

Enquête réalisée mercredi 16, vendredi 18 et samedi 19 juin 2021. Rue du Lac, Rue des Deux-Marchés: 305 réponses

ENQUÊTE | ATTRACTIVITÉ DES CENTRES-VILLES POUR LE COMMERCE | ÉTÉ 2021

Commerces, accessibilité et espace public

Profil des personnes interrogées

Importante fréquentation depuis l'extérieur de la commune

Lieu de domicile et de travail

Le centre-ville attire un bassin de clientèle provenant de manière significative des communes de la Riviera et au-delà mais près de la moitié des personnes interrogées habite la commune (48%).

Accessibilité

Les modes actifs sont majoritaires: 45% à pied, 10% à vélo. Les personnes habitant Vevey utilisent quasi exclusivement des modes actifs. Pour les personnes venant des communes riveraines, la part modale cumulée du vélo et de la marche est plus importante (respectivement 31% et 16%, soit 47%) que celle de la voiture (40%).



Ci-dessus: les adjectifs des passants pour qualifier la rue.

Achats

Des rues piétonnes propices aux achats-plaisir

Motifs et marchandise

Les personnes dans la rue sont avant tout là pour faire des achats. Le centre de Vevey fait partie des rues dans lesquelles le motif promenade est significatif, en lien avec le bord du lac et le cadre historique. Les rues piétonnes sont un atout pour faire des achats et flâner. Les volumes d'achat sont sensiblement plus importants à Vevey (près de 50% des personnes transportent un sac à commission ou plus) que dans les autres rues piétonnes et touristiques étudiées. Les achats spontanés ou mi-spontanés y sont importants.

Fréquence

Plus de deux tiers des personnes fréquentent les rues de la vieille ville plus d'une fois par semaine.

Espace public: où sont les bancs?

La satisfaction à pied est très élevée dans les rues piétonnes, plus de 90%. Les motivations principales à y venir tiennent au caractère piéton et à la facilité d'accès à pied, mentionnés avant l'ambiance. La vieille ville de Vevey compte moins de personnes qui s'assoient au centre-ville (60%) que d'autres rues au profil touristique. Le séjour a surtout lieu en terrasse. Le manque de bancs est signalé par les commerces et les personnes interrogées.

Les qualificatifs les plus utilisés pour décrire la rue: convivial, agréable et charmant. Certains évoquent toutefois un côté traditionnel, vieillot, voire triste.

Recommandations

Ces recommandations se fondent sur les données récoltées dans la vieille ville et auprès de certains commerces et sur le positionnement de Vevey par rapport à d'autres villes moyennes romandes.

Accessibilité

- > S'inspirer de villes qui ont implémenté une limitation de vitesse généralisée sur tout le périmètre du centre-ville en un coup (Renens, Pontevedra en Espagne).
- > Développer l'usage du vélo (10% de part modale actuellement) par des conditions attractives de déplacement, y compris de plus loin avec des vélos électriques, et une offre de stationnement incitative, y compris pour les vélos-cargos. Ce mode de déplacement semble correspondre à une large frange du profil socio-culturel de la clientèle.
- > Améliorer la communication concernant la disponibilité en stationnement (en ouvrage et en surface et l'accès aux rues commerçantes depuis les parkings).

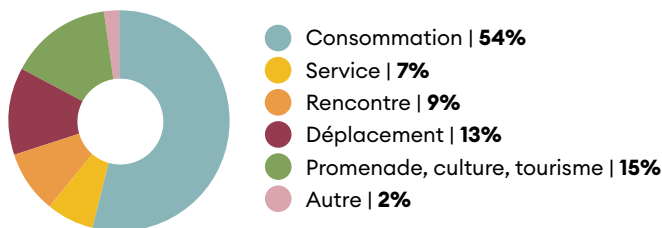
Espace public

- > Mener une réflexion visant à répondre aux critiques et remarques négatives liées à l'image de la ville (manque de concept, ville froide, espace mal défini) et au manque d'animation.
- > Orienter l'occupation des rez-de-chaussée et réagir à la problématique des vitrines vides en s'inspirant par exemple du PUS (plan d'utilisation du sol) élaboré par la ville de Carouge.
- > Améliorer la qualité de séjour, surtout en offrant des possibilités de s'asseoir. L'offre n'existe aujourd'hui qu'au bord du lac ou à la Place du Marché.
- > Mettre en avant l'atout de la proximité du lac.

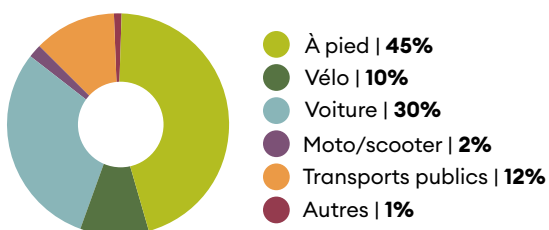
Où habitez-vous ?



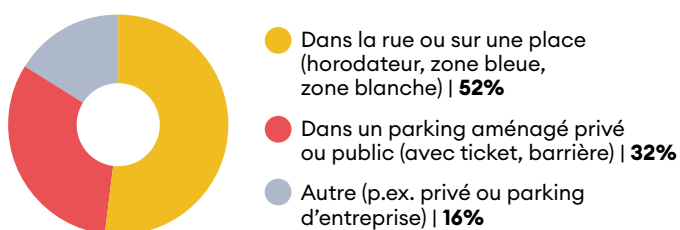
Pour quel(s) motif(s) vous rendez-vous dans cette rue aujourd'hui ?



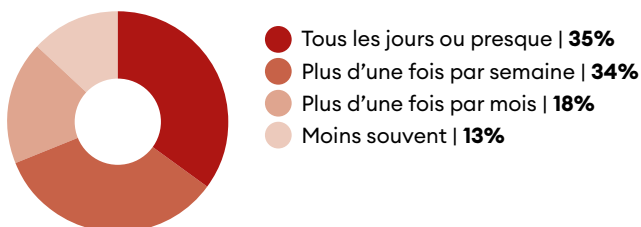
Avec quel moyen de transport vous êtes-vous rendus ici aujourd'hui ?



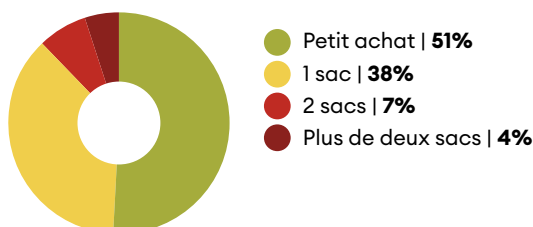
Vous êtes venu-e en voiture : où l'avez-vous parkée ?



À quelle fréquence venez-vous ici généralement ?



Quel volume d'achat avez-vous réalisé ?



Si vous vous arrêtez dans la rue, où le faites-vous ?



60% des personnes s'arrêtent

Comment jugez-vous votre déplacement à pied dans cette rue ?

