de personnes font ce parcours en semaine (41% le mardi en 2003), mais le week end, ce pourcentage est identique.
- Trajet incluant le lieu de travail ou d'études : achats effectués entre deux périodes de travail ou avant d'aller travaillé, ou après le travail, quel que soit l'autre partie du parcours. Cette famille de parcours concerne 41% le mardi et 8% le samedi, 24% en moyenne. Par rapport à 2003, ce type de parcours est mieux représenté la semaine, ce que corrobore la plus grande part des actifs parmi les clients.

Les autres types de trajet représentent une part plus marginale.

Les achats

Une plus grande fréquence d'achats.

Si la fréquentation dépend naturellement du type de commerce, on constate que 55% des clients viennent plusieurs fois par semaine effectuer leurs achats sur le boulevard des Maréchaux, contre 49% d'entre eux en 2003. Le pourcentage de la clientèle venant plusieurs fois par mois est toujours d'environ 71%. Ainsi par exemple le supermarché Champion a vu sa fréquentation augmenter et la part des clients réguliers (plusieurs fois par semaine) passer de 66% en 2003 à 73 % en 2007. Il en est de même pour la boucherie, qui voit la part des clients réguliers augmenter de 57% à 82%.

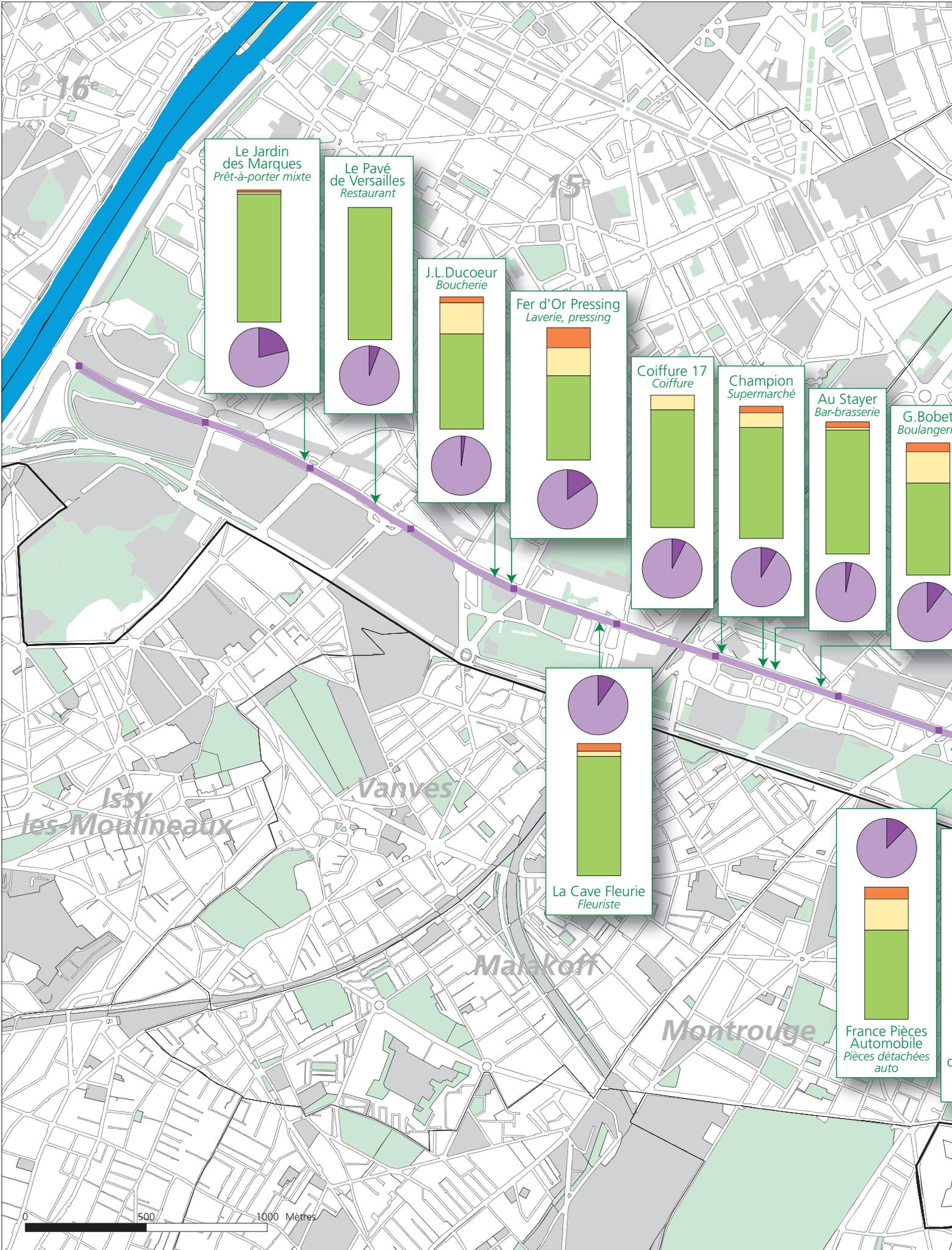
Rythmes de fréquentation	2003	2007
Tous les jours	17,3%	19,7%
Plusieurs fois par semaine	31,4%	35,3%
Plusieurs fois par mois	22,5%	16,3%
Moins d'une fois par mois	28,8%	28,6%

Une nouvelle répartition des achats selon le mode de déplacements des clients

Si les achats sont plus fréquents, il apparaît que le montant total des achats sur deux jours a fortement diminué en 2007 par rapport à 2003, passant de 128 500€ à 92 662€, soit une baisse de 28%. Il en va de même pour les montants moyens des achats, qui chutent de 18,70€ à 13,17€.

Cette évolution se traduit également par une nouvelle répartition des achats selon le mode de déplacements. Si, comme en 2003, près des deux tiers du montant total des achats sont dus à des clients se déplaçant à pied, en revanche, la part des achats effectués par des personnes venues en voiture a fortement diminué, au profit notamment de ceux venant en transport en commun.

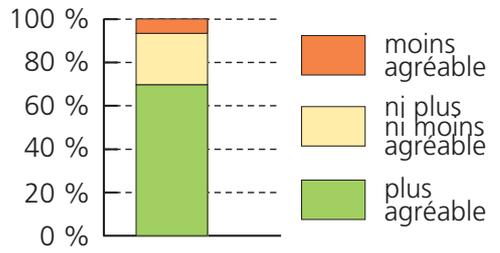
Les montants moyens selon les modes de déplacements ont de manière générale diminué, mais la baisse est particulièrement significative en ce qui concerne les clients venus en voiture, passant de 36,10€ à 17,14€.



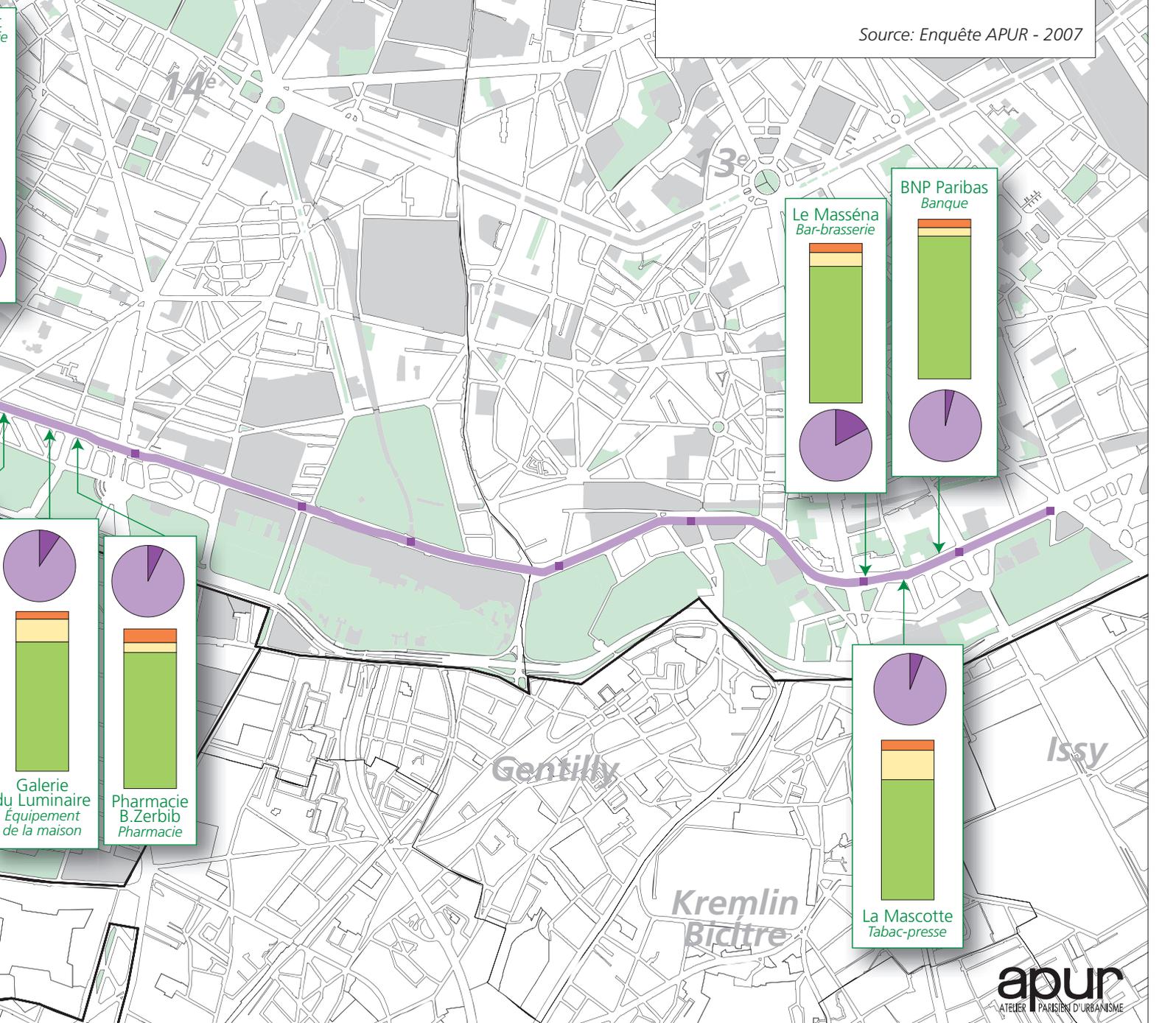
TRAMWAY MARÉCHAUX SUD

Pont du Garigliano - Porte d'Ivry

Nombre de réponses



Source: Enquête APUR - 2007



Montant des achats des clients	2003			2007		
	Montant moyen	Montant total	Part en fonction du mode	Montant moyen	Montant total	Part en fonction du mode
Venus à pied	16,80€	82 456€	64,1%	12,79 €	59 006 €	63,7%
Venus en transports en commun	16,20€	18 366€	14,3%	12,28 €	19 212 €	20,7%
Venus en voiture	36,10€	25 638€	19,9%	17,14 €	11 105 €	12,0%
Venus à moto	19,70€	1 062€	0,8%	15,00 €	1 275 €	1,4%
Venus à vélo	25,40€	939€	0,7%	16,92 €	1 523 €	1,6%
Venus en taxi	6,20€	112€	0,1%	24,90 €	249 €	0,3%
Autres	/	/		9,83 €	285 €	0,3%
Total	18,70€	128 575€	100%	13,17 €	92 662 €	100,0%

Note : la banque a été exclue de cette analyse car les clients n'y effectuent pas de dépenses. L'exercice a également été réalisé en excluant 2 commerces pour les raisons suivantes :

- la pharmacie car le paiement avec la carte vitale fait que le montant déclaré par les clients ne correspond pas à la valeur réelle des marchandises ;
- le magasin de pièces détachées automobiles car il est directement lié à une des variables étudiées, la voiture.

La perception du tramway

Des clients globalement satisfaits des aménagements du tramway.

Plus des trois quarts des clients trouvent que les nouveaux aménagements des Maréchaux rendent leurs courses plus agréables, et près des deux tiers les trouvent plus pratiques. Une frange de la clientèle comprise entre 10 et 20% ne constate pas d'évolution qualitative de leur cadre d'achat. Enfin, entre 5 et 10% des clients trouvent que ces aménagements rendent leurs courses moins agréables ou moins pratiques. Seuls 5% des clients n'expriment pas d'opinion. Les appréciations sont quasi identiques le mardi et le samedi.

Des aménagements jugés plus agréables que pratiques

Dans l'ensemble, les clients trouvent les aménagements moins pratiques qu'agréables. Si le cadre de vie a gagné en qualité esthétique, avec les diverses plantations et la requalification des boulevards, les personnes enquêtées ont fait part de diverses gênes, liés au positionnement de la piste cyclable, aux traversées difficiles, au déplacement des arrêts de bus et l'éloignement des stations de tramway. Il est probable que ces commentaires s'amenuiseront au fur à mesure que les riverains s'approprient les nouveaux aménagements.

Ressenti et utilisation du tramway

La satisfaction de la clientèle ne semble pas liée à l'usage du tramway. Certes, parmi les usagers du tramway, 85% trouvent que les aménagements rendent leurs courses plus agréables (contre 75% de l'ensemble des clients interrogés). Mais la satisfaction de la clientèle est semble-t-il beaucoup plus liée au réaménagement du cadre urbain. Les clients apparaissent très satisfaits des aménagements Porte de Versailles et Porte d'Italie, des sites qui étaient auparavant particulièrement désagréables pour les piétons. Par contre sur les boulevards Brune et Lefebvre, rectilignes et assez monotones, les clients sont relativement moins satisfaits.

III. RESULTATS DES COMMERCES : EVOLUTION 2003-2007

1

LE MASSENA



Bar brasserie

168 bd Masséna
13^{ème} arrondissement

horaires d'ouverture
7h30-0h

Nombre de questionnaires : 74 le mardi, 78 le samedi, soit au total 152 questionnaires (76 questionnaires en 2003)

Nombre de clients comptabilisés : 349 le mardi et 257 le samedi, soit 606 clients sur deux jours, contre 476 en 2003.

Les clients

Depuis 2003, la clientèle a largement évolué puisque aujourd'hui seulement un tiers des clients habitent le quartier, contre 58% en 2003. Elle est aussi plus masculine avec 82% d'hommes en 2007 contre 69,7% en 2003. La clientèle a globalement vieilli ; la part des actifs (35-59 ans) a fortement augmenté, ce qui est à mettre en relation avec la fréquentation accrue de la brasserie à l'heure du déjeuner.

<i>La clientèle</i>	2003	2007
Habite le quartier	58,1%	30,9%
Paris	68,1%	52,3%
Banlieue	31,9	39,1%
Province ou étranger	0%	8,6%
Homme	69,7%	82,2%
Femme	30,3%	17,8%
Moins de 20 ans	3,9%	2,6%
De 20 à 34 ans	44,8%	35,5%
De 35 à 59 ans	40,8%	56,6%
Plus de 60 ans	10,5%	5,3%

Les modes de déplacements

Depuis la mise en service du tramway, les modes de déplacement de la clientèle du Masséna ont fortement évolué : plus de clients viennent en transports en commun, les parts modales des métro, RER et bus ont diminué au profit du tramway qui est emprunté par 17% des clients. Les consommateurs venant en voiture ou à moto sont

deux fois plus nombreux qu'en 2003. La part des déplacements à pied a sensiblement baissé alors que sont apparus des cyclistes parmi la clientèle. Les personnes venant en voiture se stationnent principalement dans la rue, en stationnement payant.

<i>Moyen de transport aller</i>	2003	2007
A pied	48,7%	28,3%
En transports en commun	40,8%	47,4%
<i>Tramway</i>	/	38,9%
<i>Métro – RER</i>	61,3%	41,7%
<i>bus</i>	38,7%	19,4%
En voiture	9,2%	18,4%
A moto	1,3%	3,9%
A vélo	0%	1,3%
autres	0%	0,7%

Les achats

Il s'agit principalement d'une clientèle de passage, puisque 41% viennent moins d'une fois par mois. Mais la part des clients qui viennent une à deux fois par semaine a beaucoup augmenté, lié à la fréquentation des salariés du quartier à la pause de midi. Un cinquième des consommateurs sont des habitués.

<i>Montant moyen des achats par mode de transports</i>	2003	2007
Montant moyen	3,90€	6,40€
A pied	3,80€	6,80€
En transports en commun	2,90 €	5,50€
En voiture	7,70 €	8,30€
A moto	4,00€	5,70€
A vélo	0	0,50€
En taxi	0	30,00€

Le montant moyen des achats a fortement augmenté entre 2003 et 2007. Cela peut être mis en relation avec l'évolution de l'activité de la brasserie qui a changé de propriétaire en 2005 et qui a été rénovée. Individuellement, un client venu en voiture dépense plus qu'un client venu en transport en commun, mais compte tenu du nombre plus élevé de personnes venues en transport en commun, les dépenses (plus de 40 % des achats) ont été fait majoritairement par ceux-ci.

La perception du tramway

Les consommateurs plébiscitent les aménagements liés au tramway puisque 78% d'entre eux les trouvent plus agréables et 68% plus pratiques.

Lors des travaux, le commerçant se plaint d'avoir perdu une partie de sa clientèle, surtout pour des problèmes de stationnement, mais se déclare satisfait des aménagements publics. Il considère que le tramway lui amène de nouveaux clients.



Banque

130 bd Masséna
13^{ème} arrondissement

horaires d'ouverture
9h – 12h30 et 13h30-
17h15 samedi :
9h – 12h30 et 13h30 -
16h
fermé le dimanche

Nombre de questionnaires : 60 le mardi, 40 le samedi, soit au total 100 questionnaires

(114 questionnaires en 2003)

Nombre de clients comptabilisés : 154 le mardi et 88 le samedi, soit 242 clients sur deux jours, contre 273 en 2003.

Les clients

Une clientèle de proximité élargie aux communes limitrophes.

Comme en 2003, la clientèle de la banque habite principalement le quartier. Mais la part des clients venant d'Ivry (8% des clients) et de Vitry sur Seine (15%) a crû. Les clients venant du Val de Marne représentent en tout 28%.

La clientèle est plus masculine et ceux de moins de 20 ans sont plus nombreux qu'en 2003.

<i>La clientèle</i>	2003	2007
Habite le quartier	63,2%	64,0%
Paris	71,1%	65,0%
Banlieue	28,9%	34,0%
Province ou étranger	0%	1,0%
Homme	54,4%	65,0%
Femme	45,6%	35,0%
Moins de 20 ans	3,5%	14,0%
De 20 à 34 ans	36,0%	34,0%
De 35 à 59 ans	52,6%	42,0%
Plus de 60 ans	7,9%	10,0%

Les modes de déplacements

Les clients viennent principalement à pied, ce qui correspond au pourcentage de clients qui affirment habiter le quartier. La part modale des transports en commun diminue entre 2003 et 2007. Peu de clients empruntent le tramway pour se rendre à la banque. Malgré les aménagements de voirie, la part de la voiture a légèrement augmenté.

<i>Moyen de transport aller</i>	2003	2007
A pied	59,6%	61,0%
En transports en commun	30,7%	26,0%
<i>Tramway</i>	/	15,4%
<i>Méto – RER</i>	60,0%	50,0%
<i>bus</i>	40,0%	34,6%
En voiture	8,8%	11,0%
A moto	0,9%	2,0%
A vélo	0%	0%
autres	0%	0%

Les achats

Les clients se rendent moins régulièrement à la banque : en 2007, 94% viennent une ou deux fois par mois ou moins souvent contre 82% en 2003. Ceci s'explique sans doute par le développement des services en ligne.

La perception du tramway

Les clients de la BNP sont très satisfaits des aménagements, puisque 85% d'entre eux trouvent le site plus agréable et 66% plus pratique. La part des mécontents ne dépasse 6%.

Le directeur de la banque considère que le tramway et l'aménagement de la ligne de bus 183 en mobilier (Porte de Choisy - Orly), dont le terminus se situe face à la banque, ont eu pour conséquence de nombreux transferts de compte vers leur agence, en particulier depuis Vitry.



Supermarché
alimentaire

44 bd Brune
14^{ème} arrondissement

horaires d'ouverture
8h30 – 22h tous les
jours
sauf le dimanche

Nombre de questionnaires : 269 le mardi, 290 le samedi, soit au total 559 questionnaires

(399 questionnaires en 2003)

Nombre de clients comptabilisés : 1456 le mardi et 1637 le samedi, soit 3093 clients sur deux jours, contre 2749 en 2003.

Les clients

La part des clients habitant le quartier reste prédominante mais a légèrement diminué entre 2003 et 2007. Cela peut s'expliquer par une proportion plus importante de salariés du secteur venant faire leurs courses dans ce supermarché, le midi (mise en place d'un rayon « snacking ») ou avant de rentrer chez eux. Cette remarque vaut pour le mardi, alors que le samedi, 9 clients sur 10 viennent de chez eux et y retournent.

La parité se rapproche, illustration possible d'une évolution des mœurs par rapport aux tâches ménagères dans le couple. Enfin, la part des actifs dans la clientèle a augmenté.

<i>La clientèle</i>	2003	2007
Habite le quartier	82,4%	76,4%
Paris	87,4%	87,3%
Banlieue	11,3%	11,1%
Province ou étranger	1,3%	1,6%
Homme	39,9%	42,9%
Femme	60,1%	57,1%
Moins de 20 ans	7,5%	8,1%
De 20 à 34 ans	24,6%	27,5%
De 35 à 59 ans	45,9%	48,5%
Plus de 60 ans	22,0%	15,9%

Les modes de déplacements

En 2003 comme en 2007, le pourcentage de personnes venant à pied équivaut celui des personnes habitant le quartier. La part des transports en commun a augmenté par rapport aux autres modes de déplacement. En 2007, la part du bus, devenue très modeste, s'est reportée principalement sur le tramway. Près de 9% des clients ont pris le tramway pour venir au Champion ou en repartir. Parallèlement, la part modal du métro a augmenté. Peu de personnes utilisent la voiture, comme en 2003. Les poids de la moto et du vélo restent marginaux bien qu'ils aient doublé.

<i>Moyen de transport aller</i>	2003	2007
A pied	82,5%	76,7%
En transports en commun	13,5%	17,9%
<i>Tramway</i>		48,0%
<i>Métro – RER</i>	35,2%	48,0%
<i>bus</i>	64,8%	4,0%
En voiture	3,0%	2,9%
A moto	0,2%	0,4%
A vélo	0,5%	0,9%
autres	0,3%	0,9%

Les achats

Le comportement d'achat semble s'être profondément modifié, avec un panier moyen inférieur en valeur. Sur les deux jours, en 2003, le chiffre d'affaires du Champion s'élevait à 68 000 € et 58 500€ en 2007, soit une diminution d'environ 15%. La directrice du supermarché nous avait par avance annoncé une diminution de leur activité de l'ordre de 10 à 15 %.

Le constat d'une corrélation entre le montant des achats et l'utilisation de tel ou tel mode de déplacement fait en 2003 ne se vérifie plus en 2007. Suite aux nouveaux aménagements, il est aujourd'hui très difficile voire impossible de se stationner à proximité du supermarché. Les quelques personnes venant quand même en voiture et devant stationner de façon non autorisée, ne font qu'un achat rapide, ce qui explique la chute du montant moyen du panier des clients automobilistes. Par ailleurs, la mise en place d'un service de livraison à domicile a remplacé certains achats en voiture.

<i>Montant moyen des achats par mode de transports</i>	2003	2007
Montant moyen	25,70€	18,90€
A pied	24,50€	19,10€
En transports en commun	23,80€	19,30€
En voiture	73,50€	13,60€
A moto	12,00 ^e	43,00€
A vélo	10,50€	13,60€
Autres	/	14,20€

Si le montant d'achats moyen a diminué, les clients déclarent venir plus fréquemment, puisque 73% effectuent leurs courses plusieurs fois par semaine dans ce magasin en 2007 contre 66% en 2003. La part des clients occasionnels a cependant augmenté par ailleurs, passant de 10% à 17%.

Depuis 2003, le magasin a décalé sa fermeture le soir afin de mieux correspondre au mode de vie d'une nouvelle clientèle potentielle.

La perception du tramway

Quatre clients du Champion sur cinq trouvent les aménagements liés au tramway plus agréables et deux sur trois les trouvent plus pratiques.

Cette appréciation est partagée par la direction de l'établissement. Cependant, pendant les travaux, le supermarché a subi de grosses pertes et en a profité pour rénover ses locaux. Les livraisons sont effectuées par des petits camions adaptés aux nouveaux aménagements.



Boulangerie

77 bd Brune
14^{ème} arrondissement

horaires d'ouverture
6 h – 20 h

Nombre de questionnaires : 143 le mardi, 171 le samedi, soit au total 314 questionnaires

(260 questionnaires en 2003)

Nombre de clients comptabilisés : 513 le mardi et 466 le samedi, soit 979 clients sur deux jours, contre 1150 en 2003.

Les clients

Les trois quarts des clients de la boulangerie déclarent être des habitants du quartier. Cette proportion a diminué légèrement par rapport à 2003. Comme en 2003, la clientèle est plutôt féminine.

<i>La clientèle</i>	2003	2007
Habite le quartier	80,2%	74,5%
Paris	85,1%	84,0%
Banlieue	12,9%	14,0%
Province ou étranger	2,0%	2,0%
Homme	45,5%	45,5%
Femme	54,5%	54,5%
Moins de 20 ans	6,3%	6,4%
De 20 à 34 ans	24,9%	24,8%
De 35 à 59 ans	51,0%	47,5%
Plus de 60 ans	17,8%	21,0%

Les modes de déplacements

Les clients de la boulangerie viennent principalement à pied, particulièrement le samedi. Ce résultat coïncide presque parfaitement avec le pourcentage de clients habitant le quartier. En ce qui concerne les transports en commun, leur part n'a pas changé mais un report quasi-total s'est opéré depuis le bus au profit du tramway. La part de la voiture a augmenté légèrement !

<i>Moyen de transport aller</i>	2003	2007
A pied	77,1%	75,2%
En transports en commun	15,1%	14,6%
<i>Tramway</i>	/	69,6%
<i>Méto – RER</i>	33,4%	26,1%
<i>bus</i>	66,7%	4,3%
En voiture	5,8%	7,0%
A moto	0,8%	0%
A vélo	1,2%	1,9%
autres	0%	0,6%

Les achats

La part des clients occasionnels a augmenté. En 2003, 90% des clients affirmer venir plusieurs fois par mois à la boulangerie. Ils représentent en 2007 84%. 16% des clients sont donc de passage.

Si la majorité des clients viennent et repartent à leur domicile, 30% le mardi viennent de leur travail, alors que le samedi 35% des clients viennent d'un site de loisirs ou d'achats.

Le montant moyen se situe autour de deux euros, et ne dépend plus en 2007 du mode de transports. Il apparaît que le montant moyen a diminué entre ces deux dates. Le changement de propriétaire de la boulangerie en 2006 a pu induire des modifications dans le comportement d'achat.

<i>Montant moyen des achats par mode de transports</i>	2003	2007
Montant moyen	2,40€	2,00€
A pied	2,00€	2,10€
En transports en commun	4,40€	1,90€
En voiture	3,10€	1,70€
A moto	3,80€	/
A vélo	2,10€	1,70€
En taxi	/	/

La perception du tramway

Globalement, les deux tiers des personnes interrogées sont satisfaits des aménagements réalisés pour le tramway.

Les nouveaux propriétaires de la boulangerie n'ont pas eu à subir longtemps les travaux liés au tramway puisqu'ils se sont installés en 2006. Cependant ils se plaignent de l'impossibilité de stationner, en particulier pour les livraisons.



Magasin de pièces détachées auto

108 bd Brune
14^{ème} arrondissement

horaires d'ouverture

lundi – vendredi :

9h – 19h

samedi :

9h – 18h

Nombre de questionnaires : 51 le mardi, 47 le samedi, soit au total 98 questionnaires (107 questionnaires en 2003)

Nombre de clients comptabilisés : 107 le mardi et 114 le samedi, soit 221 clients sur deux jours, contre 223 en 2003.

Les clients

La clientèle de ce commerce spécialisé dans les accessoires automobiles est essentiellement masculine, active et plutôt parisienne. Les clients venaient de plus loin en 2003 qu'en 2007 puisque la part de ceux qui venaient de la banlieue a fortement diminué.

<i>La clientèle</i>	2003	2007
Habite le quartier	34,6%	40,8%
Paris	47,6%	60,2%
Banlieue	50,5%	37,7%
Province ou étranger	1,9%	2,1%
Homme	89,1%	87,8%
Femme	10,9%	11,2%
Moins de 20 ans	0%	7,1%
De 20 à 34 ans	34,0%	28,6%
De 35 à 59 ans	55,6%	56,1%
Plus de 60 ans	10,4%	7,1%

Les modes de déplacements

Les habitudes de déplacement des clients se sont modifiées assez fortement entre 2003 et 2007, puisque, malgré la spécificité de ce commerce, la part modale de personnes venant en voiture est passée de 65% à 39%. A l'inverse, la proportion de personnes venant à pied ou en transports en commun a beaucoup augmenté. 12% des clients viennent en tramway. En outre en 2007, deux fois plus de clients viennent en moto ou en vélo par rapport à 2003. Ces modifications peuvent être mises en relation avec la suppression de nombreuses places de stationnement.

<i>Moyen de transport aller</i>	2003	2007
A pied	12,1%	21,4%
En transports en commun	15,0%	20,4%
<i>Tramway</i>		60,0%
<i>Méto – RER</i>	43,7%	25,0%
<i>bus</i>	56,3%	15,0%
En voiture	64,5%	38,8%
A moto	4,7%	10,2%
A vélo	3,7%	7,1%
autres	0%	2,0%

Les achats

L'essentiel de la clientèle (84%) vient de manière occasionnelle, moins d'une fois par mois. Entre 2003 et 2007, le montant moyen d'achat a diminué, pour le même nombre de clients. Sur les deux jours, en 2003, le chiffre d'affaires du magasin s'élevait à 15 500€ € et à 10 500€ en 2007, soit une diminution d'environ un tiers, donnée corroborée par le gérant du magasin.

<i>Montant moyen des achats par mode de transports</i>	2003	2007
Montant moyen	69,40€	47,40€
A pied	53,70€	27,00€
En transports en commun	40,70€	48,00€
En voiture	81,10€	68,20€
A moto	29,30€	27,70€
A vélo	56,70€	24,90€
En taxi	/	79,00€

La perception du tramway

D'après le gérant du commerce, celui-ci a perdu près de 50% de son chiffre d'affaires pendant les travaux. Mais depuis la mise en service du tramway, la clientèle d'habités est revenue, ainsi que de nouveaux clients. C'est cependant difficile de se garer à proximité. Le responsable du commerce juge cependant que le cadre de travail a gagné en valeur, tout comme une bonne partie de la clientèle.

On constate cependant que près de 20% des clients considèrent que les aménagements rendent leurs achats moins pratiques qu'auparavant.



Pharmacie

128 bd Brune
14^{ème} arrondissement

horaires d'ouverture :
9h – 20h
sauf lundi et
dimanche

Nombre de questionnaires : 43 le mardi, 41 le samedi, soit au total 84 questionnaires (86 questionnaires en 2003)

Nombre de clients comptabilisés : 93 le mardi et 112 le samedi, soit 205 clients sur deux jours, contre 183 en 2003.

Compte tenu du faible nombre de clients interrogés, il convient d'interpréter ces résultats avec prudence.

Les clients

Comme en 2003, les trois quarts des clients habitent le quartier. En 2007, les parisiens sont mieux représentés qu'en 2003, à l'inverse des habitants de la banlieue, dont l'arrêt se situait auparavant au droit du magasin.

La clientèle a légèrement vieilli depuis 2003, et les hommes sont mieux représentés.

La clientèle	2003	2007
Habite le quartier	75,3%	76,2%
Paris	74,4%	80,1%
Banlieue	24,4%	14,3%
Province ou étranger	1,2%	4,6%
Homme	38,4%	48,8%
Femme	61,6%	51,2%
Moins de 20 ans	1,2%	0%
De 20 à 34 ans	25,6%	13,1%
De 35 à 59 ans	37,2%	52,4%
Plus de 60 ans	36,0%	34,5%

Les modes de déplacements

Si les déplacements vers la pharmacie s'effectuent toujours majoritairement à pied et sont vraisemblablement le fait des habitants du quartier, la part de ceux venant en transports en commun a diminué entre 2003 et 2004. Cela peut être mis en relation avec la localisation de la pharmacie par rapport aux quais de la station de tramway. Porte d'Orléans, la station est dédoublée de part et d'autre du carrefour de la Porte d'Orléans. Si une demie station est située face à la pharmacie, aucun passage piéton ne permet de s'y rendre directement. La part de la voiture a légèrement augmenté, malgré la suppression du stationnement.

<i>Moyen de transport aller</i>	2003	2007
A pied	69,8%	71,4%
En transports en commun	19,8%	14,3%
<i>Tramway</i>		50%
<i>Méto – RER</i>	41,2%	33,3%
<i>bus</i>	58,8%	16,7%
En voiture	10,5%	11,9%
A moto	0	1,2%
A vélo	0	1,2%
autres	0	0

Les achats

Les deux tiers des clients fréquentent la pharmacie plus d'une fois par mois.

Les montants cités ci après sont ceux payés par les clients, mais ils ne correspondent pas au montant des achats réels lorsque les médicaments sont payés avec la Carte Vitale. La diminution du montant moyen peut donc s'expliquer par une meilleure utilisation du tiers payant offert par la Carte Vitale.

<i>Montant moyen des achats par mode de transports</i>	2003	2007
Montant moyen	20,90€	14,40€
A pied	23,00€	12,50€
En transports en commun	8,20€	13,60€
En voiture	37,30€	22,50€
A moto	/	Ns
A vélo	/	ns

La perception du tramway

Si une majorité des clients trouvent les aménagements des boulevards à la fois plus agréables (82%) et plus pratiques (64%), il faut noter que plus de 22% des clients les trouvent moins pratiques.

Le pharmacien déclare avoir perdu une partie de sa clientèle en raison des travaux et du déplacement de l'arrêt de bus.



Pressing laverie

85 bd Lefebvre
15^{ème} arrondissement

horaires d'ouverture
8h30 – 12h
14h – 19h

Nombre de questionnaires : 20 le mardi, 13 le samedi, soit au total 33 questionnaires (59 questionnaires en 2003)

Nombre de clients comptabilisés : 30 le mardi et 40 le samedi, soit 70 clients sur deux jours, contre 130 en 2003.

Il faut accorder une grande prudence à ces résultats compte tenu du faible nombre de clients interrogés.

Les clients

Comme en 2003, pratiquement tous les clients viennent du quartier et sont parisiens. La répartition homme femme tend vers la parité. La clientèle est en 2007 composée de plus de jeunes et de personnes âgées qu'en 2003 où la classe majoritaire était les 35-59 ans.

<i>La clientèle</i>	2003	2007
Habite le quartier	86,6%	90,9%
Paris	98,3%	94,0%
Banlieue	0%	3,0%
Province ou étranger	1,7%	3,0%
Homme	43,1%	48,5%
Femme	56,9%	51,5%
Moins de 20 ans	0	0
De 20 à 34 ans	13,8%	39,4%
De 35 à 59 ans	60,3%	30,3%
Plus de 60 ans	25,9%	30,3%

Les modes de déplacements

Les déplacements au pressing se font majoritairement à pied, encore plus qu'en 2003. La part modale de la voiture a quasiment disparu : le pressing a perdu sa clientèle automobiliste à cause de l'impossibilité de stationner induite par les aménagements du tramway.. Si en 2003, le seul transport en commun utilisé pour se

rendre au pressing était le bus, c'est en 2007 le tramway qui est plébiscité (15% de la clientèle).

Moyen de transport aller	2003	2007
A pied	77,9%	81,8%
En transports en commun	3,4%	15,2%
<i>Tramway</i>	/	100%
<i>Métro – RER</i>	/	/
<i>bus</i>	100%	
En voiture	15,3%	3,0%
A moto	1,7%	0
A vélo	1,7%	0

Les achats

La moitié des clients viennent très occasionnellement, moins d'une fois par mois. En 2007, le pressing a deux fois moins de clients qu'en 2003. De plus, le montant moyen d'achat a également chuté, passant de 16 à 6 euros.

Montant moyen des achats par mode de transports	2003	2007
Montant moyen	16,00€	6,10€
A pied	14,80€	6,10€
En transports en commun	20,00€	7,00€
En voiture	19,60€	0
A moto	5,00€	/
A vélo	40,00€	/

La perception du tramway

Si les clients dans leur majorité apprécient les aménagements en les trouvant plus agréables (64%) et plus pratiques, (58%), le nombre de mécontents est un des plus élevés parmi les commerces enquêtés ((15% moins agréables, 21% moins pratiques)



Boucherie
Charcuterie
Traiteur

77 bd Lefebvre
15^{ème} arrondissement

horaires d'ouverture
8h- 13h / 16h-19h30
samedi : 8h -15h
fermé le dimanche

Nombre de questionnaires : 35 le mardi, 57 le samedi, soit au total 92 questionnaires (51 questionnaires en 2003)

Nombre de clients comptabilisés : 67 le mardi et 144 le samedi, soit 211 clients sur deux jours, contre 126 en 2003.

Les clients

Comme en 2003, la clientèle est essentiellement locale, avec 96,5% des clients habitant le 15^{ème} arrondissement. Par rapport à 2003, cette clientèle s'est élargie à la banlieue avec 3,5% des clients venant des communes limitrophes. Elle reste majoritairement féminine et âgée, bien que la part des jeunes adultes ait doublé. A noter que 10 % des clients viennent accompagnés de jeunes enfants.

Il faut noter que l'activité de ce commerce s'est développée significativement, passant de 126 clients à 211 clients sur les deux jours d'enquête.

<i>La clientèle</i>	2003	2007
Habite le quartier	96,1%	94,6%
Paris	100%	96,5%
Banlieue	0%	3,5%
Province ou étranger	0%	0%
Homme	32,0%	38,0%
Femme	68%	62,0%
Moins de 20 ans	2%	0%
De 20 à 34 ans	6,1%	13,0%
De 35 à 59 ans	49,0%	40,2%
Plus de 60 ans	42,9%	46,7%

Les modes de déplacements

Comme en 2003, les clients viennent principalement à pied depuis chez eux à la boucherie. La part modale des transports en commun et de la voiture a légèrement augmenté restant marginale. Ce sont principalement les clients venant de banlieue qui utilisent les transports publics et leur voiture. Deux clients sur trois venant en voiture sont mal garés.

<i>Moyen de transport aller</i>	2003	2007
A pied	96,0%	90,2%
En transports en commun	0%	3,3%
<i>Tramway</i>		66,7%
<i>Méto – RER</i>		33,3%
<i>bus</i>		
En voiture	2,0%	3,3%
A moto	0	2,2%
A vélo	0	1,1%
autres	2,0%	/

Les achats

La boucherie est un des seuls magasins a gagné des clients et a augmenté le montant moyen des achats. Les montants moyen et total des achats sont plus importants le samedi qu'en semaine, sur une amplitude horaire plus limitée. Ce commerce bénéficie de plus de la présence du marché sur le boulevard Lefebvre le mercredi et le samedi.

Contrairement à 2003, on constate en 2007 que les personnes venant par des moyens motorisés dépensent plus que ceux qui viennent à pied.

82% des clients viennent une à deux fois par semaine ou plus souvent en 2007, contre 57% en 2003. La clientèle très régulière est attirée par le retour du marché deux fois par semaine devant la boucherie et par la renommée de ce commerce. A cela s'ajoute sans doute la nouvelle qualité du cadre d'achat.

<i>Montant moyen des achats par mode de transports</i>	2003	2007
Montant moyen	20,70€	25,80€
A pied	21,30€	24,00€
En transports en commun		17,30€
En voiture	9,00€	75,00€
A moto		38,00€
A vélo		35,00€

La perception du tramway

Si une majorité des clients sont satisfaits des nouveaux aménagements, une part importante (environ un cinquième) ne note pas d'amélioration sensible.

Le boucher déclare avoir beaucoup souffert des travaux, et du déplacement du marché. Même si son commerce se porte bien, il considère que tous ses clients ne sont pas encore revenus.

LE PAVE DE VERSAILLES



Café
Restaurant

59 bd Victor
15^{ème} arrondissement

horaires d'ouverture
8h – 2h

Nombre de questionnaires : 11 le mardi, 24 le samedi, soit au total 35 questionnaires (147 questionnaires en 2003)

Nombre de clients comptabilisés : 46 le mardi et 55 le samedi, soit 101 clients sur deux jours, contre 698 en 2003.

Compte tenu du faible nombre de clients interrogés en 2007 et du différentiel entre 2003 et 2007, il convient d'interpréter ces résultats avec prudence.

Les clients

La différence de fréquentation du restaurant observée entre 2003 et 2007 est importante mais elle est à mettre en relation avec l'activité du Parc des Expositions de la Porte de Versailles. En effet, l'enquête 2007 a eu lieu à un moment où il n'y avait pas de salons ni de manifestations importantes, contrairement à 2003 où se tenaient la Braderie de Paris, le salon de la piscine et le salon nautique. La clientèle de ce restaurant est donc composée principalement des visiteurs de la Porte de Versailles, ce que montre également le faible taux de clients du quartier..

Bien qu'en 2007 quatre fois moins de clients ont été enquêtés par rapport à 2003, les résultats s'avèrent assez proches de ceux relevés en 2003. La clientèle largement masculine et dans la tranche active, reste à plus de deux tiers banlieusarde ou provinciale.

<i>La clientèle</i>	2003	2007
Habite le quartier	4,0%	20,0%
Paris	30,4%	31,4%
Banlieue	33,6%	31,4%
Province ou étranger	36,0%	37,2%
Homme	72,1%	77,1%
Femme	27,9%	22,9%
Moins de 20 ans	1,4%	2,9%
De 20 à 34 ans	21,9%	28,6%
De 35 à 59 ans	58,9%	54,3%
Plus de 60 ans	17,8%	14,3%

Les modes de déplacements

Si la moitié des clients du Pavé de Versailles viennent à pied, sans doute pour une bonne part du Parc des Expositions, la part modale des transports en commun a augmenté depuis 2003. On constate un report du bus vers le tramway, mais le tramway n'a pas mordu sur la part au métro, car les visiteurs ne viennent pas des boulevards des Maréchaux, mais du reste de Paris ou de l'Île-de-France. La part de la voiture a légèrement diminué.

<i>Moyen de transport aller</i>	2003	2007
A pied	51,8%	48,6%
En transports en commun	25,0%	34,3%
<i>Tramway</i>		16,7%
<i>Métro – RER</i>	69,0%	75,0%
<i>bus</i>	31,0%	8,3%
En voiture	17,7%	14,3%
A moto	0,7%	2,9%
A vélo	0%	0%
autres	4,8%	0%

Les achats

Si une petite part des clients (14,3%) vient déjeuner ou dîner quotidiennement au Pavé de Versailles, 75% des clients ne viennent que moins d'une fois par mois, soit de façon très occasionnelle, voire unique. Rappelons que cette dernière part était de plus de 90% en 2003.

Les dépenses moyennes ont beaucoup diminué et sont comme en 2003 sensiblement les mêmes selon le mode de déplacements.

<i>Montant moyen des achats par mode de transports</i>	2003	2007
Montant moyen	29,30€	11,30€
A pied	33,40€	12,10€
En transports en commun	27,20€	10,10€
En voiture	23,20e	13,20€
A moto	3,00€	3,00€
En taxi	5,00€	

La perception du tramway

La clientèle est quasiment unanimement satisfaite par le tramway dont elle trouve les aménagements plus agréables qu'avant à 80% (20% n'exprimant pas d'opinion). Un pourcentage légèrement plus faible les trouvent plus pratiques (66%). Il est à noter que ce fort taux de satisfaction provient essentiellement de personnes qui fréquentent occasionnellement le site de la Porte de Versailles, et non de riverains.

RESULTATS DES MARCHES : EVOLUTION 2003-2007

Les deux marchés étudiés en 2003, ont été enquêtés en juin 2007. Depuis la fin des travaux du tramway, ils ont retrouvé leur emplacement d'origine, boulevard Lefebvre dans le 15^{ème} et boulevard Brune dans le 14^{ème}. Les jours et les horaires sont restés inchangés : le mercredi et le samedi pour le marché Lefebvre, et le jeudi et le dimanche pour le marché Brune. Le marché Brune a une taille légèrement supérieure au marché Lefebvre.

1168 questionnaires ont été recueillis, soit 43% de plus qu'en 2003. Il est vrai que l'enquête 2007 a eu lieu en juin et que le temps était plus clément qu'en 2003. Les questionnaires se répartissent de la manière suivante :

Nombre d'enquêtes réalisées en 2003 et 2007

Nom du marché	Brune		Brune		Lefebvre		Lefebvre	
	jeudi		dimanche		Mercredi		Samedi	
date	2003	2007	2003	2007	2003	2007	2003	2007
Nombre de questionnaires	219	293	338	326	136	247	121	302



Sur le marché Lefebvre

Des différences sont sensibles dans l'enquête entre jours de marché, particulièrement la semaine et la fin de semaine, plus qu'entre emplacements de marché.

Les clients

La clientèle est majoritairement du quartier, féminine et relativement âgée, en 2003 comme en 2007.

Cependant, entre 2003 et 2007 il semble que les clients de ces deux marchés habitent plus loin et sont plus jeunes : la part des 20-34 ans et des 35-59 ans a fortement progressé, alors que celle des plus de 60 ans, auparavant majoritaire, est passée de 44% à 33%.

La clientèle	2003	2007
Habite le quartier	91,2%	86,2%
Homme	31,3%	29,6%
Femme	64,9%	69,6%
Moins de 20 ans	0,7%	1,1%
De 20 à 34 ans	11,5%	15,8%
De 35 à 59 ans	41,3%	49,7%
Plus de 60 ans	43,7%	32,6%

86% des clients des marchés disent habiter le quartier, contre 91% en 2003, et 92 % habitent Paris. Quelques habitants des communes limitrophes viennent y faire leurs courses, essentiellement depuis Vanves et Issy les Moulineaux pour le marché Lefebvre et Malakoff pour le Marché Brune. A noter que les non Parisiens sont plus nombreux en semaine que le week end.

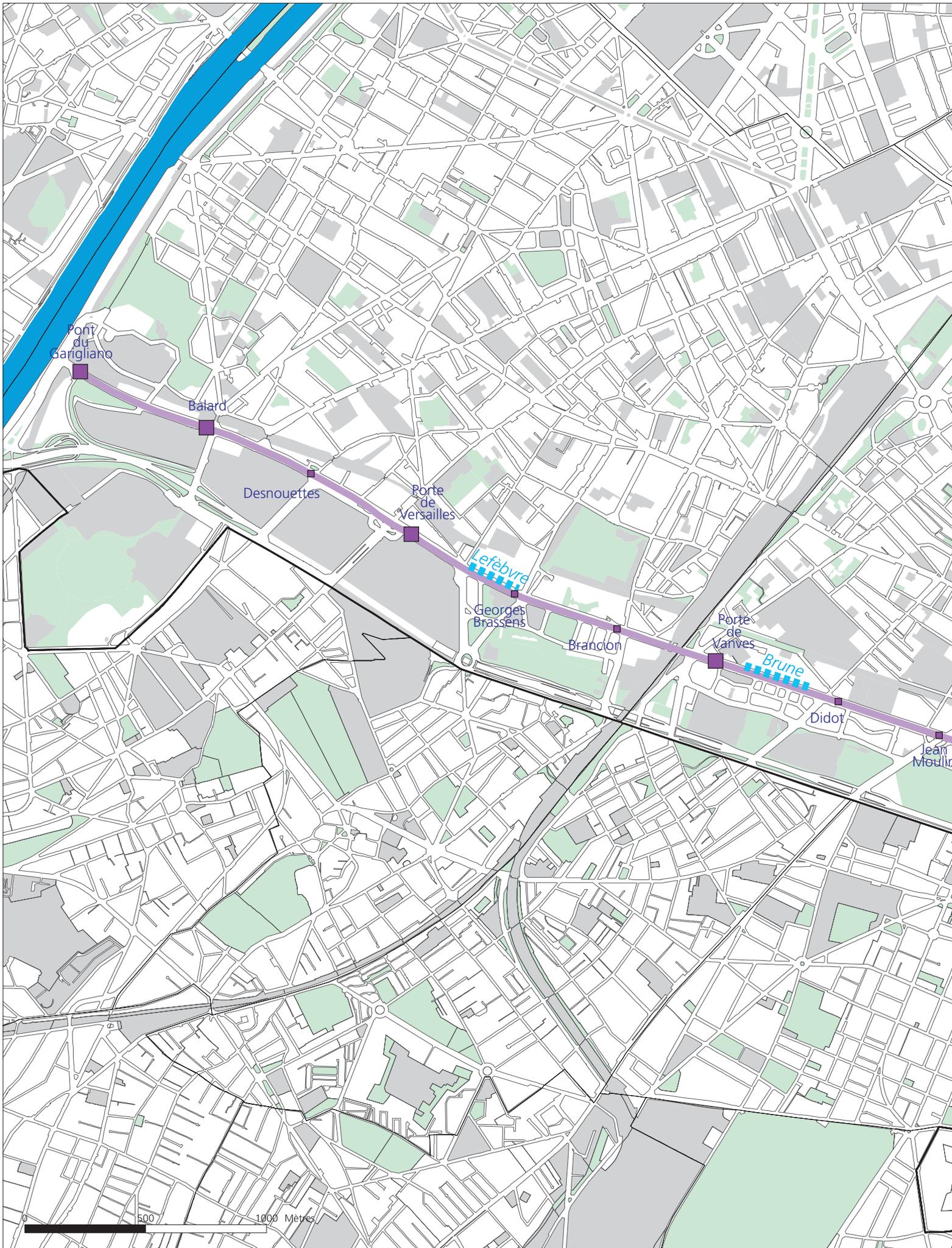
Si les femmes constituent l'essentiel de la clientèle, le week end, et particulièrement le dimanche les hommes sont mieux représentés sur le marché. Près de la moitié des clients ont entre 35 et 59 ans, mais la semaine les plus de 60 ans sont plus nombreux. La part des personnes accompagnées de jeunes enfants n'est pas négligeable (8,5%) surtout le dimanche où un client sur 7 fait son marché avec des enfants.

La clientèle	Brune	Brune	Lefebvre	Lefebvre
Date	Jeudi	Dimanche	Mercredi	Samedi
Habite le quartier	79,5%	89,0%	85,4%	90,4%
Homme	26,3%	36,2%	23,1%	31,1%
Femme	73,7%	62,9%	74,5%	68,9%
Moins de 20 ans	0,7%	1,2%	2,4%	0,3%
De 20 à 34 ans	11,9%	23,3%	11,7%	14,9%
De 35 à 59 ans	48,8%	55,8%	37,7%	53,6%
Plus de 60 ans	38,6%	18,7%	45,7%	31,1%
Accompagnés de jeunes enfants	5,1%	14,1%	6,5%	7,3%

Les modes de déplacements

La marche à pied reste prédominante pour se rendre au marché, puisque 86% des gens viennent à pied : cela est équivalent à la part de la clientèle habitant le quartier. Mais avec l'arrivée du tramway, l'usage des transports en commun s'est développé, passant de 5,3% à 8,1% entre 2003 et 2007.

Le report modal du bus vers le tramway est massif (70% des usagers des transports en commun) et la part du métro a progressé. On note près de quatre fois plus de cyclistes parmi la clientèle du marché. Le vélo est surtout utilisé le week end. L'utilisation de la voiture est encore plus faible qu'en 2003. Enfin, un quart des clients qui sont venus par le tramway ne venaient pas auparavant faire leurs courses sur ces marchés.



Pont du Garigliano

Balard

Desnouettes

Porte de Versailles

Lefèvre

Georges Brassens

Brancion

Porte de Vanves

Brune

Didot

Jean Moulin

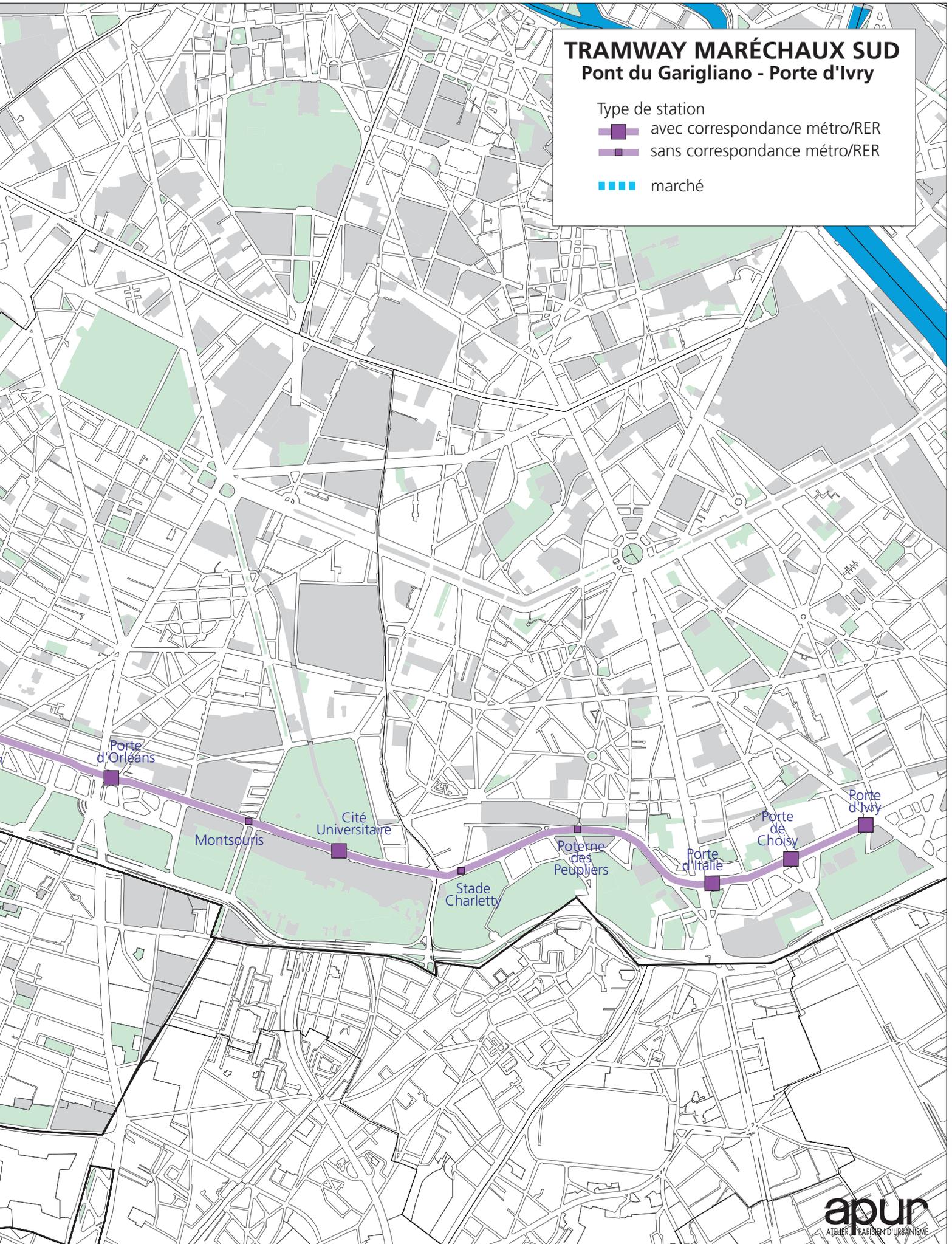
500 1000 Mètres

TRAMWAY MARÉCHAUX SUD

Pont du Garigliano - Porte d'Ivry

Type de station

-  avec correspondance métro/RER
-  sans correspondance métro/RER
-  marché



Moyen de transport aller	2003	2007
A pied	90,2%	86,2%
En transports en commun	5,3%	8,1%
<i>Tramway</i>	/	70,5%
<i>Bus</i>	93,0%	17,9%
<i>Métro</i>	7,0%	9,5%
<i>RER</i>	0,0%	2,1%
En voiture	3,4%	2,7%
En moto	0,2%	0,3%
A vélo	0,5%	1,9%
Autres	0,1%	0,2%

En ce qui concerne les trajets effectués en transports en commun, c'est le tramway qui est le plus emprunté dans tous les cas. Le tramway est plus utilisé le week end que la semaine pour se rendre au marché. En second lieu, c'est le bus qui est plus souvent utilisé pour se rendre au marché Lefebvre et le métro pour le marché Brune.

Moyen de transport aller	Brune	Brune	Lefebvre	Lefebvre
Date	Jeudi	Dimanche	Mercredi	Samedi
A pied	87,4%	87,4%	84,6%	85,1%
En transports en commun	9,6%	7,7%	8,1%	7,3%
<i>Tramway</i>	71,4%	76,0%	50,0%	81,8%
<i>Dont ne venaient pas avant</i>				
<i>Bus</i>	7,1%	12,0%	45,0%	13,6%
<i>Métro</i>	17,9%	12,0%	0,0%	4,5%
<i>RER</i>	3,6%	0,0%	5,0%	0,0%
En voiture	2,0%	1,5%	3,6%	3,6%
En moto	0,0%	0,3%	0,4%	0,3%
A vélo	0,7%	2,5%	0,8%	3,3%
Autres	0,3%	0,0%	0,0%	0,3%
Usager du tramway qui ne venait pas avant	1,4%	1,5%	0,0%	2,6%

93% de la clientèle vient de Paris et y reste après être passée sur le marché. 88% des clients du marché rentrent chez eux après avoir fait leurs courses. 76% sont des parisiens qui viennent de leur domicile et y retournent directement après avoir fait leur marché, alors que seulement 3% des clients du marché viennent exprès de leur domicile en première couronne.

Les achats

<i>Habitude d'achat</i>	2003	2007
Client régulier	86,0%	81,3%
Client exceptionnel	14,0%	17,8%
Achat alimentaire	82,8%	86,0%
Achat non alimentaire	1,1%	1,3%
Les deux	14,9%	11,9%

Entre 2003 et 2007, il apparaît que la part de la clientèle exceptionnelle a augmenté et que la part des achats alimentaires est plus importante qu'auparavant.

La perception du tramway

Les nouveaux aménagements des boulevards des Maréchaux satisfont plus des deux tiers des clients : 70,5% les trouvent plus agréables et 65,0% les trouvent plus pratiques. Le taux de mécontents est faible (5,6 % moins agréables, 9% moins pratiques).

Une question de l'enquête portait sur le retour des marchés sur leur lieu d'origine. Si globalement les clients trouvent la localisation actuelle plus agréable et plus pratique que l'emplacement temporaire, il apparaît que le site occupé par le marché Brune pendant les travaux a séduit environ 16 % de la clientèle.

ANNEXES

Les questionnaires

le questionnaire pour les 15 commerces
le questionnaire pour les marchés

Les tableaux

les résultats complets pour les 15 commerces
les résultats complets pour le marché Brune
les résultats complets pour le marché Lefebvre

COMMERCES SUR LE BOULEVARD DES MARECHAUX

JOUR	IDENTIFIANT	ENQUETEUR	HEURE	MAGASIN	
		

Bonjour, nous réalisons une étude sur les commerces et la clientèle des boulevards des Maréchaux pour la Ville de Paris.

1. HABITEZ-VOUS LE QUARTIER ?

<input type="checkbox"/> 1. oui <input type="checkbox"/> 2. non
--

AUJOURD'HUI,

2. PAR QUEL MOYEN DE TRANSPORT ETES-VOUS ARRIVE DANS CE MAGASIN ? (1 seule réponse possible)

<input type="checkbox"/> 1. à pied				
. transport en commun	<input type="checkbox"/> 21. bus (ligne.....)	<input type="checkbox"/> 22. métro (ligne.....)	<input type="checkbox"/> 23. RER	<input type="checkbox"/> 24. tramway
. voiture	<input type="checkbox"/> 31 conducteur	<input type="checkbox"/> 32. passager		
<input type="checkbox"/> 4. moto / scooter				
<input type="checkbox"/> 5. vélo				
<input type="checkbox"/> 6. taxi				
<input type="checkbox"/> 7. autres :				

V1. POURQUOI ETES-VOUS VENU EN VOITURE ?
(1 seule réponse possible)

1. déplacement habituel en voiture
 2. transport de gros achats
 3. plusieurs personnes dans la voiture
 4. transports en commun moins pratiques
 5. autre (réside loin,)

V2. OU AVEZ-VOUS GARE VOTRE VEHICULE ?
(1 seule réponse possible)

1. dans la rue, stationnement gratuit
 2. dans la rue, stationnement non autorisé
 3. dans la rue, stationnement payant
 4. en parc souterrain public
 5. en parc souterrain privé (pour particuliers)

T1. AVANT LE TRAMWAY, COMMENT VOUS DEPLACIEZ VOUS POUR FAIRE VOS COURSES ?
(deux réponses maximum)

1. à pied
 2. en bus
 3. en métro ou en RER
 4. en voiture
 5. à moto / scooter
 6. à vélo
 7. en taxi
 8. ne venait pas faire ces courses ici auparavant

3. PAR QUEL MOYEN DE TRANSPORT COMPTEZ-VOUS REPARTIR DEPUIS CE MAGASIN ?

(1 seule réponse possible)

<input type="checkbox"/> 1. à pied				
. transport en commun	<input type="checkbox"/> 21. bus (ligne.....)	<input type="checkbox"/> 22. métro (ligne.....)	<input type="checkbox"/> 23. RER	<input type="checkbox"/> 24. tramway
. voiture	<input type="checkbox"/> 31. conducteur	<input type="checkbox"/> 32. passager		
<input type="checkbox"/> 4. moto / scooter				
<input type="checkbox"/> 5. vélo				
<input type="checkbox"/> 6. taxi				
<input type="checkbox"/> 7. autres :				

4. D'OU VENIEZ-VOUS AVANT DE RENTRER DANS CE MAGASIN ? (1 seule réponse possible)

<input type="checkbox"/> 1. de votre domicile
<input type="checkbox"/> 2. de l'école
<input type="checkbox"/> 3. de votre travail
<input type="checkbox"/> 4. depuis un site de loisirs / achats
<input type="checkbox"/> 5. autres

QUI SE TROUVE :

1. à Paris

2. hors Paris

CODE POSTAL :

.....

Indiquer le code postal de votre commune de résidence :

5. OU ALLEZ-VOUS APRES AVOIR FAIT VOS COURSES ? (1 seule réponse possible)

<input type="checkbox"/> 1. à votre domicile
<input type="checkbox"/> 2. à l'école
<input type="checkbox"/> 3. à votre travail
<input type="checkbox"/> 4. à un site de loisirs / achats
<input type="checkbox"/> 5. autres

QUI SE TROUVE :

1. à Paris

2. hors Paris

CODE POSTAL :

.....

6. QUEL EST LE MONTANT DE VOS ACHATS DANS CE MAGASIN ?

..... (en euros)

7. EFFECTUEZ-VOUS VOS COURSES DANS CE MAGASIN :

<input type="checkbox"/> 1. tous les jours
<input type="checkbox"/> 2. une à deux fois par semaine
<input type="checkbox"/> 3. une à deux fois par mois
<input type="checkbox"/> 4. plus occasionnellement (moins d'une fois par mois)

8. LES NOUVEAUX AMENAGEMENTS DES BOULEVARDS DES MARECHAUX RENDENT-ILS VOS COURSES :

AGREABLES :

1. plus agréables

2. ni plus ni moins agréables qu'avant

3. moins agréables

PRATIQUES :

1. plus pratiques

2. ni plus ni moins pratiques qu'avant

3. moins pratiques

pas d'avis

9. LE CLIENT :

AGE :

1. moins de 20 ans

2. de 20 à 34 ans

3. de 35 à 59 ans

4. 60 ans et plus

SEXE :

1. homme

2. femme

EST-IL ACCOMPAGNE DE JEUNES ENFANTS ?

si oui, nombre :

10. REMARQUES :

MARCHES

JOUR	IDENTIFIANT	ENQUETEUR	HEURE	MARCHE
	2

Bonjour, nous réalisons une étude sur la clientèle des marchés des boulevards des Maréchaux pour la Ville de Paris.

1. HABITEZ-VOUS LE QUARTIER ?

1. oui
 2. non

AUJOURD'HUI,

2. PAR QUEL MOYEN DE TRANSPORT ETES-VOUS ARRIVE DANS CE MARCHÉ ? (1 seule réponse possible)

<input type="checkbox"/> 1. à pied				
• transport en commun	<input type="checkbox"/> 21. bus (ligne.....)	<input type="checkbox"/> 22. métro (ligne.....)	<input type="checkbox"/> 23. RER	<input type="checkbox"/> 24. tramway
• voiture	<input type="checkbox"/> 31 conducteur	<input type="checkbox"/> 32. passager		
<input type="checkbox"/> 4. moto / scooter				
<input type="checkbox"/> 5. vélo				
<input type="checkbox"/> 6. taxi				
<input type="checkbox"/> 7. autres :				

V1. POURQUOI ETES-VOUS VENU EN VOITURE ?

(1 seule réponse possible)

1. déplacement habituel en voiture
 2. transport de gros achats
 3. plusieurs personnes dans la voiture
 4. transports en commun moins pratiques
 5. autre (réside loin,)

V2. OU AVEZ-VOUS GARE VOTRE VEHICULE ?

(1 seule réponse possible)

1. dans la rue, stationnement gratuit
 2. dans la rue, stationnement non autorisé
 3. dans la rue, stationnement payant
 4. en parc souterrain public
 5. en parc souterrain privé (pour particuliers)

T1. AVANT LE TRAMWAY, COMMENT VOUS DEPLACIEZ VOUS POUR VENIR AU MARCHÉ ?

(deux réponses maximum)

1. à pied
 2. en bus
 3. en métro ou en RER
 4. en voiture
 5. à moto / scooter
 6. à vélo
 7. en taxi
 8. ne venait pas faire ces courses ici auparavant

3. PAR QUEL MOYEN DE TRANSPORT COMPTEZ-VOUS REPARTIR DEPUIS CE MARCHÉ ?

(1 seule réponse possible)

<input type="checkbox"/> 1. à pied				
• transport en commun	<input type="checkbox"/> 21. bus (ligne.....)	<input type="checkbox"/> 22. métro (ligne.....)	<input type="checkbox"/> 23. RER	<input type="checkbox"/> 24. tramway
• voiture	<input type="checkbox"/> 31. conducteur	<input type="checkbox"/> 32. passager		
<input type="checkbox"/> 4. moto / scooter				
<input type="checkbox"/> 5. vélo				
<input type="checkbox"/> 6. taxi				
<input type="checkbox"/> 7. autres :				

4. D'OU VENIEZ-VOUS AVANT DE RENTRER DANS CE MARCHÉ ? (1 seule réponse possible)

<input type="checkbox"/> 1. de votre domicile
<input type="checkbox"/> 2. de l'école
<input type="checkbox"/> 3. de votre travail
<input type="checkbox"/> 4. depuis un site de loisirs / achats
<input type="checkbox"/> 5. autres

QUI SE TROUVE :

<input type="checkbox"/> 1. à Paris
<input type="checkbox"/> 2. hors Paris

CODE POSTAL :

.....

Indiquer le code postal de votre commune de résidence :

5. OU ALLEZ-VOUS APRES AVOIR FAIT VOS COURSES ? (1 seule réponse possible)

<input type="checkbox"/> 1. à votre domicile
<input type="checkbox"/> 2. à l'école
<input type="checkbox"/> 3. à votre travail
<input type="checkbox"/> 4. à un site de loisirs / achats
<input type="checkbox"/> 5. autres

QUI SE TROUVE :

<input type="checkbox"/> 1. à Paris
<input type="checkbox"/> 2. hors Paris

CODE POSTAL :

.....

6. EFFECTUEZ-VOUS VOS COURSES DANS CE MARCHÉ :

<input type="checkbox"/> 1. une ou deux fois par semaine
<input type="checkbox"/> 2. exceptionnellement

7. QUEL TYPE D'ACHAT COMPTEZ-VOUS FAIRE ?

<input type="checkbox"/> 1. alimentaire
<input type="checkbox"/> 2. non alimentaire
<input type="checkbox"/> 3. les deux (alimentaire et non alimentaire)

8. AUJOURD'HUI, LE RETOUR DU MARCHÉ SUR CET EMPLACEMENT REND VOS COURSES :

AGREABLES :

<input type="checkbox"/> 1. plus agréables
<input type="checkbox"/> 2. ni plus ni moins agréables qu'avant
<input type="checkbox"/> 3. moins agréables

PRATIQUES :

<input type="checkbox"/> 1. plus pratiques
<input type="checkbox"/> 2. ni plus ni moins pratiques qu'avant
<input type="checkbox"/> 3. moins pratiques

pas d'avis

9. LES NOUVEAUX AMENAGEMENTS DES BOULEVARDS DES MARECHAUX RENDENT-ILS VOS COURSES :

AGREABLES :

<input type="checkbox"/> 1. plus agréables
<input type="checkbox"/> 2. ni plus ni moins agréables qu'avant
<input type="checkbox"/> 3. moins agréables

PRATIQUES :

<input type="checkbox"/> 1. plus pratiques
<input type="checkbox"/> 2. ni plus ni moins pratiques qu'avant
<input type="checkbox"/> 3. moins pratiques

pas d'avis

10. LE CLIENT :

AGE :

<input type="checkbox"/> 1. moins de 20 ans
<input type="checkbox"/> 2. de 20 à 34 ans
<input type="checkbox"/> 3. de 35 à 59 ans
<input type="checkbox"/> 4. 60 ans et plus

SEXE :

<input type="checkbox"/> 1. homme
<input type="checkbox"/> 2. femme

EST-IL ACCOMPAGNE DE JEUNES ENFANTS ?

si oui, nombre :

11. REMARQUES :

--

COMMERCES SUR LE BOULEVARD DES MARECHAUX

MARDI	COMPTAGE	TOTAL ENQUETES	SONDAGE	TOTAL ENQUETES SONDEES
	3874	1002	3,86626747	3874

1. HABITEZ-VOUS LE QUARTIER ?

oui	600	2 320	59,9
non	401	1 550	40,0

2. PAR QUEL MOYEN DE TRANSPORT ETES-VOUS ARRIVE DANS CE MAGASIN ?

à pied	608	2 351	60,7				
transport en commun		1 032	26,6	bus	36	139	13,5
				méto	121	468	45,3
				RER	3	12	1,1
				tramway	107	414	40,7
voiture	94	363	9,4	conducteur	75	290	79,8
				passager	19	73	20,2
moto / scooter	14	54	1,4				
vélo	11	43	1,1				
taxi	2	8	0,2				
autres	3	12	0,3				

T1. AVANT LE TRAMWAY, COMMENT VOUS DEPLACIEZ VOUS ?

	1er mode		2ème mode			
à pied	19	73	17,8	0	0	0,0
en bus	50	193	46,7	1	4	0,9
en méto ou en RER	11	43	10,3	4	15	3,7
en voiture	5	19	4,7	1	4	0,9
à moto / scooter	0	0	0,0	0	0	0,0
à vélo	1	4	0,9	0	0	0,0
en taxi	0	0	0,0	0	0	0,0
ne venait pas faire ces courses ici auparavant	15	58	14,0	0	0	0,0

3. PAR QUEL MOYEN DE TRANSPORT COMPTEZ-VOUS REPARTIR DEPUIS CE MAGASIN ?

à pied	662	2 559	66,1				
transport en commun		858	22,2	bus	47	182	21,2
				méto	87	336	39,2
				RER	1	4	0,5
				tramway	87	336	39,2
voiture	88	340	8,8	conducteur	69	267	78,4
				passager	19	73	21,6
moto / scooter	15	58	1,5				
vélo	10	39	1,0				
taxi	3	12	0,3				
autres	1	4	0,1				

V1. POURQUOI ETES-VOUS VENU EN VOITURE ?

déplacement habituel en voiture	33	128	35,1
transport de gros achat	7	27	7,4
plusieurs personnes dans la voiture	8	31	8,5
transports en commun moins pratique	8	31	8,5
autre	39	151	41,5

V2. OU AVEZ-VOUS GARE VOTRE VOITURE ?

dans la rue, stationnement gratuit	12	46	12,8
dans la rue, stationnement non autorisé	35	135	37,2
dans la rue, stationnement payant	27	104	28,7
en parc souterrain public	2	8	2,1
en parc souterrain privé (pour particuliers)	15	58	16,0

4. D'OU VENIEZ-VOUS AVANT DE RENTRER DANS DE MAGASIN ?

de votre domicile	552	2 134	55,1
de l'école	25	97	2,5
de votre travail	280	1 083	27,9
depuis un site de loisirs / achats	64	247	6,4
autre	81	313	8,1
QUI SE TROUVE			
à Paris	817	3 159	81,5
hors Paris	185	715	18,5

5. OU ALLEZ-VOUS APRES AVOIR FAIT VOS COURSES ?

à votre domicile	596	2 304	59,5
à l'école	14	54	1,4
à votre travail	204	789	20,4
à un site de loisirs / achats	95	367	9,5
autre	92	356	9,2
QUI SE TROUVE			
à Paris	864	3 340	86,2
hors Paris	138	534	13,8

6. QUEL EST LE MONTANT DE VOS ACHATS EFFECTUES DANS CE MAGASIN ? (en euros)

montant	11784	45 560
achat moyen (euros/personne)	11,8	11,8

7. EFFECTUEZ-VOUS VOS COURSES DANS CE MAGASIN :

tous les jours	200	773	20,0
une à deux fois p/semaine	342	1 322	34,1
une à deux fois p/mois	159	615	15,9
plus occasionnellement (moins d'une fois par	299	1 156	29,8

8. LES NOUVEAUX AMENAGEMENTS DES BOULEVARDS DES MARECHAUX RENDENT-ILS VOS COURSES :

AGREABLES	plus agréables	767	2 965	76,5	PRATIQUES	plus pratiques	650	2 513	64,9	PAS D'AVIS	
	ni plus ni moins agréables qu'avant	123	476	12,3		ni plus ni moins pratiques qu'avant	186	719	18,6	53	
	moins agréables	57	220	5,7		moins pratiques	106	410	10,6	205	5,3

9. LE CLIENT

AGE	moins de 20 ans	54	209	5,4
	de 20 à 34 ans	278	1 075	27,7
	de 35 à 59 ans	501	1 937	50,0
	60 ans ou plus	166	642	16,6

SEXE	homme	542	2 096	54,1
	femme	455	1 759	45,4

JEUNES ENFANTS

nombre de clients accompagnés de jeunes enfants	41	159	4,1
nombre d'enfants	52	201	

COMMERCES SUR LE BOULEVARD DES MARECHAUX

SAMEDI	COMPTAGE	TOTAL ENQUETES	SONDAGE	TOTAL ENQUETES SONDEES
	3846	1004	3,83067729	3846

1. HABITEZ-VOUS LE QUARTIER ?

oui	708	2 712	70,5
non	296	1 134	29,5

2. PAR QUEL MOYEN DE TRANSPORT ETES-VOUS ARRIVE DANS CE MAGASIN ?

à pied	679	2 601	67,6				
transport en commun		670	17,4	bus	32	123	18,3
				métro	69	264	39,4
				RER	2	8	1,1
				tramway	72	276	41,1
voiture	110	421	11,0	conducteur	89	341	80,9
				passager	21	80	19,1
moto / scooter	16	61	1,6				
vélo	17	65	1,7				
taxi	1	4	0,1				
autres	5	19	0,5				

T1. AVANT LE TRAMWAY, COMMENT VOUS DEPLACIEZ VOUS ?

	1er mode			2ème mode		
à pied	6	23	8,3	0	0	0,0
en bus	34	130	47,2	3	11	4,2
en métro ou en RER	13	50	18,1	7	27	9,7
en voiture	2	8	2,8	1	4	1,4
à moto / scooter	0	0	0,0	0	0	0,0
à vélo	1	4	1,4	0	0	0,0
en taxi	0	0	0,0	0	0	0,0
ne venait pas faire ces courses ici auparavant	13	50	18,1	1	4	1,4

3. PAR QUEL MOYEN DE TRANSPORT COMPTEZ-VOUS REPARTIR DEPUIS CE MAGASIN ?

à pied	672	2 574	66,9				
transport en commun		667	17,3	bus	30	115	17,2
				métro	62	238	35,6
				RER	0	0	0,0
				tramway	82	314	47,1
voiture	118	452	11,8	conducteur	96	368	81,4
				passager	22	84	18,6
moto / scooter	16	61	1,6				
vélo	17	65	1,7				
taxi	1	4	0,1				
autres	6	23	0,6				

V1. POURQUOI ETES-VOUS VENU EN VOITURE ?

déplacement habituel en voiture	48	184	43,6
transport de gros achat	12	46	10,9
plusieurs personnes dans la voiture	8	31	7,3
transports en commun moins pratique	9	34	8,2
autre	33	126	30,0

V2. OU AVEZ-VOUS GARE VOTRE VOITURE ?

dans la rue, stationnement gratuit	24	92	21,8
dans la rue, stationnement non autorisé	54	207	49,1
dans la rue, stationnement payant	26	100	23,6
en parc souterrain public	2	8	1,8
en parc souterrain privé (pour particuliers)	3	11	2,7

4. D'OU VENIEZ-VOUS AVANT DE RENTRER DANS DE MAGASIN ?

de votre domicile	755	2 892	75,2
de l'école	4	15	0,4
de votre travail	50	192	5,0
depuis un site de loisirs / achats	122	467	12,2
autre	73	280	7,3
QUI SE TROUVE			
à Paris	861	3 298	85,8
hors Paris	143	548	14,2

5. OU ALLEZ-VOUS APRES AVOIR FAIT VOS COURSES ?

à votre domicile	701	2 685	69,8
à l'école	2	8	0,2
à votre travail	42	161	4,2
à un site de loisirs / achats	135	517	13,4
autre	124	475	12,4
QUI SE TROUVE			
à Paris	871	3 337	86,8
hors Paris	133	509	13,2

6. QUEL EST LE MONTANT DE VOS ACHATS EFFECTUES DANS CE MAGASIN ? (en euros)

montant	15799	60 521
achat moyen (euros/personne)	15,7	15,7

7. EFFECTUEZ-VOUS VOS COURSES DANS CE MAGASIN :

tous les jours	196	751	19,5
une à deux fois p/semaine	366	1 402	36,5
une à deux fois p/mois	167	640	16,6
plus occasionnellement (moins d'une fois par	274	1 050	27,3

8. LES NOUVEAUX AMENAGEMENTS DES BOULEVARDES DES MARECHAUX RENDENT-ILS VOS COURSES :

AGREABLES	plus agréables	770	2 950	76,7	PRATIQUES	plus pratiques	662	2 536	65,9	PAS D'AVIS			
	ni plus ni moins agréables qu'avant	137	525	13,6		ni plus ni moins pratiques qu'avant	202	774	20,1		45	172	4,5
	moins agréables	52	199	5,2		moins pratiques	94	360	9,4				

9. LE CLIENT

AGE	moins de 20 ans	49	188	4,9
	de 20 à 34 ans	275	1 053	27,4
	de 35 à 59 ans	489	1 873	48,7
	60 ans ou plus	190	728	18,9

SEXE	homme	519	1 988	51,7
	femme	482	1 846	48,0

JEUNES ENFANTS

nombre de clients accompagnés de jeunes enfants	59	226	5,9
nombre d'enfants	76	291	

COMMERCES SUR LE BOULEVARD DES MARECHAUX

TOTAL	COMPTAGE	TOTAL ENQUETES	SONDAGE	TOTAL ENQUETES SONDEES
	7720	2006	3,84845464	7720

1. HABITEZ-VOUS LE QUARTIER ?

oui	1 308	5 034	65,2
non	697	2 682	34,7

2. PAR QUEL MOYEN DE TRANSPORT ETES-VOUS ARRIVE DANS CE MAGASIN ?

à pied	1 287	4 953	64,2				
transport en commun	442	1 701	22,0	bus	68	262	15,4
				métro	190	731	43,0
				RER	5	19	1,1
				tramway	179	689	40,5
voiture	204	785	10,2	conducteur	164	631	80,4
				passager	40	154	19,6
moto / scooter	30	115	1,5				
vélo	28	108	1,4				
taxi	3	12	0,1				
autres	8	31	0,4				

T1. AVANT LE TRAMWAY, COMMENT VOUS DEPLACIEZ VOUS ?

	1er mode			2ème mode		
à pied	25	96	14,0	0	0	0,0
en bus	84	323	46,9	4	15	2,2
en métro ou en RER	24	92	13,4	11	42	6,1
en voiture	7	27	3,9	2	8	1,1
à moto / scooter	0	0	0,0	0	0	0,0
à vélo	2	8	1,1	0	0	0,0
en taxi	0	0	0,0	0	0	0,0
ne venait pas faire ces courses ici auparavant	28	108	15,6	1	4	0,6

3. PAR QUEL MOYEN DE TRANSPORT COMPTEZ-VOUS REPARTIR DEPUIS CE MAGASIN ?

à pied	1 334	5 134	66,5				
transport en commun	396	1 524	19,7	bus	77	296	19,4
				métro	149	573	37,6
				RER	1	4	0,3
				tramway	169	650	42,7
voiture	206	793	10,3	conducteur	165	635	80,1
				passager	41	158	19,9
moto / scooter	31	119	1,5				
vélo	27	104	1,3				
taxi	4	15	0,2				
autres	7	27	0,3				

V1. POURQUOI ETES-VOUS VENU EN VOITURE ?

déplacement habituel en voiture	81	312	39,7
transport de gros achat	19	73	9,3
plusieurs personnes dans la voiture	16	62	7,8
transports en commun moins pratique	17	65	8,3
autre	72	277	35,3

V2. OU AVEZ-VOUS GARE VOTRE VOITURE ?

dans la rue, stationnement gratuit	36	139	17,6
dans la rue, stationnement non autorisé	89	343	43,6
dans la rue, stationnement payant	53	204	26,0
en parc souterrain public	4	15	2,0
en parc souterrain privé (pour particuliers)	18	69	8,8

4. D'OU VENIEZ-VOUS AVANT DE RENTRER DANS DE MAGASIN ?

de votre domicile	1307	5 030	65,2
de l'école	29	112	1,4
de votre travail	330	1 270	16,5
depuis un site de loisirs / achats	186	716	9,3
autre	154	593	7,7
QUI SE TROUVE			
à Paris	1678	6 458	83,6
hors Paris	328	1 262	16,4

5. OU ALLEZ-VOUS APRES AVOIR FAIT VOS COURSES ?

à votre domicile	1297	4 991	64,7
à l'école	16	62	0,8
à votre travail	246	947	12,3
à un site de loisirs / achats	230	885	11,5
autre	216	831	10,8
QUI SE TROUVE			
à Paris	1735	6 677	86,5
hors Paris	271	1 043	13,5

6. QUEL EST LE MONTANT DE VOS ACHATS EFFECTUES DANS CE MAGASIN ? (en euros)

montant	27583	106 152
achat moyen (euros/personne)	13,8	13,8

7. EFFECTUEZ-VOUS VOS COURSES DANS CE MAGASIN :

tous les jours	396	1 524	19,7
une à deux fois p/semaine	708	2 725	35,3
une à deux fois p/mois	326	1 255	16,3
plus occasionnellement (moins d'une fois par	573	2 205	28,6

8. LES NOUVEAUX AMENAGEMENTS DES BOULEVARDS DES MARECHAUX RENDENT-ILS VOS COURSES :

AGREABLES	plus agréables	1537	5 915	76,6	PRATIQUES	plus pratiques	1312	5 049	65,4	PAS D'AVIS			
	ni plus ni moins agréables qu'avant	260	1 001	13,0		ni plus ni moins pratiques qu'avant	388	1 493	19,3		98	377	4,9
	moins agréables	109	419	5,4		moins pratiques	200	770	10,0				

9. LE CLIENT

AGE	moins de 20 ans	103	396	5,1
	de 20 à 34 ans	553	2 128	27,6
	de 35 à 59 ans	990	3 810	49,4
	60 ans ou plus	356	1 370	17,7

SEXE	homme	1061	4 083	52,9
	femme	937	3 606	46,7

JEUNES ENFANTS

nombre de clients accompagnés de jeunes enfants	100	385	5,0
nombre d'enfants	128	493	

COMMERCES DANS UN MARCHÉ

JEUDI	MARCHE BRUNE	TOTAL ENQUETES 293
--------------	---------------------	-------------------------------------

1. HABITEZ-VOUS LE QUARTIER ?

oui	233	79,5
non	60	20,5

2. PAR QUEL MOYEN DE TRANSPORT ETES-VOUS ARRIVE DANS CE MAGASIN ?

à pied	256	87,4		
transport en commun	bus	2	7,1	
	métro	5	17,9	
	RER	1	3,6	
	tramway	20	71,4	
voiture	conducteur	5	83,3	
	passager	1	16,7	
moto / scooter	0	0,0		
vélo	2	0,7		
taxi	1	0,3		
autres	0	0,0		

T1. AVANT LE TRAMWAY, COMMENT VOUS DEPLACIEZ VOUS ?

	1er mode		2ème mode	
à pied	6	30,0	0	0,0
en bus	9	45,0	0	0,0
en métro ou en RER	1	5,0	0	0,0
en voiture	0	0,0	1	5,0
à moto / scooter	0	0,0	0	0,0
à vélo	0	0,0	0	0,0
en taxi	0	0,0	0	0,0
ne venait pas faire ces courses ici auparavant	4	20,0	0	0,0

3. PAR QUEL MOYEN DE TRANSPORT COMPTÉZ-VOUS REPARTIR DEPUIS CE MAGASIN ?

à pied	255	87,0		
transport en commun	bus	3	10,0	
	métro	7	23,3	
	RER	1	3,3	
	tramway	19	63,3	
voiture	conducteur	5	83,3	
	passager	1	16,7	
moto / scooter	0	0,0		
vélo	2	0,7		
taxi	0	0,0		
autres	0	0,0		

V1. POURQUOI ETES-VOUS VENU EN VOITURE ?

déplacement habituel en voiture	0	0,0
transport de gros achat	1	16,7
plusieurs personnes dans la voiture	0	0,0
transports en commun moins pratique	1	16,7
autre	4	66,7

V2. OU AVEZ-VOUS GARE VOTRE VOITURE ?

dans la rue, stationnement gratuit	0	0,0
dans la rue, stationnement non autorisé	0	0,0
dans la rue, stationnement payant	4	66,7
en parc souterrain public	1	16,7
en parc souterrain privé (pour particuliers)	1	16,7

4. D'OU VENIEZ-VOUS AVANT DE RENTRER DANS DE MAGASIN ?

de votre domicile	245	83,6
de l'école	2	0,7
de votre travail	30	10,2
depuis un site de loisirs / achats	6	2,0
autre	10	3,4
QUI SE TROUVE		
à Paris	278	94,9
hors Paris	15	5,1

5. OU ALLEZ-VOUS APRES AVOIR FAIT VOS COURSES ?

à votre domicile	247	84,3
à l'école	1	0,3
à votre travail	25	8,5
à un site de loisirs / achats	11	3,8
autre	9	3,1
QUI SE TROUVE		
à Paris	276	94,2
hors Paris	17	5,8

6. EFFECTUEZ-VOUS VOS COURSES DANS CE MARCHÉ :

une ou deux fois par semaine	242	82,6
exceptionnellement	51	17,4

7. QUEL TYPE D'ACHAT COMPTÉZ-VOUS FAIRE ?

alimentaire	211	72,0
non alimentaire	9	3,1
les deux (alimentaire et non alimentaire)	73	24,9

8. AUJOURD'HUI, LE RETOUR DU MARCHÉ SUR CET EMPLACEMENT REND VOS COURSES :

AGREABLES		PRATIQUES		PAS D'AVIS	
plus agréables	192	65,5	plus pratiques	201	68,6
ni plus ni moins agréables qu'avant	47	16,0	ni plus ni moins pratiques qu'avant	38	13,0
moins agréables	33	11,3	moins pratiques	33	11,3
				21	7,2

9. LES NOUVEAUX AMENAGEMENTS DES BOULEVARDS DES MARECHAUX RENDENT-ILS VOS COURSES

AGREABLES		PRATIQUES		PAS D'AVIS	
plus agréables	202	68,9	plus pratiques	188	64,2
ni plus ni moins agréables qu'avant	68	23,2	ni plus ni moins pratiques qu'avant	78	26,6
moins agréables	13	4,4	moins pratiques	17	5,8
				10	3,4

10. LE CLIENT

AGE	moins de 20 ans	2	0,7
	de 20 à 34 ans	35	11,9
	de 35 à 59 ans	143	48,8
	60 ans ou plus	113	38,6

SEXE	homme	77	26,3
	femme	216	73,7

JEUNES ENFANTS		
nombre de clients accompagnés de jeunes enfants	15	5,1
nombre d'enfants	19	

COMMERCES DANS UN MARCHÉ

DIMANCHE	MARCHE BRUNE	TOTAL ENQUETES 326
-----------------	---------------------	------------------------------

1. HABITEZ-VOUS LE QUARTIER ?

oui	290	89,0
non	34	10,4

2. PAR QUEL MOYEN DE TRANSPORT ETES-VOUS ARRIVE DANS CE MAGASIN ?

à pied	285	87,4		
transport en commun	bus	3	12,0	
	métro	3	12,0	
	RER	0	0,0	
	tramway	19	76,0	
voiture	conducteur	5	100,0	
	passager	0	0,0	
moto / scooter	1	0,3		
vélo	8	2,5		
taxi	0	0,0		
autres	0	0,0		

T1. AVANT LE TRAMWAY, COMMENT VOUS DEPLACIEZ VOUS ?

	1er mode		2ème mode	
à pied	4	21,1	0	0,0
en bus	9	47,4	1	5,3
en métro ou en RER	1	5,3	0	0,0
en voiture	0	0,0	0	0,0
à moto / scooter	0	0,0	0	0,0
à vélo	0	0,0	0	0,0
en taxi	0	0,0	0	0,0
ne venait pas faire ces courses ici auparavant	5	26,3	0	0,0

3. PAR QUEL MOYEN DE TRANSPORT COMPTÉZ-VOUS REPARTIR DEPUIS CE MAGASIN ?

à pied	286	87,7		
transport en commun	bus	0	0,0	
	métro	4	17,4	
	RER	0	0,0	
	tramway	19	82,6	
voiture	conducteur	5	100,0	
	passager	0	0,0	
moto / scooter	1	0,3		
vélo	8	2,5		
taxi	0	0,0		
autres	0	0,0		

V1. POURQUOI ETES-VOUS VENU EN VOITURE ?

déplacement habituel en voiture	2	40,0
transport de gros achat	1	20,0
plusieurs personnes dans la voiture	0	0,0
transports en commun moins pratique	1	20,0
autre	1	20,0

V2. OU AVEZ-VOUS GARE VOTRE VOITURE ?

dans la rue, stationnement gratuit	5	100,0
dans la rue, stationnement non autorisé	0	0,0
dans la rue, stationnement payant	0	0,0
en parc souterrain public	0	0,0
en parc souterrain privé (pour particuliers)	0	0,0

4. D'OU VENIEZ-VOUS AVANT DE RENTRER DANS LE MAGASIN ?

de votre domicile	296	90,8
de l'école	0	0,0
de votre travail	1	0,3
depuis un site de loisirs / achats	13	4,0
autre	13	4,0
QUI SE TROUVE		
à Paris	314	96,3
hors Paris	9	2,8

5. OU ALLEZ-VOUS APRES AVOIR FAIT VOS COURSES ?

à votre domicile	296	90,8
à l'école	0	0,0
à votre travail	0	0,0
à un site de loisirs / achats	14	4,3
autre	13	4,0
QUI SE TROUVE		
à Paris	312	95,7
hors Paris	11	3,4

6. EFFECTUEZ-VOUS VOS COURSES DANS CE MARCHÉ :

une ou deux fois par semaine	260	79,8
exceptionnellement	63	19,3

7. QUEL TYPE D'ACHAT COMPTÉZ-VOUS FAIRE ?

alimentaire	273	83,7
non alimentaire	3	0,9
les deux (alimentaire et non alimentaire)	47	14,4

8. AUJOURD'HUI, LE RETOUR DU MARCHÉ SUR CET EMPLACEMENT REND VOS COURSES :

AGREABLES		PRATIQUES		PAS D'AVIS	
plus agréables	179	54,9	plus pratiques	172	52,8
ni plus ni moins agréables qu'avant	64	19,6	ni plus ni moins pratiques qu'avant	58	17,8
moins agréables	64	19,6	moins pratiques	76	23,3
				17	5,2

9. LES NOUVEAUX AMENAGEMENTS DES BOULEVARDS DES MARECHAUX RENDENT-ILS VOS COURSES

AGREABLES		PRATIQUES		PAS D'AVIS	
plus agréables	255	78,2	plus pratiques	229	70,2
ni plus ni moins agréables qu'avant	51	15,6	ni plus ni moins pratiques qu'avant	61	18,7
moins agréables	12	3,7	moins pratiques	28	8,6
				5	1,5

10. LE CLIENT

AGE	moins de 20 ans	4	1,2
	de 20 à 34 ans	76	23,3
	de 35 à 59 ans	182	55,8
	60 ans ou plus	61	18,7

SEXE	homme	118	36,2
	femme	205	62,9

JEUNES ENFANTS		
nombre de clients accompagnés de jeunes enfants	46	14,1
nombre d'enfants	60	

COMMERCES DANS UN MARCHÉ

TOTAL	MARCHE BRUNE	TOTAL ENQUETES
		619

1. HABITEZ-VOUS LE QUARTIER ?

oui	523	84,5
non	94	15,2

2. PAR QUEL MOYEN DE TRANSPORT ETES-VOUS ARRIVE DANS CE MAGASIN ?

à pied	541	87,4			
transport en commun	53	8,6	bus	5	9,4
			métro	8	15,1
			RER	1	1,9
			tramway	39	73,6
voiture	11	1,8	conducteur	10	90,9
			passager	1	9,1
moto / scooter	1	0,2			
vélo	10	1,6			
taxi	1	0,2			
autres	0	0,0			

3. PAR QUEL MOYEN DE TRANSPORT COMPTEZ-VOUS REPARTIR DEPUIS CE MAGASIN ?

à pied	541	87,4			
transport en commun	53	8,6	bus	3	5,7
			métro	11	20,8
			RER	1	1,9
			tramway	38	71,7
voiture	11	1,8	conducteur	10	90,9
			passager	1	9,1
moto / scooter	1	0,2			
vélo	10	1,6			
taxi	0	0,0			
autres	0	0,0			

4. D'OU VENIEZ-VOUS AVANT DE RENTRER DANS DE MAGASIN ?

de votre domicile	541	87,4
de l'école	2	0,3
de votre travail	31	5,0
depuis un site de loisirs / achats	19	3,1
autre	23	3,7
QUI SE TROUVE		
à Paris	592	95,6
hors Paris	24	3,9

5. OU ALLEZ-VOUS APRES AVOIR FAIT VOS COURSES ?

à votre domicile	543	87,7
à l'école	1	0,2
à votre travail	25	4,0
à un site de loisirs / achats	25	4,0
autre	22	3,6
QUI SE TROUVE		
à Paris	588	95,0
hors Paris	28	4,5

6. EFFECTUEZ-VOUS VOS COURSES DANS CE MARCHÉ :

une ou deux fois par semaine	502	81,1
exceptionnellement	114	18,4

7. QUEL TYPE D'ACHAT COMPTEZ-VOUS FAIRE ?

alimentaire	484	78,2
non alimentaire	12	1,9
les deux (alimentaire et non alimentaire)	120	19,4

8. AUJOURD'HUI, LE RETOUR DU MARCHÉ SUR CET EMPLACEMENT REND VOS COURSES :

AGREABLES		PRATIQUES		PAS D'AVIS	
plus agréables	371	59,9	plus pratiques	373	60,3
ni plus ni moins agréables qu'avant	111	17,9	ni plus ni moins pratiques qu'avant	96	15,5
moins agréables	97	15,7	moins pratiques	109	17,6
				38	6,1

9. LES NOUVEAUX AMENAGEMENTS DES BOULEVARDS DES MARECHAUX RENDENT-ILS VOS COURSES

AGREABLES		PRATIQUES		PAS D'AVIS	
plus agréables	457	73,8	plus pratiques	417	67,4
ni plus ni moins agréables qu'avant	119	19,2	ni plus ni moins pratiques qu'avant	139	22,5
moins agréables	25	4,0	moins pratiques	45	7,3
				15	2,4

10. LE CLIENT

AGE	moins de 20 ans	6	1,0
	de 20 à 34 ans	111	17,9
	de 35 à 59 ans	325	52,5
	60 ans ou plus	174	28,1

SEXE	homme	195	31,5
	femme	421	68,0

JEUNES ENFANTS		
nombre de clients accompagnés de jeunes enfants	61	9,9
nombre d'enfants	79	

T1. AVANT LE TRAMWAY, COMMENT VOUS DEPLACIEZ VOUS ?

	1er mode		2ème mode	
à pied	10	25,6	0	0,0
en bus	18	46,2	1	2,6
en métro ou en RER	2	5,1	0	0,0
en voiture	0	0,0	1	2,6
à moto / scooter	0	0,0	0	0,0
à vélo	0	0,0	0	0,0
en taxi	0	0,0	0	0,0
ne venait pas faire ces courses ici auparavant	9	23,1	0	0,0

V1. POURQUOI ETES-VOUS VENU EN VOITURE ?

déplacement habituel en voiture	2	18,2
transport de gros achat	2	18,2
plusieurs personnes dans la voiture	0	0,0
transports en commun moins pratique	2	18,2
autre	5	45,5

V2. OU AVEZ-VOUS GARE VOTRE VOITURE ?

dans la rue, stationnement gratuit	5	45,5
dans la rue, stationnement non autorisé	0	0,0
dans la rue, stationnement payant	4	36,4
en parc souterrain public	1	9,1
en parc souterrain privé (pour particuliers)	1	9,1

COMMERCES DANS UN MARCHÉ

MERCREDI	MARCHÉ LEFEBVRE	TOTAL ENQUETES 247
-----------------	------------------------	-------------------------------------

1. HABITEZ-VOUS LE QUARTIER ?

oui	211	85,4
non	30	12,1

2. PAR QUEL MOYEN DE TRANSPORT ETES-VOUS ARRIVE DANS CE MAGASIN ?

à pied	209	84,6		
transport en commun	bus	9	45,0	
	métro	0	0,0	
	RER	1	5,0	
	tramway	10	50,0	
voiture	conducteur	9	100,0	
	passager	0	0,0	
moto / scooter	1	0,4		
vélo	2	0,8		
taxi	0	0,0		
autres	0	0,0		

3. PAR QUEL MOYEN DE TRANSPORT COMPTÉZ-VOUS REPARTIR DEPUIS CE MAGASIN ?

à pied	206	83,4		
transport en commun	bus	6	27,3	
	métro	0	0,0	
	RER	1	4,5	
	tramway	15	68,2	
voiture	conducteur	9	100,0	
	passager	0	0,0	
moto / scooter	2	0,8		
vélo	2	0,8		
taxi	0	0,0		
autres	0	0,0		

4. D'OU VENIEZ-VOUS AVANT DE RENTRER DANS LE MAGASIN ?

de votre domicile	193	78,1
de l'école	5	2,0
de votre travail	14	5,7
depuis un site de loisirs / achats	9	3,6
autre	20	8,1
QUI SE TROUVE		
à Paris	227	91,9
hors Paris	14	5,7

5. OU ALLEZ-VOUS APRES AVOIR FAIT VOS COURSES ?

à votre domicile	202	81,8
à l'école	4	1,6
à votre travail	9	3,6
à un site de loisirs / achats	16	6,5
autre	10	4,0
QUI SE TROUVE		
à Paris	228	92,3
hors Paris	13	5,3

6. EFFECTUEZ-VOUS VOS COURSES DANS CE MARCHÉ :

une ou deux fois par semaine	188	76,1
exceptionnellement	52	21,1

7. QUEL TYPE D'ACHAT COMPTÉZ-VOUS FAIRE ?

alimentaire	236	95,5
non alimentaire	0	0,0
les deux (alimentaire et non alimentaire)	5	2,0

8. AUJOURD'HUI, LE RETOUR DU MARCHÉ SUR CET EMPLACEMENT REND VOS COURSES :

AGREABLES		PRATIQUES		PAS D'AVIS	
plus agréables	177	71,7	plus pratiques	181	73,3
ni plus ni moins agréables qu'avant	33	13,4	ni plus ni moins pratiques qu'avant	29	11,7
moins agréables	7	2,8	moins pratiques	7	2,8
				24	9,7

9. LES NOUVEAUX AMENAGEMENTS DES BOULEVARDS DES MARECHAUX RENDENT-ILS VOS COURSES

AGREABLES		PRATIQUES		PAS D'AVIS	
plus agréables	158	64,0	plus pratiques	148	59,9
ni plus ni moins agréables qu'avant	54	21,9	ni plus ni moins pratiques qu'avant	53	21,5
moins agréables	24	9,7	moins pratiques	36	14,6
				5	2,0

10. LE CLIENT

AGE	moins de 20 ans	6	2,4
	de 20 à 34 ans	29	11,7
	de 35 à 59 ans	93	37,7
	60 ans ou plus	113	45,7

SEXE	homme	57	23,1
	femme	184	74,5

JEUNES ENFANTS		
nombre de clients accompagnés de jeunes enfants	16	6,5
nombre d'enfants	26	

T1. AVANT LE TRAMWAY, COMMENT VOUS DEPLACIEZ VOUS ?

	1er mode		2ème mode	
à pied	1	10,0	0	0,0
en bus	6	60,0	0	0,0
en métro ou en RER	1	10,0	0	0,0
en voiture	0	0,0	0	0,0
à moto / scooter	0	0,0	0	0,0
à vélo	1	10,0	0	0,0
en taxi	0	0,0	0	0,0
ne venait pas faire ces courses ici auparavant	0	0,0	0	0,0

V1. POURQUOI ETES-VOUS VENU EN VOITURE ?

déplacement habituel en voiture	4	44,4
transport de gros achat	2	22,2
plusieurs personnes dans la voiture	0	0,0
transports en commun moins pratique	1	11,1
autre	2	22,2

V2. OU AVEZ-VOUS GARE VOTRE VOITURE ?

dans la rue, stationnement gratuit	0	0,0
dans la rue, stationnement non autorisé	4	44,4
dans la rue, stationnement payant	5	55,6
en parc souterrain public	0	0,0
en parc souterrain privé (pour particuliers)	0	0,0

COMMERCES DANS UN MARCHÉ

SAMEDI	MARCHÉ LEFEBVRE	TOTAL ENQUETES
		302

1. HABITEZ-VOUS LE QUARTIER ?

oui	273	90,4
non	29	9,6

2. PAR QUEL MOYEN DE TRANSPORT ETES-VOUS ARRIVE DANS CE MAGASIN ?

à pied	257	85,1			
transport en commun	22	7,3	bus	3	13,6
			métro	1	4,5
			RER	0	0,0
			tramway	18	81,8
voiture	11	3,6	conducteur	9	81,8
			passager	2	18,2
moto / scooter	1	0,3			
vélo	10	3,3			
taxi	0	0,0			
autres	1	0,3			

3. PAR QUEL MOYEN DE TRANSPORT COMPTEZ-VOUS REPARTIR DEPUIS CE MAGASIN ?

à pied	261	86,4			
transport en commun	18	6,0	bus	4	22,2
			métro	0	0,0
			RER	0	0,0
			tramway	14	77,8
voiture	11	3,6	conducteur	9	81,8
			passager	2	18,2
moto / scooter	1	0,3			
vélo	10	3,3			
taxi	0	0,0			
autres	1	0,3			

4. D'OU VENIEZ-VOUS AVANT DE RENTRER DANS DE MAGASIN ?

de votre domicile	282	93,4
de l'école	0	0,0
de votre travail	3	1,0
depuis un site de loisirs / achats	11	3,6
autre	6	2,0
QUI SE TROUVE		
à Paris	284	94,0
hors Paris	18	6,0

5. OU ALLEZ-VOUS APRES AVOIR FAIT VOS COURSES ?

à votre domicile	282	93,4
à l'école	0	0,0
à votre travail	3	1,0
à un site de loisirs / achats	14	4,6
autre	3	1,0
QUI SE TROUVE		
à Paris	287	95,0
hors Paris	15	5,0

6. EFFECTUEZ-VOUS VOS COURSES DANS CE MARCHÉ :

une ou deux fois par semaine	260	86,1
exceptionnellement	42	13,9

7. QUEL TYPE D'ACHAT COMPTEZ-VOUS FAIRE ?

alimentaire	285	94,4
non alimentaire	3	1,0
les deux (alimentaire et non alimentaire)	14	4,6

8. AUJOURD'HUI, LE RETOUR DU MARCHÉ SUR CET EMPLACEMENT REND VOS COURSES :

AGREABLES		PRATIQUES		PAS D'AVIS	
plus agréables	234	77,5	plus pratiques	233	77,2
ni plus ni moins agréables qu'avant	26	8,6	ni plus ni moins pratiques qu'avant	25	8,3
moins agréables	14	4,6	moins pratiques	16	5,3
				28	9,3

9. LES NOUVEAUX AMENAGEMENTS DES BOULEVARDS DES MARECHAUX RENDENT-ILS VOS COURSES

AGREABLES		PRATIQUES		PAS D'AVIS	
plus agréables	209	69,2	plus pratiques	194	64,2
ni plus ni moins agréables qu'avant	68	22,5	ni plus ni moins pratiques qu'avant	75	24,8
moins agréables	16	5,3	moins pratiques	24	7,9
				9	3,0

10. LE CLIENT

AGE			
moins de 20 ans	1	0,3	
de 20 à 34 ans	45	14,9	
de 35 à 59 ans	162	53,6	
60 ans ou plus	94	31,1	

SEXE		
homme	94	31,1
femme	208	68,9

JEUNES ENFANTS		
nombre de clients accompagnés de jeunes enfants	22	7,3
nombre d'enfants	28	

T1. AVANT LE TRAMWAY, COMMENT VOUS DEPLACIEZ VOUS ?

	1er mode		2ème mode	
à pied	4	22,2	0	0,0
en bus	5	27,8	1	5,6
en métro ou en RER	1	5,6	0	0,0
en voiture	0	0,0	0	0,0
à moto / scooter	0	0,0	0	0,0
à vélo	0	0,0	0	0,0
en taxi	0	0,0	0	0,0
ne venait pas faire ces courses ici auparavant	8	44,4	0	0,0

V1. POURQUOI ETES-VOUS VENU EN VOITURE ?

déplacement habituel en voiture	2	18,2
transport de gros achat	2	18,2
plusieurs personnes dans la voiture	1	9,1
transports en commun moins pratique	0	0,0
autre	6	54,5

V2. OU AVEZ-VOUS GARE VOTRE VOITURE ?

dans la rue, stationnement gratuit	3	27,3
dans la rue, stationnement non autorisé	5	45,5
dans la rue, stationnement payant	3	27,3
en parc souterrain public	0	0,0
en parc souterrain privé (pour particuliers)	0	0,0

COMMERCES DANS UN MARCHÉ

TOTAL	MARCHÉ LEFEBVRE	TOTAL ENQUETES
		549

1. HABITEZ-VOUS LE QUARTIER ?

oui	484	88,2
non	59	10,7

2. PAR QUEL MOYEN DE TRANSPORT ETES-VOUS ARRIVE DANS CE MAGASIN ?

à pied	466	84,9		
transport en commun	bus	12	2,6	
	métro	1	2,4	
	RER	1	2,4	
	tramway	28	66,7	
voiture	conducteur	18	90,0	
	passager	2	10,0	
moto / scooter	2	0,4		
vélo	12	2,2		
taxi	0	0,0		
autres	1	0,2		

3. PAR QUEL MOYEN DE TRANSPORT COMPTEZ-VOUS REPARTIR DEPUIS CE MAGASIN ?

à pied	467	85,1		
transport en commun	bus	10	25,0	
	métro	0	0,0	
	RER	1	2,5	
	tramway	29	72,5	
voiture	conducteur	18	90,0	
	passager	2	10,0	
moto / scooter	3	0,5		
vélo	12	2,2		
taxi	0	0,0		
autres	1	0,2		

4. D'OU VENIEZ-VOUS AVANT DE RENTRER DANS LE MAGASIN ?

de votre domicile	475	86,5
de l'école	5	0,9
de votre travail	17	3,1
depuis un site de loisirs / achats	20	3,6
autre	26	4,7
QUI SE TROUVE		
à Paris	511	93,1
hors Paris	32	5,8

5. OU ALLEZ-VOUS APRES AVOIR FAIT VOS COURSES ?

à votre domicile	484	88,2
à l'école	4	0,7
à votre travail	12	2,2
à un site de loisirs / achats	30	5,5
autre	13	2,4
QUI SE TROUVE		
à Paris	515	93,8
hors Paris	28	5,1

6. EFFECTUEZ-VOUS VOS COURSES DANS CE MARCHÉ :

une ou deux fois par semaine	448	81,6
exceptionnellement	94	17,1

7. QUEL TYPE D'ACHAT COMPTEZ-VOUS FAIRE ?

alimentaire	521	94,9
non alimentaire	3	0,5
les deux (alimentaire et non alimentaire)	19	3,5

8. AUJOURD'HUI, LE RETOUR DU MARCHÉ SUR CET EMPLACEMENT REND VOS COURSES :

AGREABLES		PRATIQUES		PAS D'AVIS	
plus agréables	411	74,9	plus pratiques	414	75,4
ni plus ni moins agréables qu'avant	59	10,7	ni plus ni moins pratiques qu'avant	54	9,8
moins agréables	21	3,8	moins pratiques	23	4,2
				52	9,5

9. LES NOUVEAUX AMENAGEMENTS DES BOULEVARDS DES MARECHAUX RENDENT-ILS VOS COURSES

AGREABLES		PRATIQUES		PAS D'AVIS	
plus agréables	367	66,8	plus pratiques	342	62,3
ni plus ni moins agréables qu'avant	122	22,2	ni plus ni moins pratiques qu'avant	128	23,3
moins agréables	40	7,3	moins pratiques	60	10,9
				14	2,6

10. LE CLIENT

AGE	moins de 20 ans	7	1,3
	de 20 à 34 ans	74	13,5
	de 35 à 59 ans	255	46,4
	60 ans ou plus	207	37,7

SEXE	homme	151	27,5
	femme	392	71,4

JEUNES ENFANTS		
nombre de clients accompagnés de jeunes enfants	38	6,9
nombre d'enfants	54	

T1. AVANT LE TRAMWAY, COMMENT VOUS DEPLACIEZ VOUS ?

	1er mode		2ème mode	
à pied	5	17,9	0	0,0
en bus	11	39,3	1	3,6
en métro ou en RER	2	7,1	0	0,0
en voiture	0	0,0	0	0,0
à moto / scooter	0	0,0	0	0,0
à vélo	1	3,6	0	0,0
en taxi	0	0,0	0	0,0
ne venait pas faire ces courses ici auparavant	8	28,6	0	0,0

V1. POURQUOI ETES-VOUS VENU EN VOITURE ?

déplacement habituel en voiture	6	30,0
transport de gros achat	4	20,0
plusieurs personnes dans la voiture	1	5,0
transports en commun moins pratique	1	5,0
autre	8	40,0

V2. OU AVEZ-VOUS GARE VOTRE VOITURE ?

dans la rue, stationnement gratuit	3	15,0
dans la rue, stationnement non autorisé	9	45,0
dans la rue, stationnement payant	8	40,0
en parc souterrain public	0	0,0
en parc souterrain privé (pour particuliers)	0	0,0

COMMERCES DANS UN MARCHÉ

TOTAL	TOTAL ENQUETES 1168
--------------	-------------------------------

1. HABITEZ-VOUS LE QUARTIER ?

oui	1 007	86,2
non	153	13,1

2. PAR QUEL MOYEN DE TRANSPORT ETES-VOUS ARRIVE DANS CE MAGASIN ?

à pied	1 007	86,2		
transport en commun	95	8,1	bus	17 17,9
			métro	9 9,5
			RER	2 2,1
			tramway	67 70,5
voiture	31	2,7	conducteur	28 90,3
			passager	3 9,7
moto / scooter	3	0,3		
vélo	22	1,9		
taxi	1	0,1		
autres	1	0,1		

T1. AVANT LE TRAMWAY, COMMENT VOUS DEPLACIEZ VOUS ?

	1er mode		2ème mode	
à pied	15	22,4	0	0,0
en bus	29	43,3	2	3,0
en métro ou en RER	4	6,0	0	0,0
en voiture	0	0,0	1	1,5
à moto / scooter	0	0,0	0	0,0
à vélo	1	1,5	0	0,0
en taxi	0	0,0	0	0,0
ne venait pas faire ces courses ici auparavant	17	25,4	0	0,0

3. PAR QUEL MOYEN DE TRANSPORT COMPTEZ-VOUS REPARTIR DEPUIS CE MAGASIN ?

à pied	1 008	86,3		
transport en commun	93	8,0	bus	13 14,0
			métro	11 11,8
			RER	2 2,2
			tramway	67 72,0
voiture	31	2,7	conducteur	28 90,3
			passager	3 9,7
moto / scooter	4	0,3		
vélo	22	1,9		
taxi	0	0,0		
autres	1	0,1		

V1. POURQUOI ETES-VOUS VENU EN VOITURE ?

déplacement habituel en voiture	8	25,8
transport de gros achat	6	19,4
plusieurs personnes dans la voiture	1	3,2
transports en commun moins pratique	3	9,7
autre	13	41,9

V2. OU AVEZ-VOUS GARE VOTRE VOITURE ?

dans la rue, stationnement gratuit	8	25,8
dans la rue, stationnement non autorisé	9	29,0
dans la rue, stationnement payant	12	38,7
en parc souterrain public	1	3,2
en parc souterrain privé (pour particuliers)	1	3,2

4. D'OU VENIEZ-VOUS AVANT DE RENTRER DANS DE MAGASIN ?

de votre domicile	1016	87,0
de l'école	7	0,6
de votre travail	48	4,1
depuis un site de loisirs / achats	39	3,3
autre	49	4,2
QUI SE TROUVE		
à Paris	1103	94,4
hors Paris	56	4,8

5. OU ALLEZ-VOUS APRES AVOIR FAIT VOS COURSES ?

à votre domicile	1027	87,9
à l'école	5	0,4
à votre travail	37	3,2
à un site de loisirs / achats	55	4,7
autre	35	3,0
QUI SE TROUVE		
à Paris	1103	94,4
hors Paris	56	4,8

6. EFFECTUEZ-VOUS VOS COURSES DANS CE MARCHÉ :

une ou deux fois par semaine	950	81,3
exceptionnellement	208	17,8

7. QUEL TYPE D'ACHAT COMPTEZ-VOUS FAIRE ?

alimentaire	1005	86,0
non alimentaire	15	1,3
les deux (alimentaire et non alimentaire)	139	11,9

8. AUJOURD'HUI, LE RETOUR DU MARCHÉ SUR CET EMPLACEMENT REND VOS COURSES :

AGREABLES		PRATIQUES		PAS D'AVIS	
plus agréables	782 67,0	plus pratiques	787 67,4	90	7,7
ni plus ni moins agréables qu'avant	170 14,6	ni plus ni moins pratiques qu'avant	150 12,8		
moins agréables	118 10,1	moins pratiques	132 11,3		

9. LES NOUVEAUX AMENAGEMENTS DES BOULEVARDS DES MARECHAUX RENDENT-ILS VOS COURSES

AGREABLES		PRATIQUES		PAS D'AVIS	
plus agréables	824 70,5	plus pratiques	759 65,0	29	2,5
ni plus ni moins agréables qu'avant	241 20,6	ni plus ni moins pratiques qu'avant	267 22,9		
moins agréables	65 5,6	moins pratiques	105 9,0		

10. LE CLIENT

AGE	moins de 20 ans	13	1,1
	de 20 à 34 ans	185	15,8
	de 35 à 59 ans	580	49,7
	60 ans ou plus	381	32,6

SEXE	homme	346	29,6
	femme	813	69,6

JEUNES ENFANTS		
nombre de clients accompagnés de jeunes enfants	99	8,5
nombre d'enfants	133	

