VILLE DE NAMUR

Namur - Etude urbanistique et socio - économique du piétonnier

VERSION PROVISOIRE

Document pour la présentation des enquêtes au Collège du 11/05/2021

ANALYSE DES USAGES & ENQUÊTE AUPRÈS DE LA POPULATION

B.4. Enquêtes auprès de la population – Contextualisation

Évaluer les possibilités d'élargir le piétonnier de Namur nécessite également une analyse fine de la demande et des comportements des usagers. Pour ce faire, une enquête web a été réalisée auprès de la population.

QUOI ?

Une enquête qui sera réalisée sur le web, ayant pour objet « L'analyse des usages du piétonnier namurois »

QUI ?

L'idée est de soumettre cette enquête à la fois aux **usagers** actuels du piétonnier d'une part, qu'ils soient namurois ou non, et aux **non-usagers** (personnes non-habituées à fréquenter le piétonnier). Idéalement, nous visons donc le territoire namurois mais aussi toute sa zone de chalandise.

POURQUOI ?

Plusieurs objectifs sont poursuivis par cette enquête (voir également questionnaire annexe) :

- L'évaluation précise des **comportements actuels** des users et non-users vis-à-vis du piétonnier : Quels en sont les usages les plus fréquents ? Quel est le profil socio-démographique des users VS des non-users ? Etc.
- La **perception** du piétonnier pour les usagers et non-usagers : Quelle est la satisfaction des usagers au regard d'une série de critères concernant le piétonnier ? Quels en sont les principaux atouts / faiblesses ? Pour quelles raisons les « non-users » ne fréquentent-ils pas le piétonnier dans sa mouture actuelle ? Etc.
- Leurs **attentes** vis-à-vis du piétonnier : dans quelle mesure les répondants seraient-ils favorables à une extension ? Si oui, pour quelles raisons ? Si non, pour quelles raisons ? Quelles seraient les attentes en matière d'aménagements, d'accessibilité, d'espaces publics, d'animations, etc.

B.4. Enquêtes auprès de la population – Contextualisation

OÙ et COMMENT ?

En termes de **FORMAT**, cette enquête a été conçue en format « Google forms » et diffusée sur les **différents médias et réseaux sociaux de la ville**.

En termes de **DIFFUSION**, grâce au soutien du service communication de la Ville et de la Gestion Centre-Ville, l'enquête a pu être diffusée sur de nombreux canaux :

- Page Facebook de la ville
- Site internet du NID
- Nombreux partages de personnes et de pages sur Facebook
- Partage par les contacts de commerçants namurois
- Diffusion auprès des écoles de différents niveaux

Et également un travail de terrain assuré par la Gestion Centre-Ville, afin de réaliser des enquêtes directement en rue.
Une série de lots ont été proposés par tirage au sort pour les personnes répondant à l'enquête, afin de stimuler la participation.
Une surveillance active des réponses a également été faite afin de collecter suffisamment de réponses parmi les différentes classes d'âge.

Il en a résulté un échantillon total de **1.973 réponses collectées** (une trentaine de réponses ont été invalidées → Doublons, incomplétude, etc.) Parmi celles-ci :

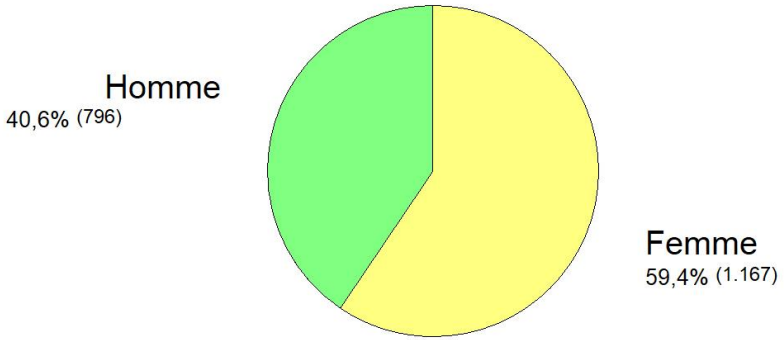
- **1.263** ont été collectées sur le **Web**
- **710** ont été collectées en **face-à-face** par la Gestion Centre-Ville

B.4. Enquêtes auprès de la population – Description de l'échantillon

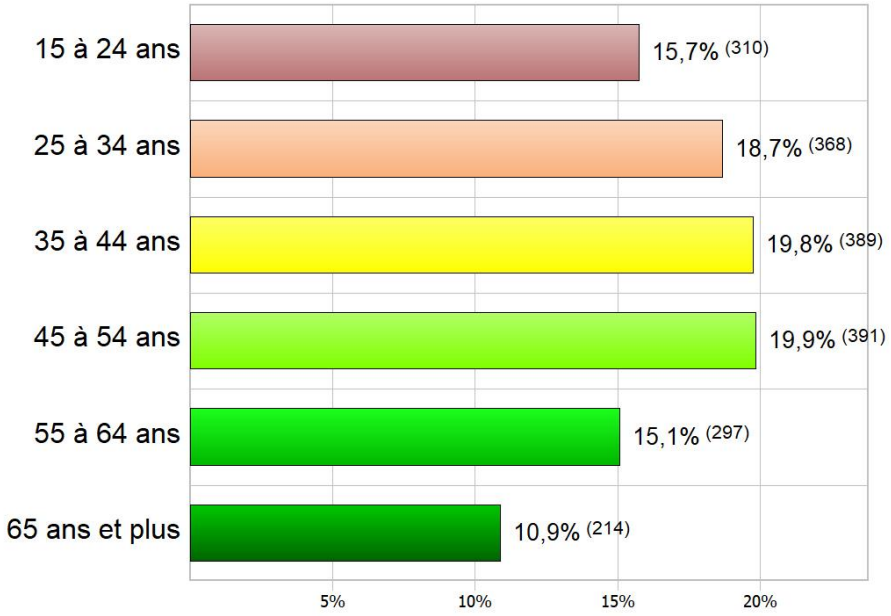
- La méthode de diffusion de l'enquête a permis de toucher non seulement un **nombre important** de répondants mais également une belle diversité et **représentativité** dans les différentes classes d'âge

- La structure d'âge de l'échantillon est effectivement assez proche de ce qui peut être observé en Région wallonne → Un test de sensibilité a d'ailleurs été effectué via un « redressement » statistique de l'échantillon (= pondération des résultats suivant la structure d'âge réelle)

Quel est votre sexe ?



Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous?

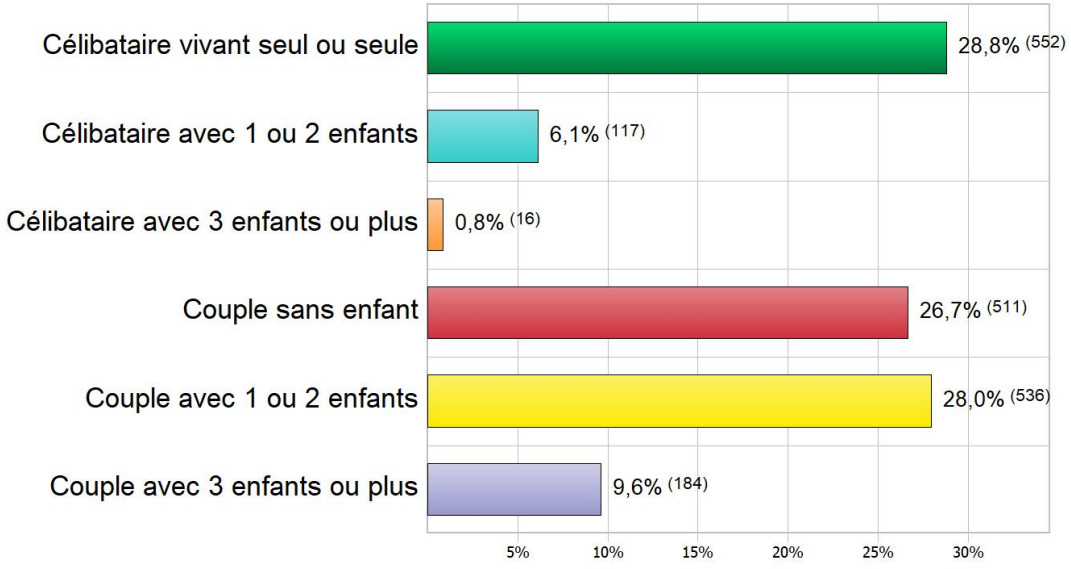


- L'écart est par contre plus important dans la représentativité hommes – femmes : les femmes (59,4%) sont plus représentées que les hommes (40,6%)

- L'impact d'un redressement statistique de l'échantillon ne serait néanmoins que minime sur les résultats (voir tests ci-après)

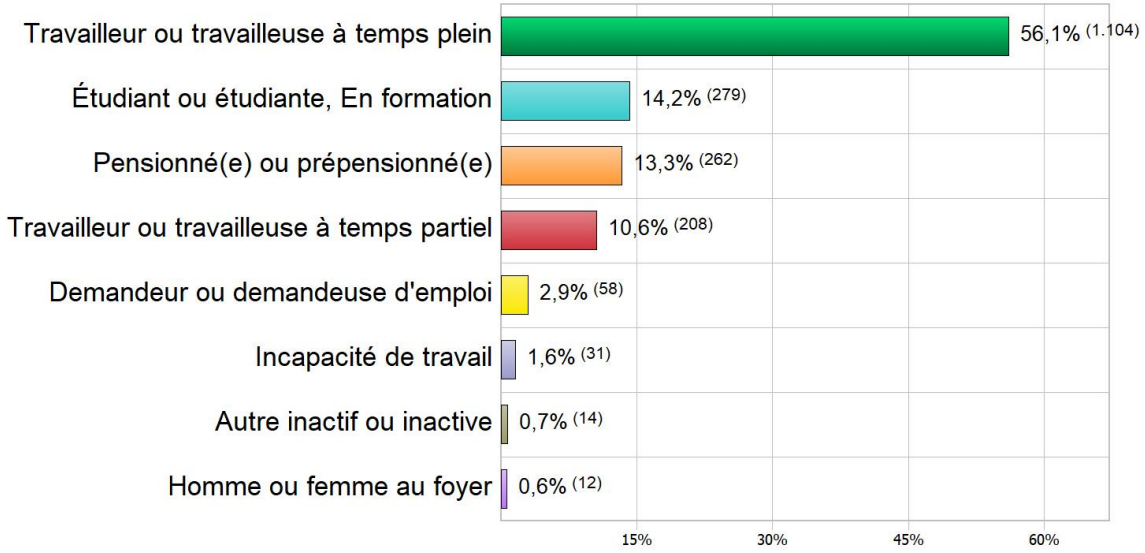
B.4. Enquêtes auprès de la population – Description de l'échantillon

Quelle est votre composition de ménage ?



- Les couples avec ou sans enfant sont majoritaires au sein de l'échantillon (64,3%) par rapport aux célibataires avec ou sans enfant (35,7%)

Quel est votre statut socio-professionnel ?

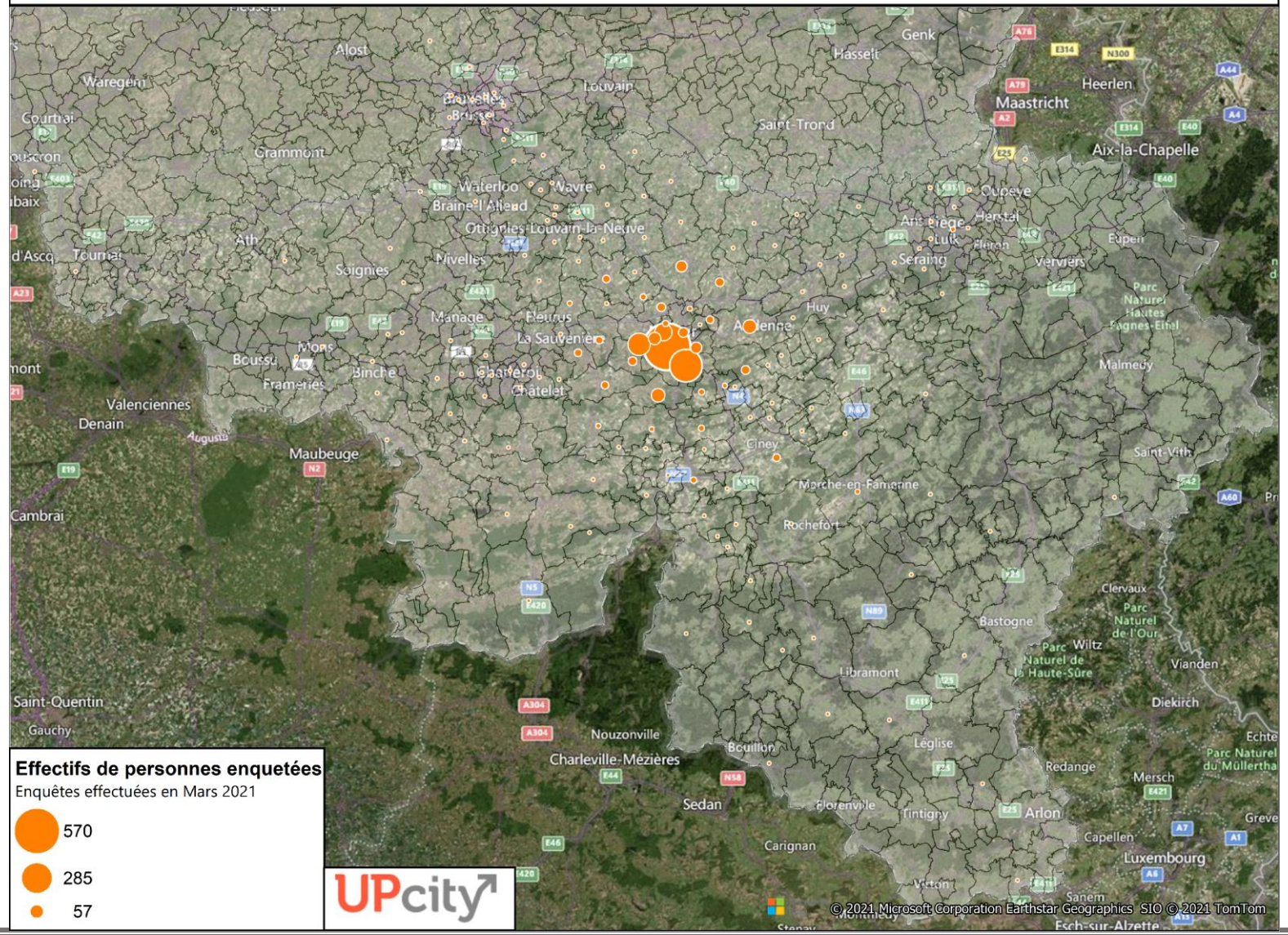


- L'échantillon est en grande partie constitué de travailleurs à temps plein (56,1%) mais présente aussi un nombre intéressant d'étudiants et de pensionnés / prépensionnés

B.4. Enquêtes auprès de la population – Description de l'échantillon

- Un échantillon global relativement concentré sur Namur et ses communes limitrophes, mais qui parvient malgré tout à toucher des personnes un peu partout en Région wallonne et Région Bruxelles-capitale.

Origine des personnes enquêtées via le web et en face-à-face en Mars 2021

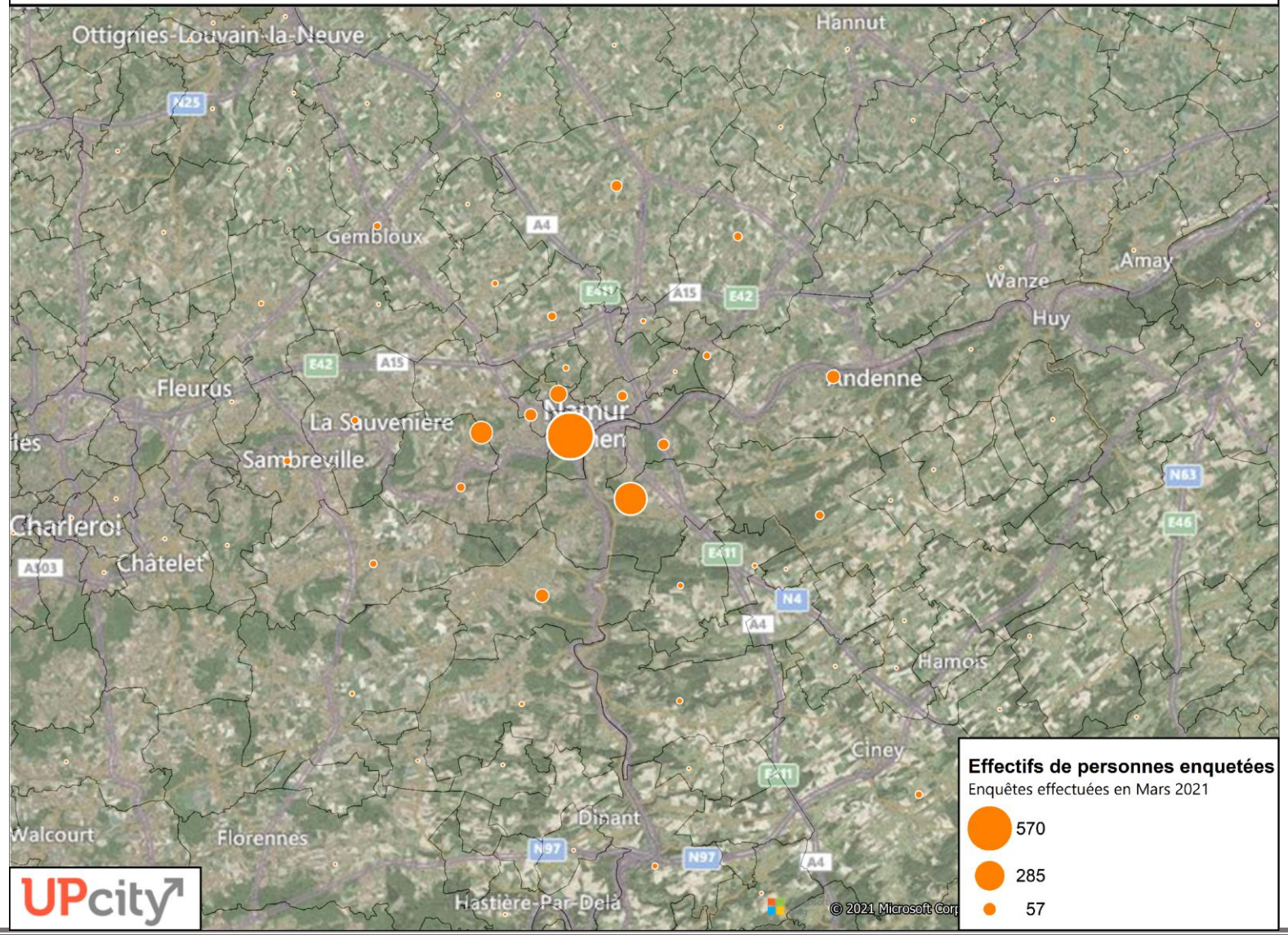


B.4. Enquêtes auprès de la population – Description de l'échantillon

- Un nombre non-négligeable d'individus résidant à Namur, mais aussi à Assesse, Floreffe, La Bruyère, puis dans une moindre mesure à Fernelmont, Profondeville, Andenne, etc.

- Ces cartes sont également détaillées en ANNEXES, avec une distinction entre l'origine des personnes interrogées sur le web d'une part, et celles interrogées en face-à-face d'autre part.

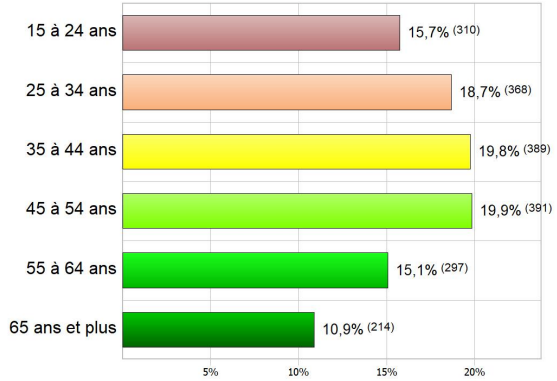
Origine des personnes enquêtées via le web et en face-à-face en Mars 2021



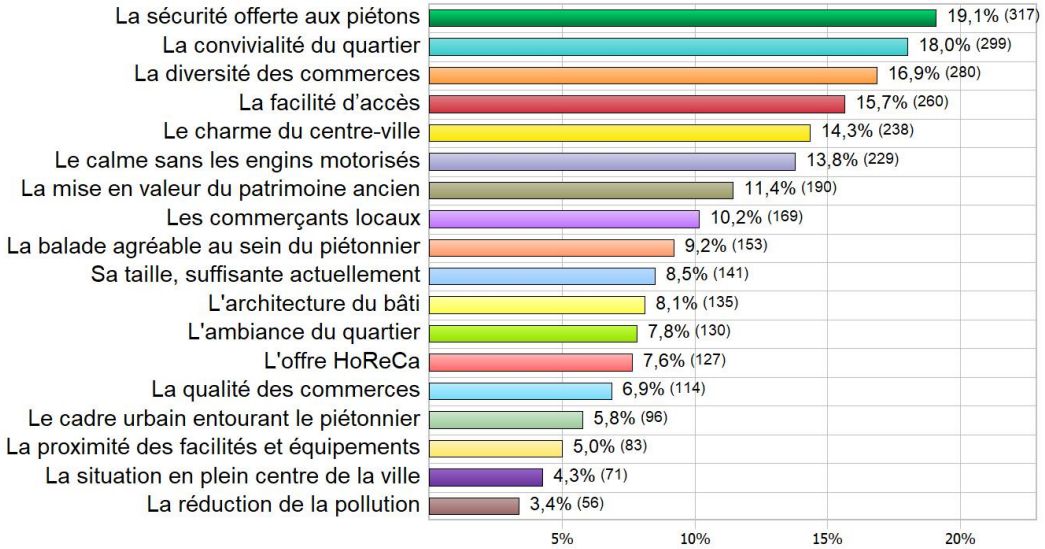
B.4. Enquêtes auprès de la population – Description de l'échantillon

- Comme mentionné précédemment, des **tests de représentativité** ont été effectués sur l'échantillon, au regard de la répartition des classes d'âge d'une part, et de la répartition hommes-femmes d'autre part. Ceux-ci consistaient à redresser l'échantillon total sur base de la pyramide des âges de la Région wallonne, aboutissant à des résultats pondérés. L'idée était de voir dans quelle mesure les résultats étaient affectés par cette pondération.

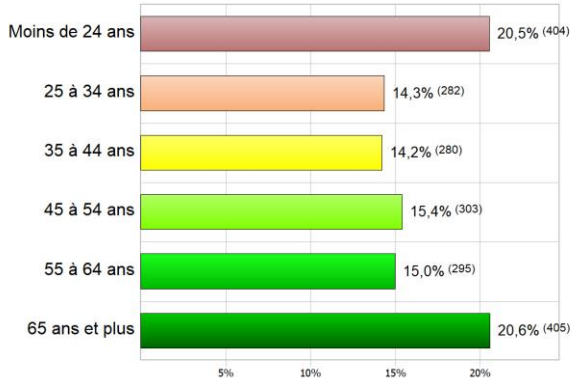
RÉSULTATS NON-REDRESSÉS



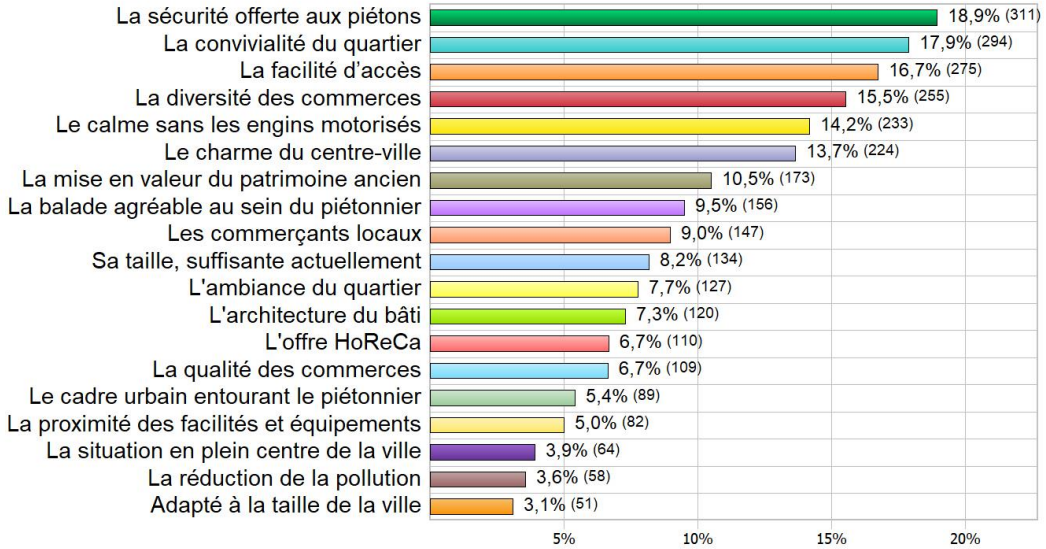
Note d'adhésion (de 1 à 10) moyenne pour l'extension du piétonnier : **6,75**



RÉSULTATS REDRESSÉS PAR ÂGE (Structure RW)



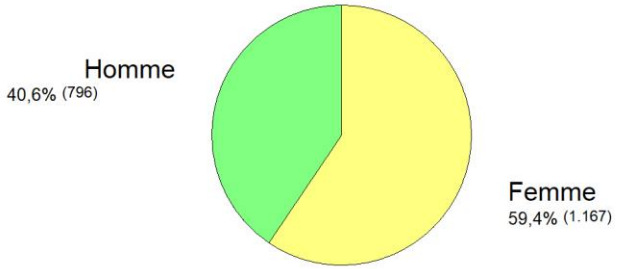
Note d'adhésion (de 1 à 10) moyenne pour l'extension du piétonnier : **6,63**



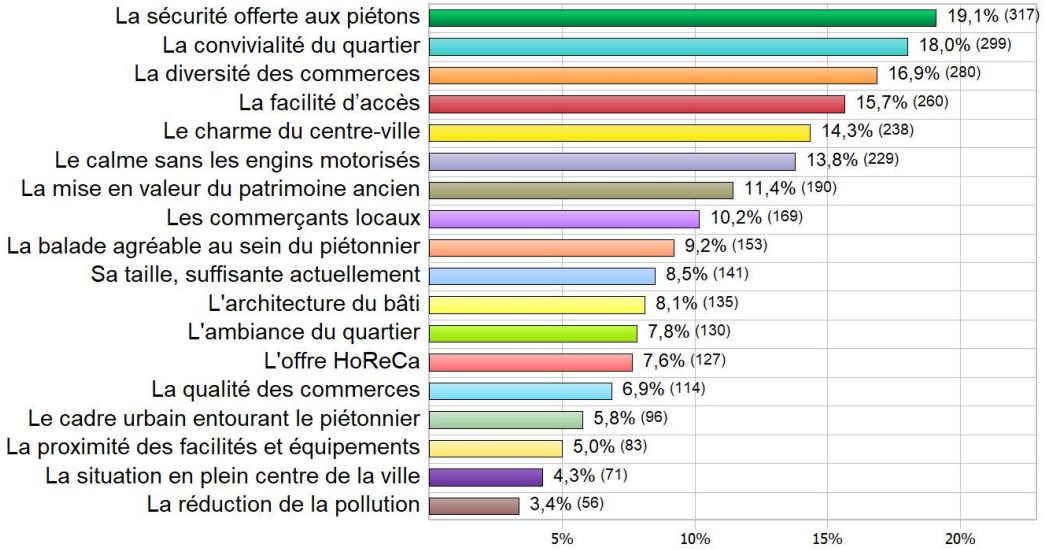
B.4. Enquêtes auprès de la population – Description de l'échantillon

- Comme mentionné précédemment, des **tests de représentativité** ont été effectués sur l'échantillon, au regard de la répartition des classes d'âge d'une part, et de la répartition hommes-femmes d'autre part. Ceux-ci consistaient à redresser l'échantillon total sur base de la pyramide des âges de la Région wallonne, aboutissant à des résultats pondérés. L'idée était de voir dans quelle mesure les résultats étaient affectés par cette pondération.

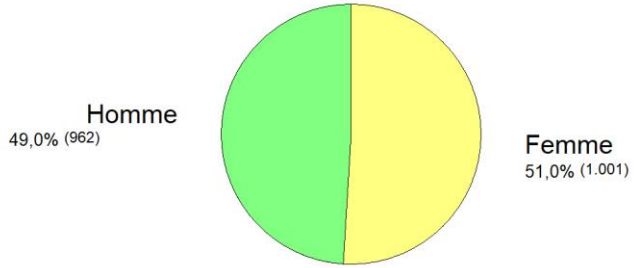
RÉSULTATS NON-REDRESSÉS



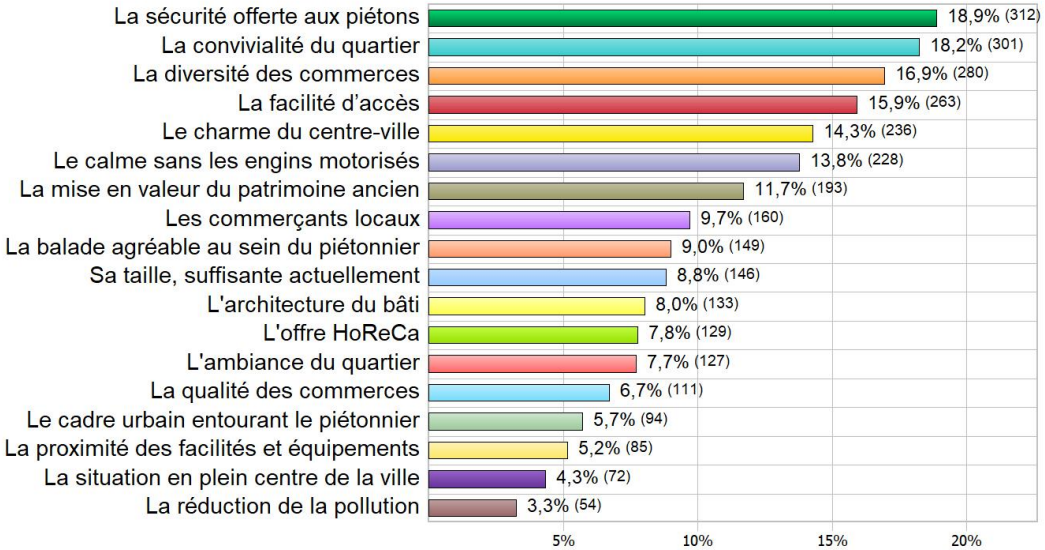
Note d'adhésion (de 1 à 10) moyenne pour l'extension du piétonnier : **6,75**



RÉSULTATS REDRESSÉS PAR SEXE (Structure RW)



Note d'adhésion (de 1 à 10) moyenne pour l'extension du piétonnier : **6,79**



B.4. Enquêtes auprès de la population – Description de l'échantillon

- Si ces tests ont été réalisés pour confirmer la représentativité « naturelle » de l'échantillon, il n'était pas conseillé de redresser « définitivement » les résultats pour plusieurs raisons :

  - Le public ciblé par l'enquête étant les **usagers du centre-ville namurois**, les différences socio-démographiques observées dans l'enquête font partie de la **richesse des résultats**. Appliquer un redressement statistique sur base, par exemple, de la structure par âge et par sexe de la Région wallonne, aurait justement amené un biais dans les résultats.

  - La méthode d'enquête, combinant du **face-à-face** et du **web sur réseaux sociaux**. Si le redressement statistique pouvait éventuellement s'appliquer pour l'enquête web, il est fortement déconseillé pour des enquêtes en face-à-face, qui touche des individus de provenance très variée (voir cartes ci-avant)

  - Concernant la représentativité hommes – femmes, celle-ci est plus accentuée que ce qui peut être observé en Région wallonne par exemple. Néanmoins, cette **plus grande représentativité des femmes** auprès des usagers du centre-ville a été constatée autant dans le cadre de l'enquête en face-à-face que dans l'enquête sur le web, reflétant une certaine **réalité**. Cet écart a donc aussi été conservé.

Par ailleurs, les tests de représentativité n'ont montré des **modifications de résultats** que très peu significatives, de l'ordre de **moins d'1%** (autant pour le redressement par âge que par sexe). Il s'agira uniquement de tenir compte de la légère sous-représentativité des jeunes (moins de 24 ans) et des personnes plus âgées (65 ans et plus).

- Outre cet aspect de redressement, il est important de rappeler le contexte particulier dans lequel l'enquête a été réalisée. Celle-ci s'est déroulée durant les mois de **février et mars 2021**, encore en pleine crise COVID. Les mesures sanitaires étaient encore relativement strictes durant cette période (avec notamment un reconfinement plus poussé en mars), et ont évolué de semaine en semaine (avec notamment un reconfinement plus poussé en mars). Si ce **contexte** doit être **pris en considération** dans les analyses, les résultats d'enquêtes n'en demeurent pas moins fiables et donnent des indications assez précises sur la satisfaction, les besoins et les attentes des usagers.

B.4. Enquêtes auprès de la population – A. PERCEPTION ACTUELLE & USAGES

- Les **résultats de l'enquête** seront présentés en **4 grandes parties** :

  A. La perception actuelle du piétonnier, incluant ses principaux atouts, ses faiblesses, ses usages, etc.

  B. Une analyse poussée de satisfaction sur une série de critères soumis aux répondants (touchant à la mobilité, aux équipements, aux aménagements, à l'animation, etc.)

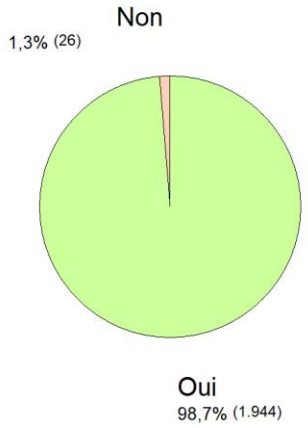
  C. Une vision plus prospective, basée sur l'adhésion des différents utilisateurs à une extension possible du piétonnier notamment, mais aussi sur certains incitants pour le fréquenter davantage

  D. Afin d'affiner cette vision, une typologie d'usagers a été construite sur base des résultats, présentant le profil complet pour : les personnes favorables à l'extension du piétonnier VS les personnes défavorables à une extension, ainsi qu'une série de profils d'usagers du centre-ville : Habitant·e·s / Étudiants·e·s / Travailleur·euse·s / Client·e·s / Visiteur·euse·s

- Cette première partie portera sur la **PERCEPTION ACTUELLE** du piétonnier et les **USAGES** qui en sont faits.

- Un constat de départ est que l'échantillon interrogé a regroupé une vaste majorité de personnes ayant **déjà fréquenté ou fréquentant parfois le centre-ville de Namur** (98,7%).

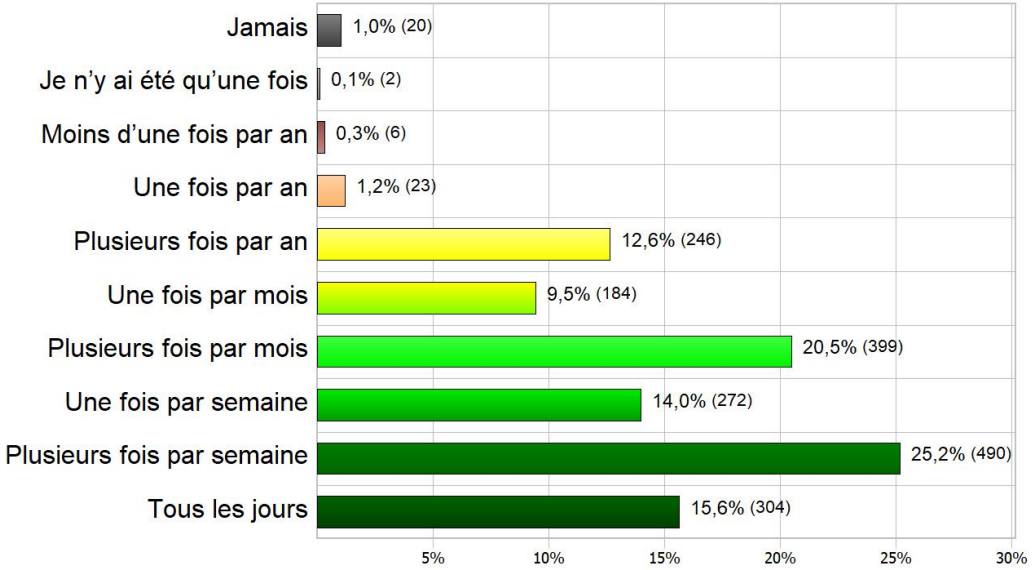
Avez-vous déjà fréquenté ou fréquentez-vous parfois le centre-ville de Namur ?



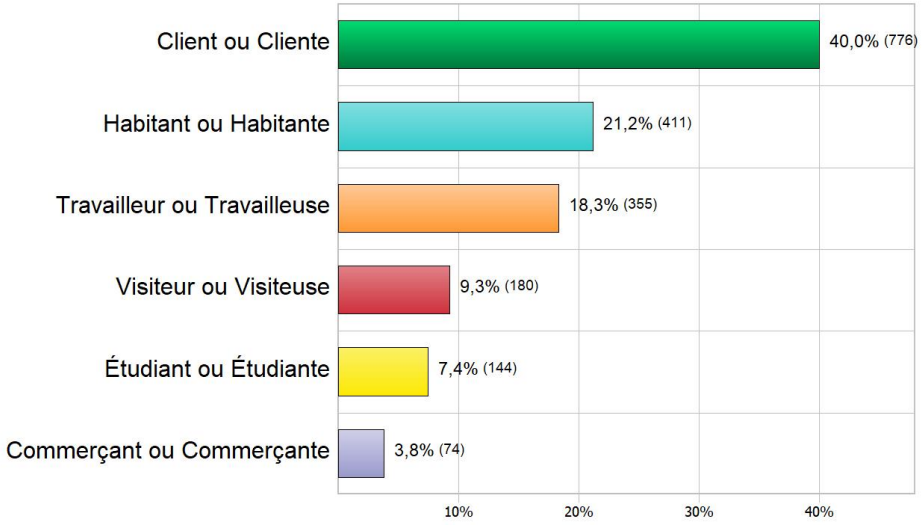
B.4. Enquêtes auprès de la population – A. PERCEPTION ACTUELLE & USAGES

- En termes d'usages, l'enquête a permis de toucher une certaine **variété d'usagers du centre-ville**, avec une majorité de personnes venant en tant que client·e·s (40,0%), d'habitant·e·s du centre-ville (21,2%) et de travailleur·euse·s (18,3%) dans le centre-ville de Namur.

À quelle fréquence vous rendez-vous dans le piétonnier du centre-ville de Namur ?



Lorsque vous vous rendez dans le centre-ville de Namur, vous êtes principalement :



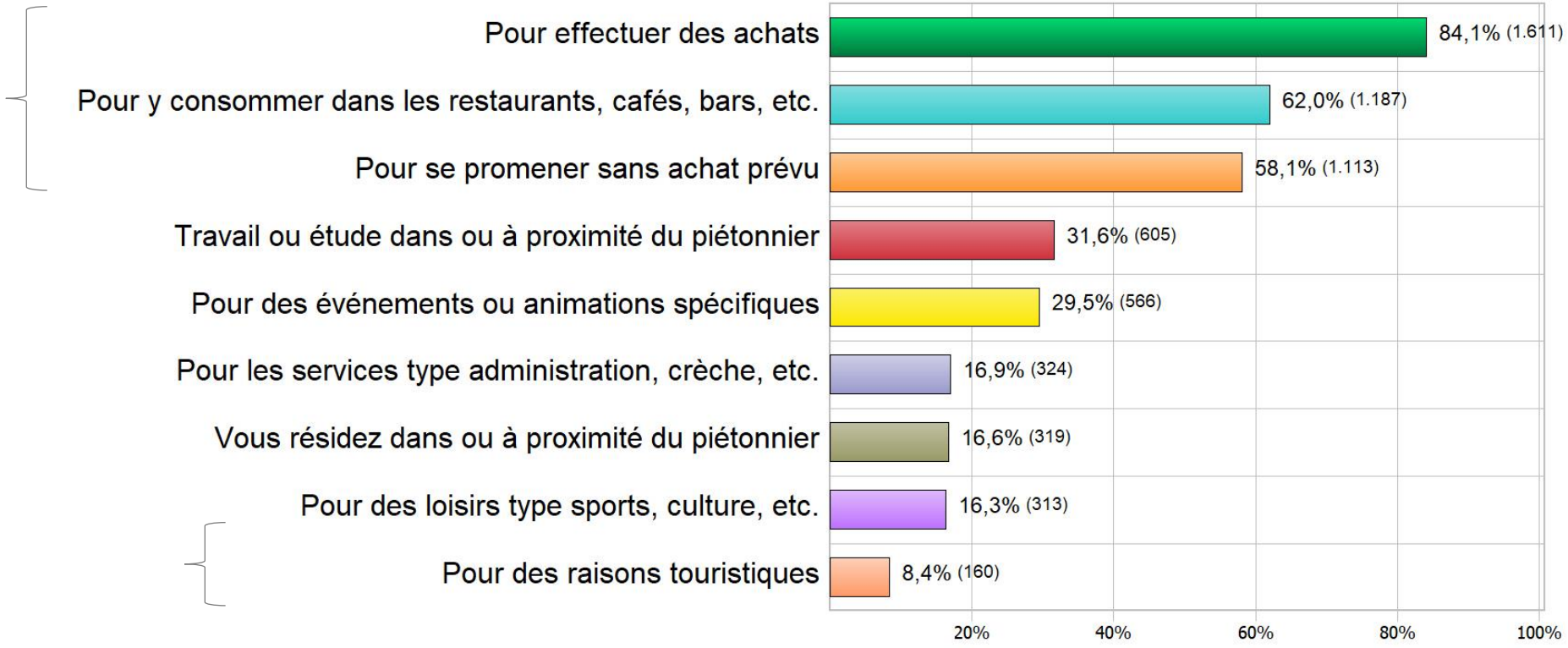
- En se focalisant plus précisément sur le piétonnier, on constate que ces différents usagers présentent une **fréquence de fréquentation élevée**, le plus souvent mensuelle voire hebdomadaire. La fréquence moyenne de fréquentation pour l'ensemble de l'échantillon est de **102 fois par an** (ou **8,5 X par mois**).

→ Ces informations, tout comme les suivantes, seront détaillées par profils-types d'usagers, dans la partie D.

B.4. Enquêtes auprès de la population – A. PERCEPTION ACTUELLE & USAGES

- En se focalisant toujours sur le piétonnier permanent de Namur, les principales raisons pour lesquelles celui-ci est fréquenté dans l'ensemble ont été mises en évidence. **Pour effectuer ses achats** (84,1% de l'échantillon ont choisi cette modalité), Pour y **consommer dans les restaurants, cafés, bars, etc.** (62%) et **Pour se promener sans achat prévu** (58,1%) apparaissent comme les raisons les plus citées. Au contraire, les raisons touristiques sont assez peu représentées (8,4%).

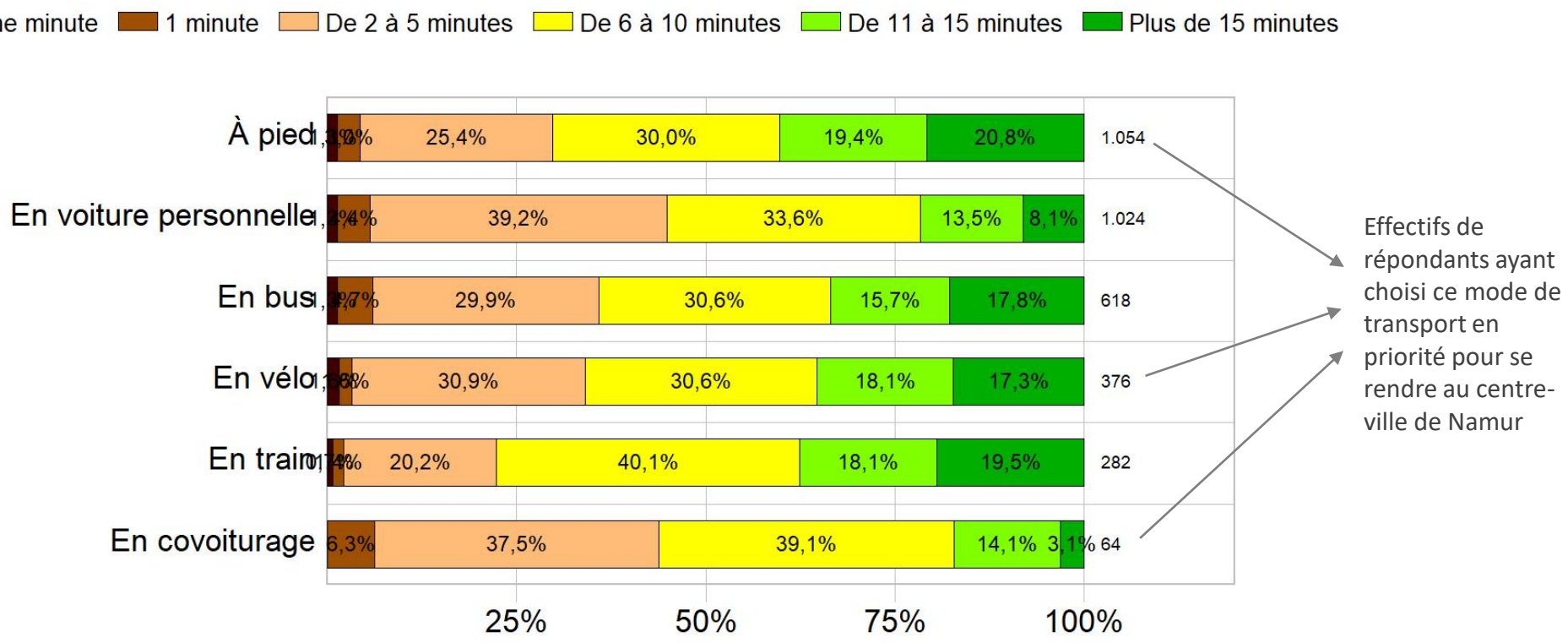
Pour quelles raisons fréquentez-vous habituellement le piétonnier permanent de Namur ?



B.4. Enquêtes auprès de la population – A. PERCEPTION ACTUELLE & USAGES

- En lien avec ces usages, il est intéressant d'observer les moyens de transport les plus sollicités pour se rendre dans le centre-ville de Namur (lignes du graphe ci-dessous ⇔ Effectifs de réponses par ligne). La fréquentation à pied est assez importante (réponse impactée par la réalisation d'une partie des enquêtes en face-à-face, et par la proximité des répondants) et très partagée avec la fréquentation en voiture (personnelle). Viennent ensuite le bus, le vélo et le train.
- Il a également été posé comme question la durée que les individus seraient prêt·e·s à marcher, une fois arrivés en centre-ville ou aux abords de celui-ci, pour atteindre le piétonnier. La durée moyenne globale est de 8 minutes de marche. Celle-ci est plus longue pour les personnes qui viennent déjà en modes doux (à pied, en vélo) et transports en commun (bus ou train) au départ. Les gens ayant au départ recours à la voiture ou au covoiturage sont par contre prêts à marcher moins longtemps.

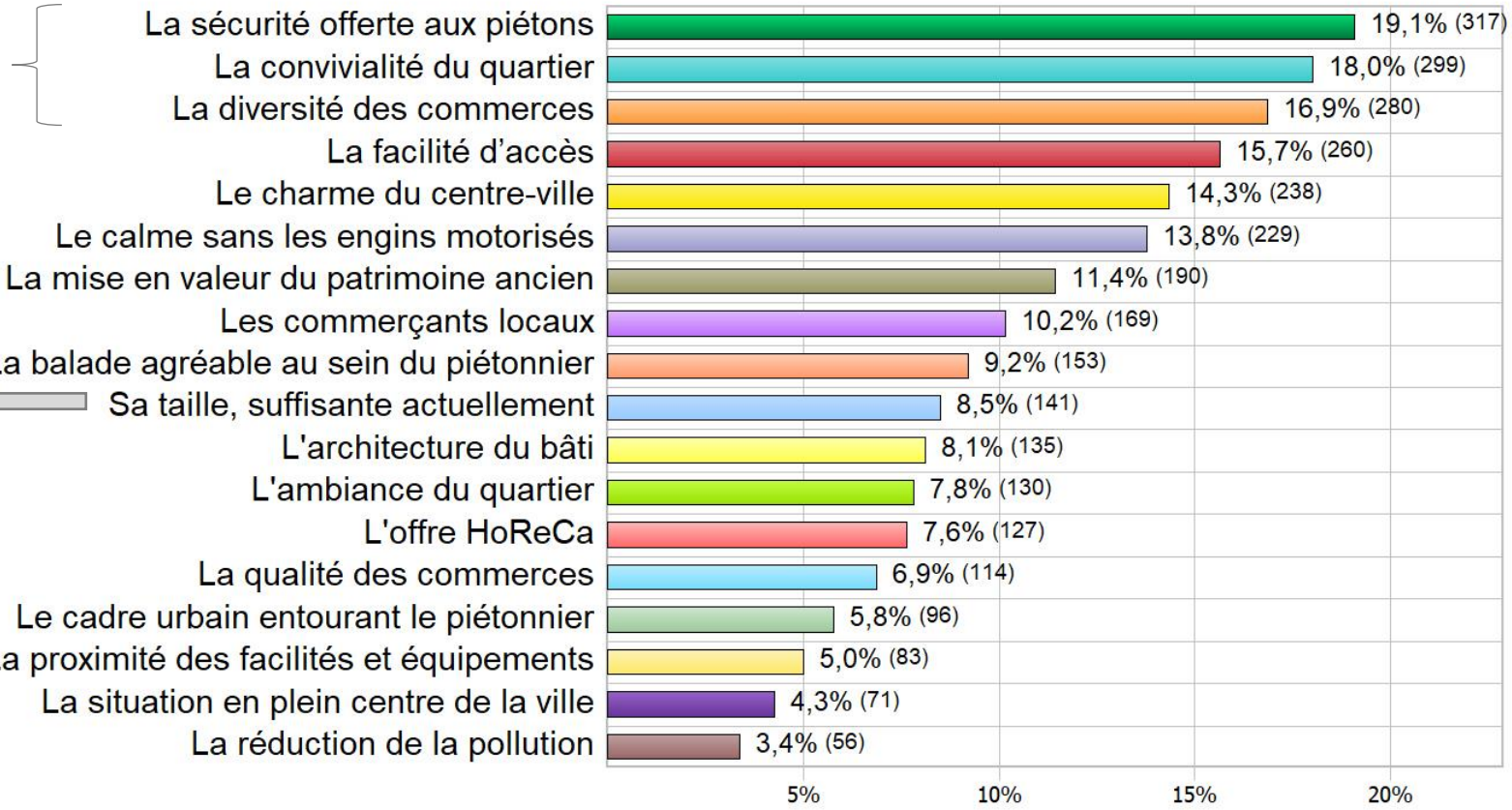
Moyens de transport privilégiés pour se rendre au centre-ville de Namur, et temps de marche « acceptable pour atteindre le piétonnier



B.4. Enquêtes auprès de la population – A. PERCEPTION ACTUELLE & USAGES

- Partant de questions ouvertes, soumises aux personnes interrogées, les principales forces et faiblesses du piétonnier suivant la perception des personnes interrogées ont pu être mises en évidence.
- En termes d'atouts, la **sécurité offerte aux piétons** (19,1% des répondants) → *Dans le sens de la « circulation piétonne, vis-à-vis des autres modes*, la **convivialité du quartier** (18%) et la **diversité des commerces** présents dans le piétonnier (16,9%) apparaissent comme des forces indéniables de ce quartier selon les répondants.

Quels sont selon vous les principales forces du piétonnier de Namur ?



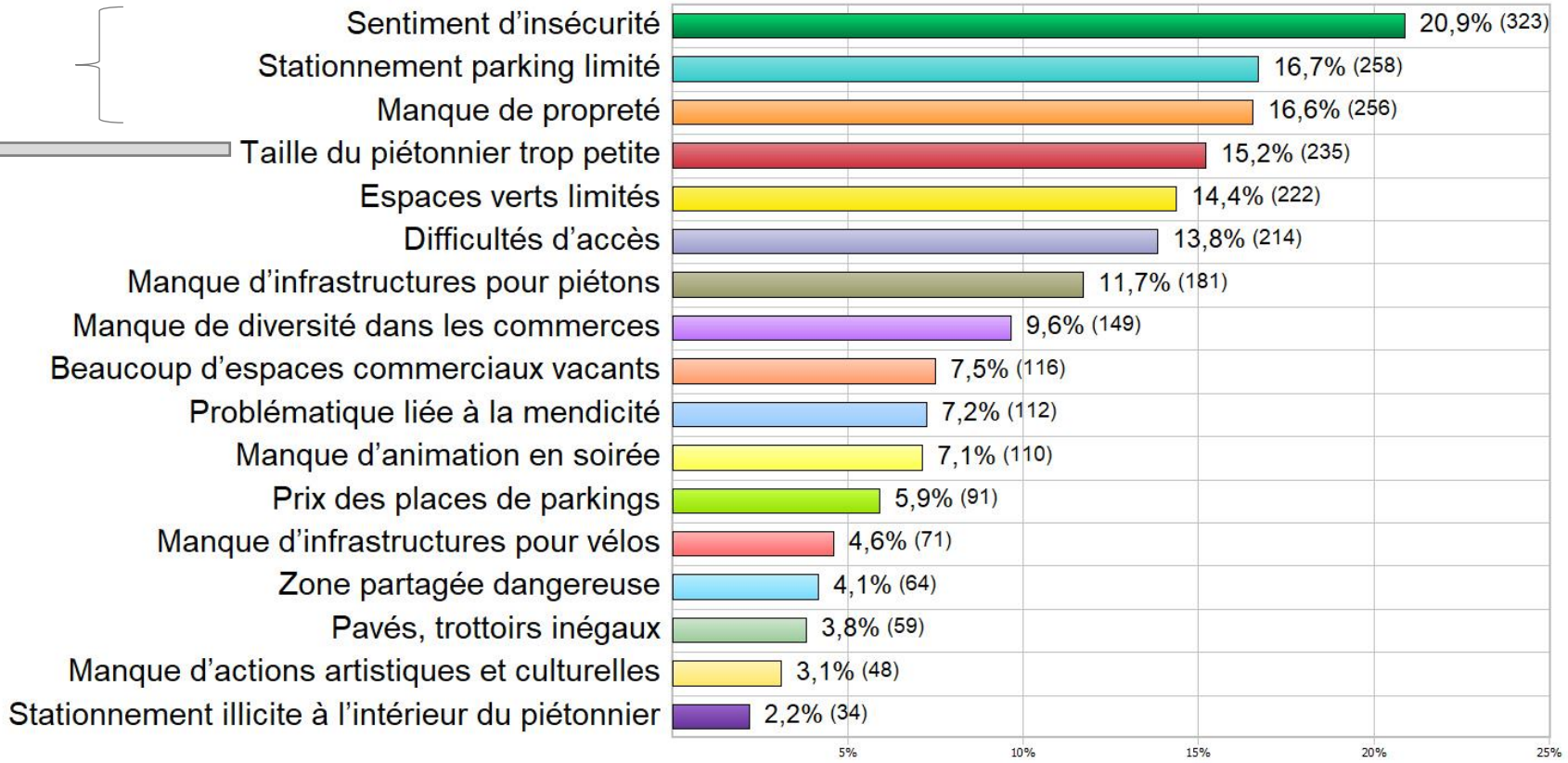
8,5% des répondants ont cité « une taille suffisante actuellement » comme atout du piétonnier

B.4. Enquêtes auprès de la population – A. PERCEPTION ACTUELLE & USAGES

- Partant de questions ouvertes, soumises aux personnes interrogées, les principales forces et faiblesses du piétonnier suivant la perception des personnes interrogées ont pu être mises en évidence.
- En termes de faiblesses, le **sentiment d'insécurité** (20,9% des répondants) → *Dans le sens de la fréquentation plutôt nocturne*, le **stationnement pour les voitures, aux abords, limité** (16,7%) et le **manque de propreté** (16,6%) apparaissent comme d'importants désavantages du quartier selon les répondants.

Quels sont selon vous les principales faiblesses du piétonnier de Namur ?

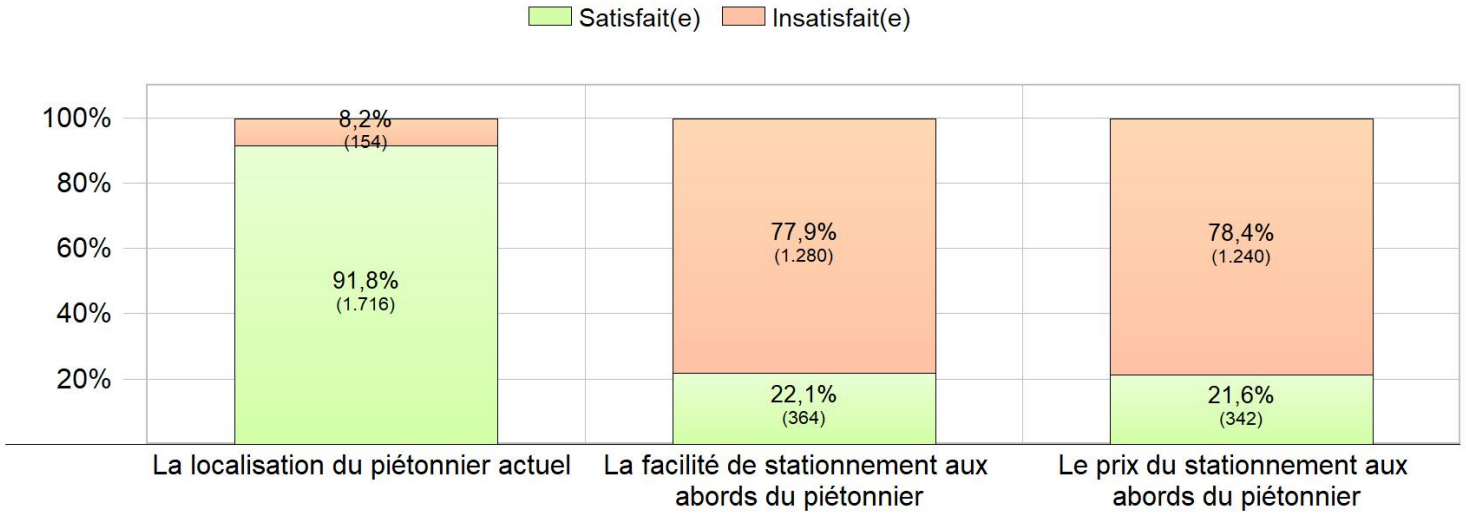
15,2% des répondants ont cité « une taille de piétonnier trop petite » comme faiblesse actuelle



B.4. Enquêtes auprès de la population – B. ANALYSE DE SATISFACTION

- Cette seconde partie porte essentiellement sur la **SATISFACTION DES USAGERS** du centre-ville et du piétonnier au regard de critères tels que la mobilité et l'accessibilité du piétonnier, l'offre en commerces et en activités culturelles / touristiques, ou encore les aménagements et l'ambiance.
- Le **degré de satisfaction global** émis par l'ensemble des individus vis-à-vis du piétonnier actuel de Namur est assez positif, puisque 16,9% de personnes se disent plutôt insatisfaites, **73,1% sont plutôt satisfaites** et **10% sont tout-à-fait satisfaites** du piétonnier permanent actuel.
- La satisfaction est ensuite détaillée, critère par critère, pour l'ensemble de l'échantillon dans les graphes ci-dessous

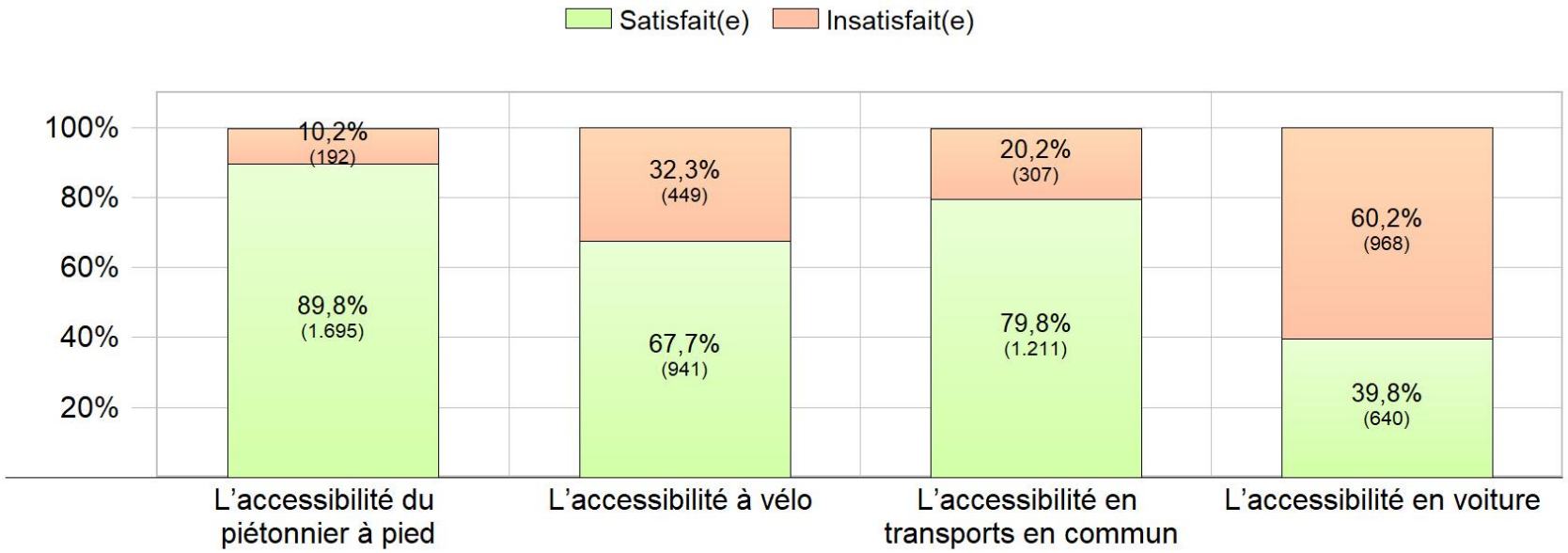
Quel est votre degré de satisfaction au regard des critères suivants concernant le piétonnier ?



- Il apparaît une excellente satisfaction au niveau de la **localisation actuelle du piétonnier** (91,8% satisfaits)
- Par contre, la **facilité de stationnement** et le **prix de stationnement** aux abords du piétonnier sont de fortes sources d'insatisfaction (seulement 22,1% et 21,6% de satisfaits, respectivement)

B.4. Enquêtes auprès de la population – B. ANALYSE DE SATISFACTION

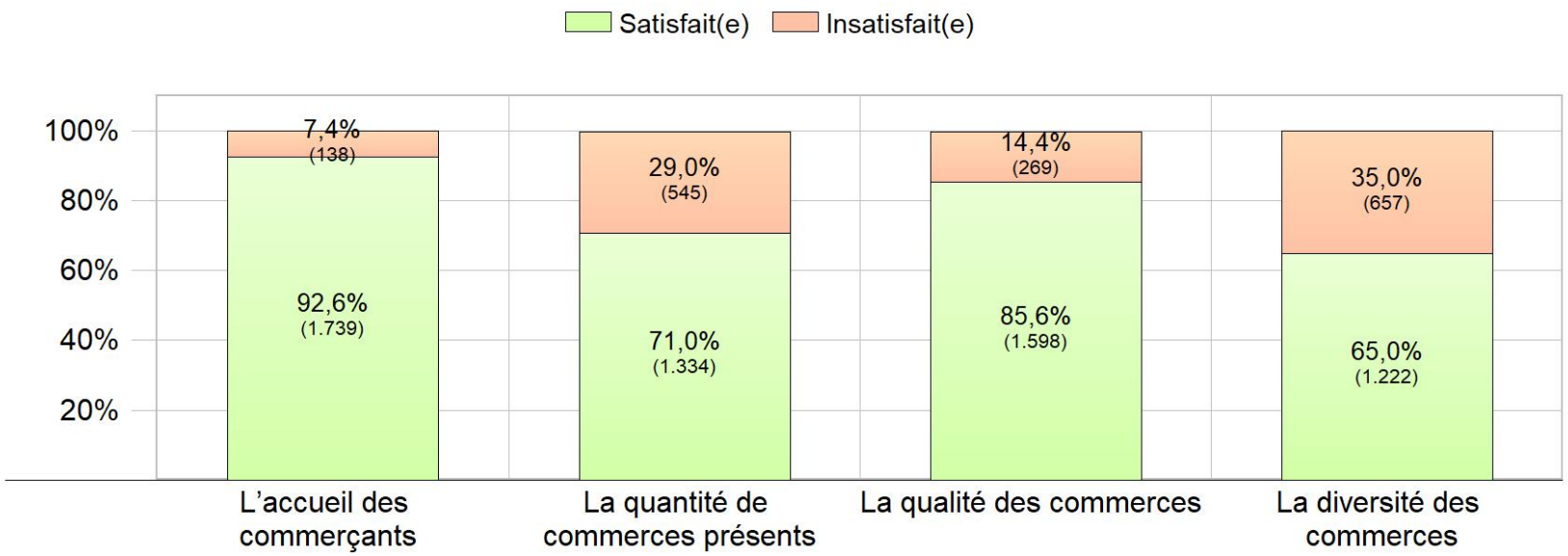
Quel est votre degré de satisfaction au regard des critères suivants concernant le piétonnier ?



- Toujours en termes de mobilité, l'**accessibilité du piétonnier à pied** est très appréciée (89,8% de satisfaction) et, dans une moindre mesure, l'**accessibilité en transports en commun** (79,8%)
- Le bilan est plus mitigé pour l'**accessibilité en vélo** (67,7%)
- L'**accessibilité en voiture** demeure un point de vigilance (seulement 39,8% de satisfaction)

B.4. Enquêtes auprès de la population – B. ANALYSE DE SATISFACTION

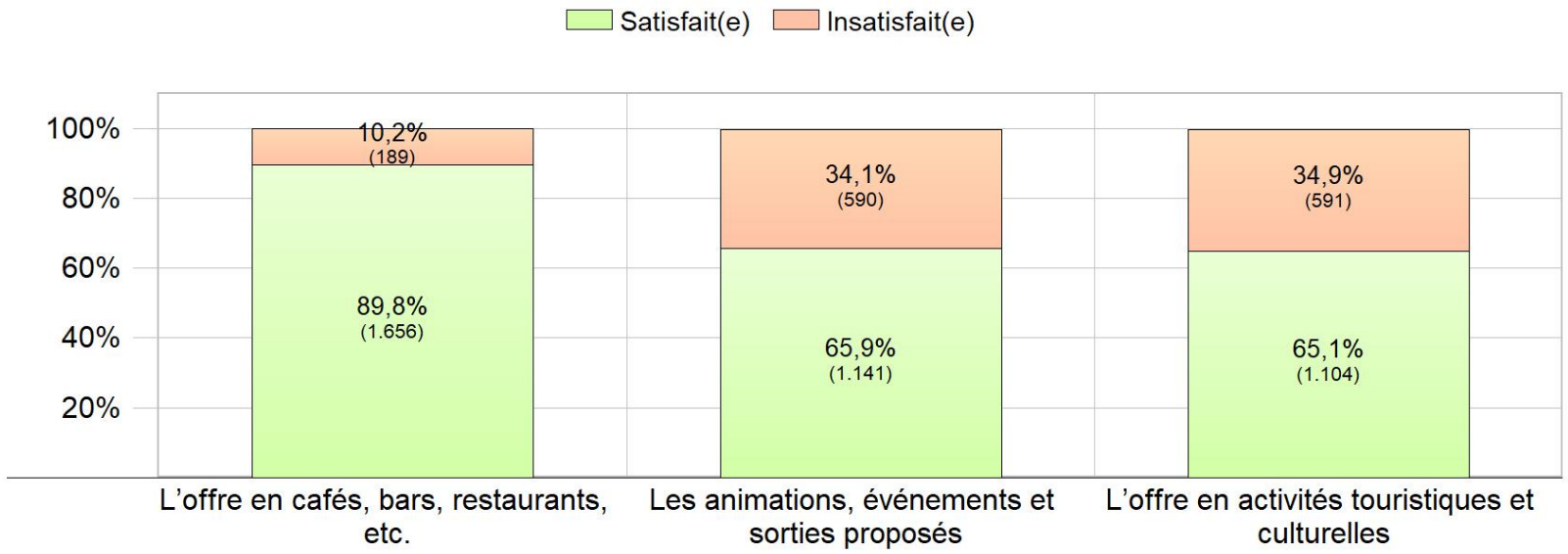
Quel est votre degré de satisfaction au regard des critères suivants concernant le piétonnier ?



- Au regard de l'offre commerciale au sein du piétonnier, l'**accueil des commerçants** est très satisfaisant (92,6% de satisfaction), tout comme la **qualité des commerces proposés** (85,6%)
- La **quantité de commerces** présents fait l'objet d'un bilan plus nuancé (71% de satisfaction) et c'est encore plus le cas pour la **diversité des commerces** (seulement 65% de satisfaction)
- La **vacance commerciale** est ressortie comme une source d'insatisfaction non-négligeable dans le cadre des questions ouvertes.

B.4. Enquêtes auprès de la population – B. ANALYSE DE SATISFACTION

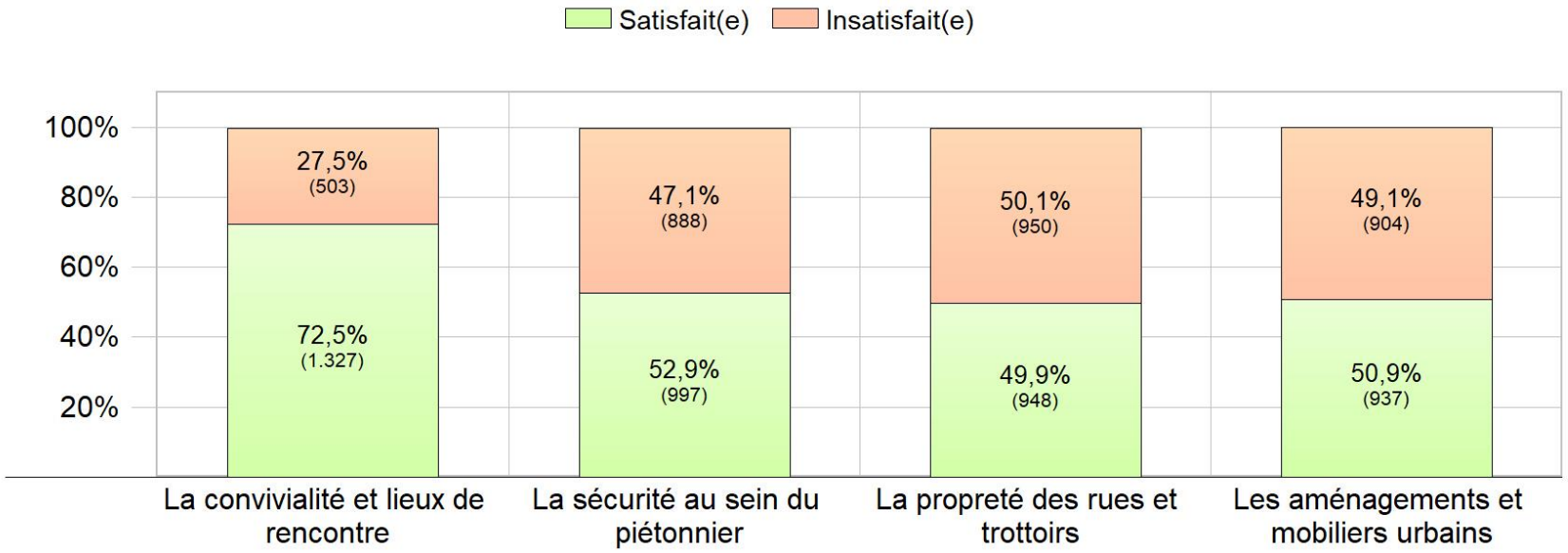
Quel est votre degré de satisfaction au regard des critères suivants concernant le piétonnier ?



- L'**offre en cafés, bars, restaurants, etc.** apparaît comme particulièrement satisfaisante et une réelle force pour le piétonnier, avec 89,8% de satisfaction.
- En matière d'**offre événementielle, d'animations et sorties** proposées au sein du piétonnier, le critère est encore perfectible avec une satisfaction de 65,9%.
- Idem pour l'**offre en activités touristiques et culturelles**, qui présente une satisfaction de 65,1%. À noter que l'usage du piétonnier pour des raisons touristiques était également apparue comme assez limitée dans la partie A.

B.4. Enquêtes auprès de la population – B. ANALYSE DE SATISFACTION

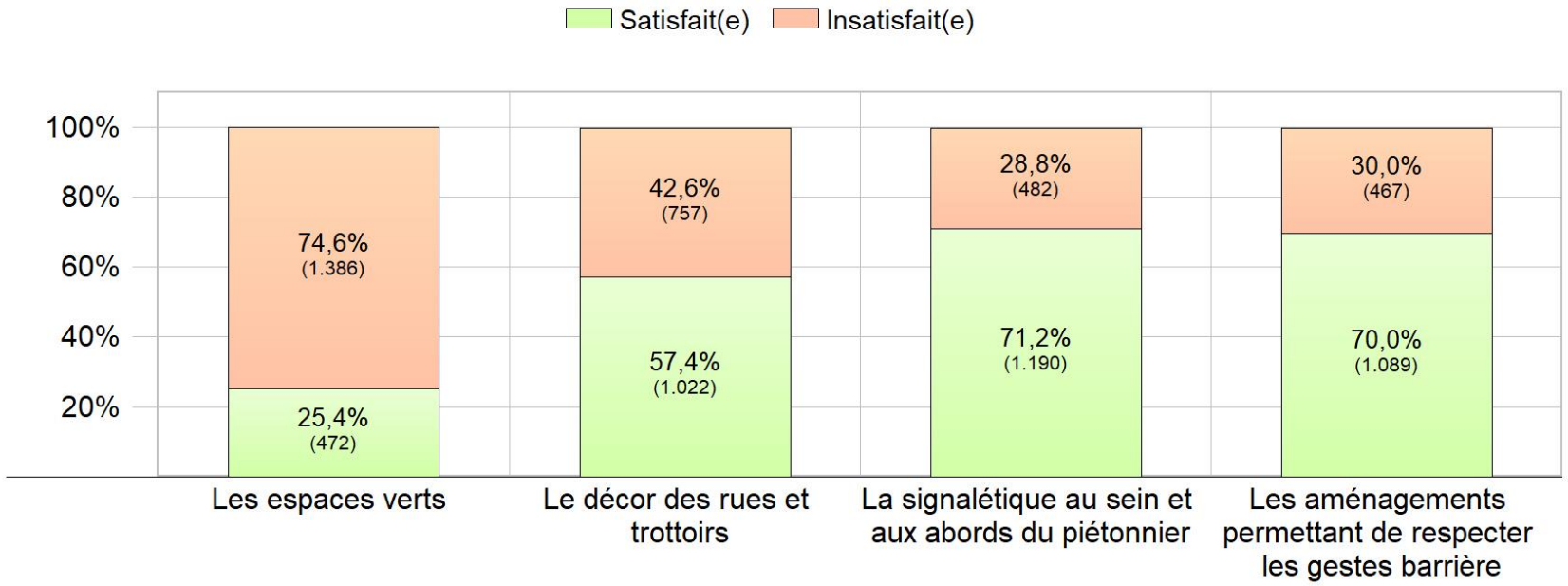
Quel est votre degré de satisfaction au regard des critères suivants concernant le piétonnier ?



- Sur la thématique de l'ambiance et des aménagements, le bilan est globalement très mitigé.
- La **convivialité et les lieux de rencontre** présents dans le piétonnier sont relativement satisfaisants, à raison de 72,5%.
- La **sécurité** au sein du piétonnier, la **propreté des rues et trottoirs** et les **aménagements / mobiliers urbains** disponibles sont assez peu satisfaisants (respectivement 52,9% ; 49,9% et 50,9% de satisfaction).

B.4. Enquêtes auprès de la population – B. ANALYSE DE SATISFACTION

Quel est votre degré de satisfaction au regard des critères suivants concernant le piétonnier ?



- À noter une forte insatisfaction quant aux **espaces verts** proposés (seulement 25,4% de satisfaction). À noter que les contraintes sont importantes pour ce type d'aménagements au sein du piétonnier.
- La satisfaction est relativement mauvaise pour le **décor des rues** et les **trottoirs** (57,4% de satisfaction)
- Enfin, la **signalétique au sein et aux abords du piétonnier**, ainsi que les **aménagements « gestes barrière »** sont relativement satisfaisants (71,2% et 70% respectivement).

B.4. Enquêtes auprès de la population – B. ANALYSE DE SATISFACTION

- Pour aller plus loin, les critères précédents ont été traités dans le cadre d'une **analyse « d'importance – satisfaction »**, qui vise à hiérarchiser les critères en fonction de leur importance pour la clientèle d'une part, et en fonction de leur satisfaction d'autre part. Cette méthode statistique permet de voir comment passer d'un degré de satisfaction faible à plus élevé (en fixant par exemple des priorités sur les critères importants et peu satisfaisants).

- Deux extraits de graphes d'importance – satisfaction sont présentés en ANNEXES.

- Le **tableau récapitulatif des résultats** est le suivant :

+ Important
- Satisfaisant

A améliorer en priorité…	**Soutenir l'effort…**
- Le décor des rues et les trottoirs - Les aménagements et mobiliers urbains	- La localisation du piétonnier actuel - L'accessibilité à pied - L'accessibilité en transports en commun - La quantité, qualité et diversité des commerces - L'accueil des commerçants - La convivialité et lieux de rencontre - L'offre en cafés, bars, restaurants, etc. - La signalétique au sein et aux abords du piétonnier - Les animations, événements et sorties proposées
Surveiller…	**Conserver…**
- La sécurité - La propreté des rues et trottoirs - L'accessibilité en voiture - Les espaces verts - La facilité de stationnement aux abords - Le prix du stationnement aux abords	- L'offre en activités touristiques et culturelles - Les aménagements « geste barrière » - L'accessibilité à vélo

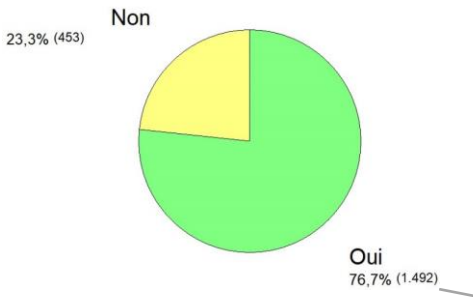
+ Important
+ Satisfaisant

- Important
- Satisfaisant

- Important
+ Satisfaisant

B.4. Enquêtes auprès de la population – C. EXTENSION DU PIÉTONNIER & INCITANTS

Depuis peu, le centre-ville a été réglementé et aménagé en zone partagée (20 km/h). Le saviez-vous ?



- Dans cette troisième partie, nous évaluerons tout d'abord l'adhésion des répondants à une série de propositions, incluant une **EXTENSION** possible du **PIÉTONNIER** (et les raisons pour lesquelles ils sont favorbales ou défavorables). Nous aborderons également ce qui pourrait **INCITER** les répondants à davantage **FRÉQUENTER** le piétonnier, dans une approche plus prospective.
- Les tableaux suivants présentent les différentes propositions faites sur la mise en place de zone partagée et sur l'évolution du piétonnier, en colonnes…
- … Et une distinction de ces notes moyennes sur 10 en fonction de différents profils, en lignes

ZONE PARTAGÉE 20 KM/H

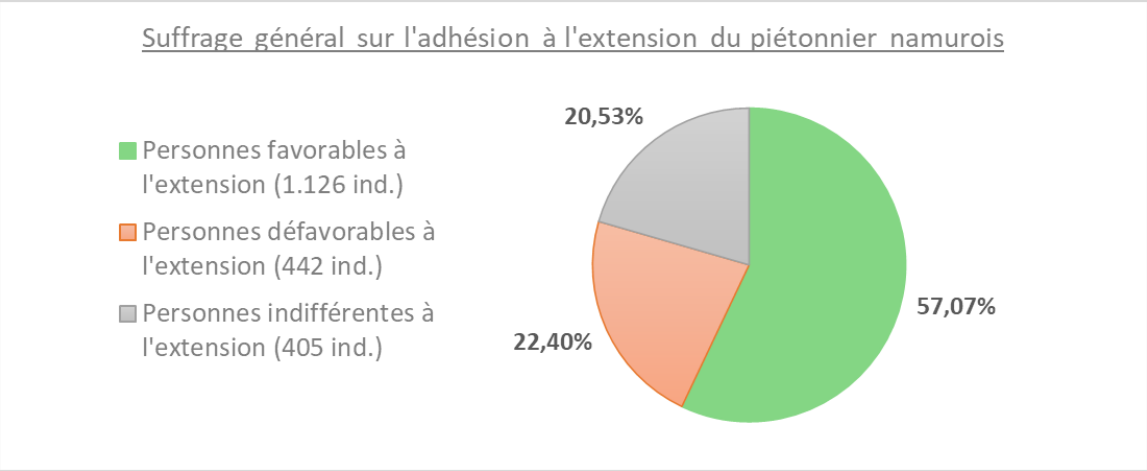
	Avis sur la mise en place de la zone partagée (Note de 1 à 10)			
	La ville est plus agréable	*Les voitures roulent moins vite qu'avant*	*C'est plus facile de venir en ville*	*Je me sens plus en sécurité*
Note générale (1.973 ind.)	5,67	4,99	5,43	4,88
Habitant·e·s de Namur (411 ind.)	5,81	4,59	6,14	4,87
Étudiant·e·s (144 ind.)	6,24	5,38	5,21	5,1
Travailleur·euse·s (355 ind.)	5,59	4,91	5,32	4,76
Client·e·s (776 ind.)	5,69	5,37	5,28	5,02
Commerçant·e·s (74 ind.) ⚠	4,43	3,81	4,48	3,57
Visiteur·euse·s (180 ind.)	5,85	4,95	5,01	5,22

Individus favorables à l'extension du piétonnier (1.126 ind.)	6,35	5,08	6,11	5,31
Individus défavorables à l'extension du piétonnier (442 ind.)	4,13	4,61	4,17	3,74

B.4. Enquêtes auprès de la population – C. EXTENSION DU PIÉTONNIER & INCITANTS

EXTENSION DU PIÉTONNIER

	Avis sur l'évolution du piétonnier et de la zone partagée (Note de 1 à 10)		
	Conserver la zone partagée partout en centre-ville	*Limiter la zone partagée aux principales rues*	*Étendre le piétonnier*
Note générale (1.973 ind.)	6,23	5,09	6,75
Habitant·e·s de Namur (411 ind.)	6,82	4,53	6,86
Étudiant·e·s (144 ind.)	6,9	5,39	6,53
Travailleur·euse·s (355 ind.)	5,85	5,25	6,97
Client·e·s (776 ind.)	6,02	5,19	6,82
Commerçant·e·s (74 ind.) ⚠	4,96	5,67	4,93
Visiteur·euse·s (180 ind.)	6,55	5,1	6,71
Individus favorables à l'extension du piétonnier (1.126 ind.)	6,9	4,57	9,18
Individus défavorables à l'extension du piétonnier (442 ind.)	4,64	5,75	1,74



- **Majorité de personnes favorables à une extension de piétonnier** (57,07%) et 20,53% de personnes « indifférentes »
- Travailleur·euse·s, Habitant·e·s, Client·e·s, Visiteur·euse·s et Étudiant·e·s assez favorables
- Commerçant·e·s plutôt défavorables (**74 répondants**)

B.4. Enquêtes auprès de la population – C. EXTENSION DU PIÉTONNIER & INCITANTS

Plusieurs constats :

- **La zone partagée à 20 km/h** est **moyennement bien reçue**, puisque la note moyenne attribuée à la proposition « Cela rend la ville plus agréable » est de 5,67/10. Cette note est surtout tirée vers le bas avec l'avis des personnes qui sont aussi **défavorables** à une extension de piétonnier, incluant l'avis des **commerçants**. Les autres profils sont davantage favorables à ce dispositif (surtout les étudiants, visiteurs et habitants).

- Les autres propositions concernant cette zone 20 km/h sont relativement partagées globalement, avec des notes moyennes proches des 5/10. Notons par exemple que :
  - Les commerçants, et dans une moindre mesure les habitants du centre-ville, ne considèrent pas que les voitures roulent moins vite dans le centre grâce à cette mesure (c'est plus partagé pour les autres profils).
  - Les **habitants** ne sont pas d'accords avec le fait que la zone partagée rend plus difficile l'accès en ville → cela confirme leur **caractère** plutôt **favorable au dispositif**.
  - Le **gain de « sécurité »** via la zone partagée n'est **pas bien noté** par les usagers (4,88/10), c'est surtout le cas des commerçants et personnes qui sont aussi défavorables au piétonnier.

- Parmi les propositions d'évolution du piétonnier et de la zone partagée, c'est **l'extension du piétonnier** qui **remporte le meilleur suffrage** (**6,75/10**), surtout appuyé par les **travailleurs**, les **habitants** et les **clients** (notes au-dessus de la moyenne). Les **commerçants** y sont par contre assez défavorables (4,93/10).

- On constate des écarts importants entre la note moyenne des personnes favorables au piétonnier (9,18/10) et celle des personnes défavorables (1,74/10). Contrairement aux autres propositions, l'extension du piétonnier suscite donc des **avis très divergents**.

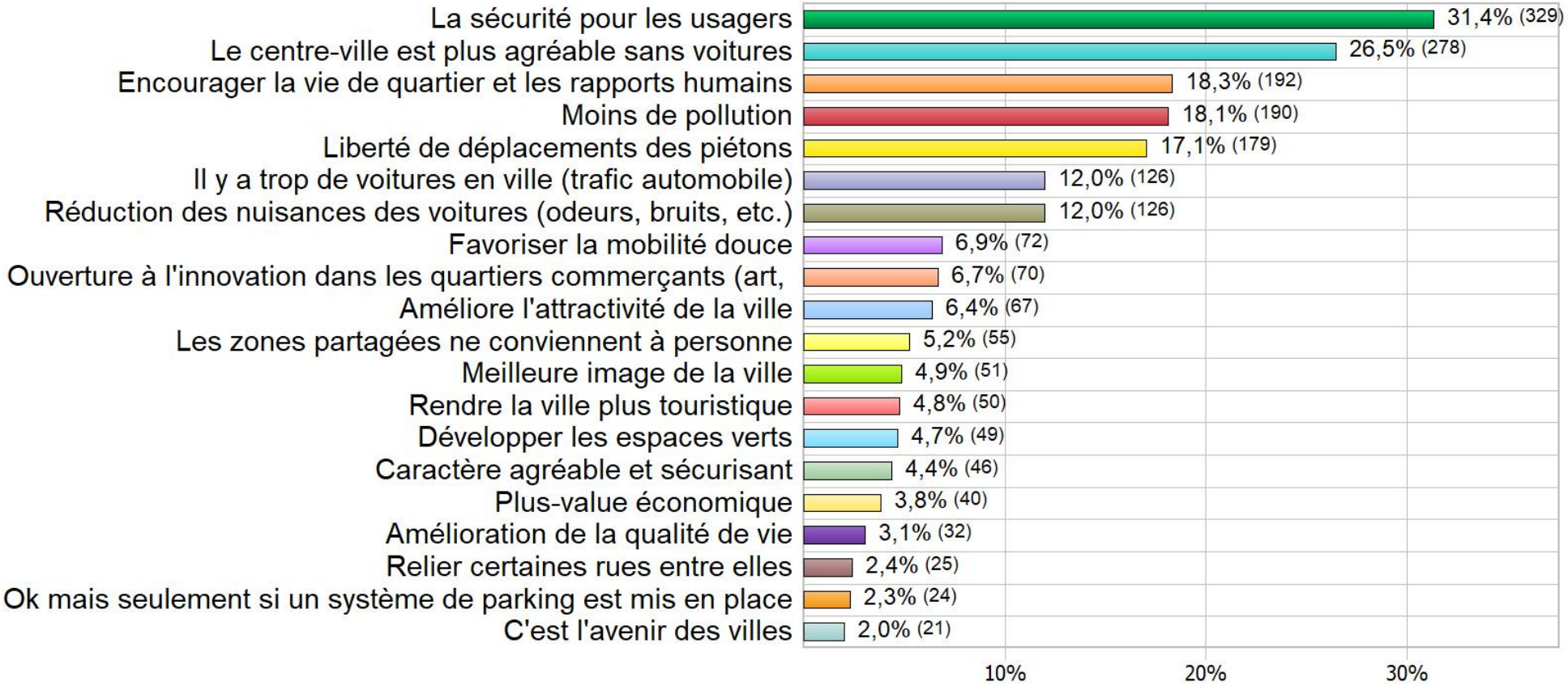
- Le fait de **conserver la zone partagée partout en centre-ville** est une proposition relativement bien acceptée (6,23/10). Par contre, le fait de **limiter la zone partagée aux principales rues** n'est pas très bien reçu (5,09/10).

B.4. Enquêtes auprès de la population – C. EXTENSION DU PIÉTONNIER & INCITANTS

- Afin d'approfondir ces scores, 3 questions ouvertes ont encore été posées aux répondants : les raisons pour lesquelles ils sont favorables à une extension du piétonnier (uniquement pour les personnes ayant répondu à une note de 7 à 10/10 à cette question), les raisons pour lesquelles ils sont défavorables à une extension du piétonnier (uniquement pour les personnes ayant répondu à une note de 1 à 4/10 à cette question) et enfin à destination de tous : qu'est-ce qui les inciteraient à fréquenter davantage le piétonnier de Namur ?

(Si la réponse à « étendre le piétonnier » est comprise entre 7 et 10) Pour quelle(s) raison(s) êtes-vous favorable à une éventuelle extension du piétonnier ?

RAISONS FAVORABLES

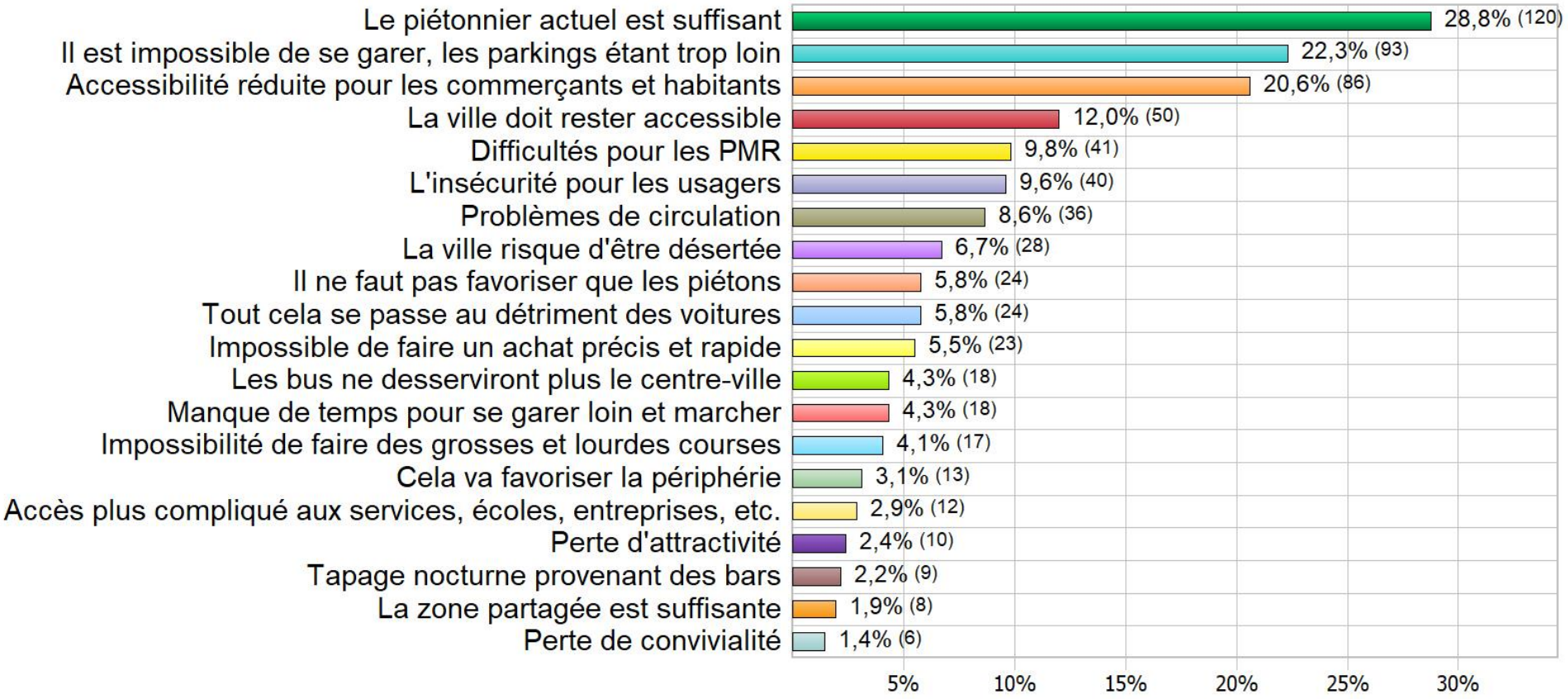


B.4. Enquêtes auprès de la population – C. EXTENSION DU PIÉTONNIER & INCITANTS

- Parmi les **réponses favorables** : On retrouve les aspects de sécurité pour les piétons et de libertés de circulation, le fait d'avoir un centre-ville plus agréable sans voitures et moins pollué, ou encore l'avantage d'encourager la vie de quartier et les rapports humains
- Parmi les **réponses défavorables** : Les préoccupations principales renvoient à une accessibilité réduite de la ville, notamment en voiture (avec des enjeux de parkings) et pour les PMR. Par ailleurs, beaucoup pensent que le piétonnier actuel est suffisant.

(Si la réponse à « étendre le piétonnier est comprise entre 1 et 4) Pour quelle(s) raison(s) êtes-vous défavorable à une extension du piétonnier ?

RAISONS DÉFAVORABLES

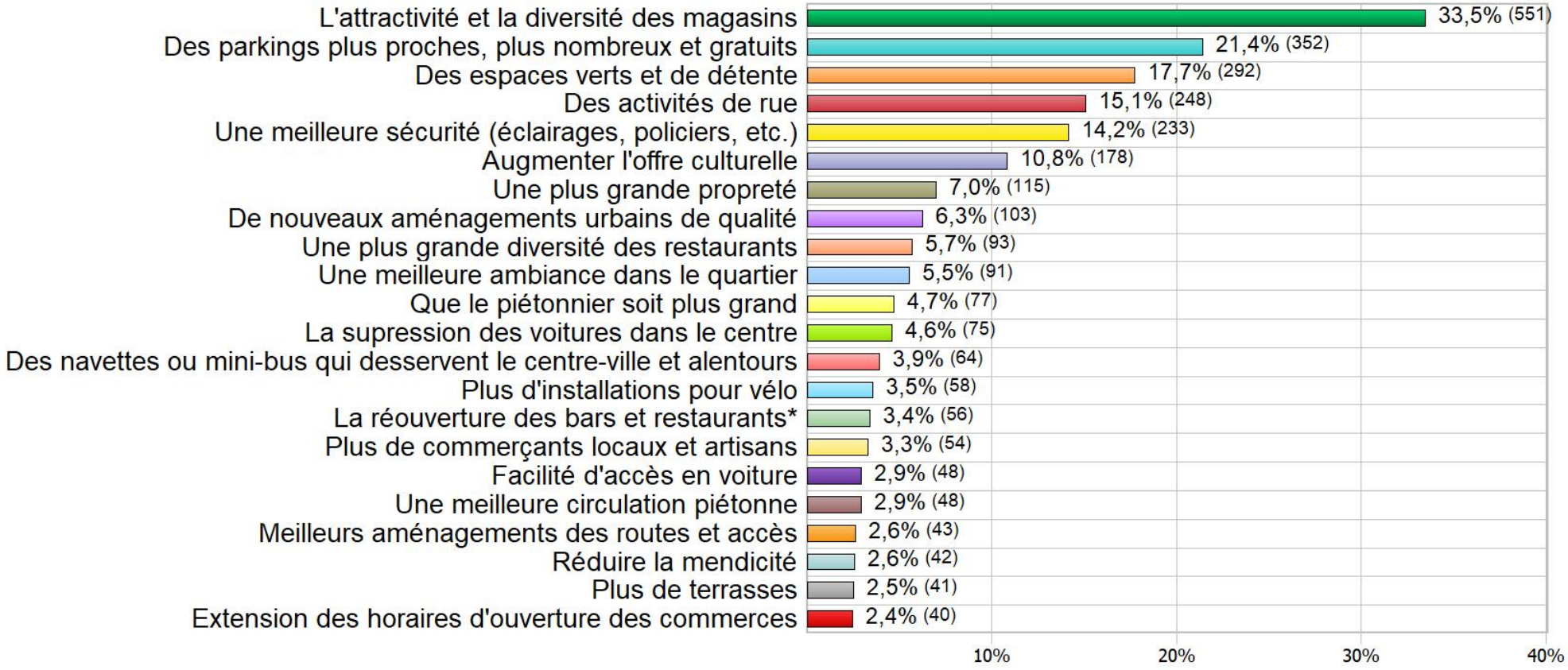


B.4. Enquêtes auprès de la population – C. EXTENSION DU PIÉTONNIER & INCITANTS

- En matière d'incitants, le rôle de **commerces attractifs et diversifiés** au sein du piétonnier demeure incontournable (principal incitant avec 33,5% des répondants l'ayant mentionné). Ceci indique l'importance d'intégrer des rues déjà commerçantes si une extension était à considérer.
- L'enjeu des **parkings aux abords du piétonnier**, « plus nombreux et gratuits », est également crucial, ce à quoi de nombreux projets en cours de grande envergure s'efforcent de répondre.
- Viennent ensuite l'intérêt pour les **espaces verts et de détente**, les **activités de rue** plus fréquentes ou encore une **meilleure sécurité** (éclairages, police, etc.).

De manière générale, qu'est-ce qui vous inciterait à fréquenter davantage le piétonnier namurois ?

INCITANTS DE FRÉQUENTATION



B.4. Enquêtes auprès de la population – D. TYPOLOGIES D'USAGERS

- Le nombre important de répondants à la présente enquête, et sa relative représentativité de la population, nous permet de pousser les analyses plus loin et de détailler les analyses en fonction de différents profils d'usagers.

- Les deux premiers profils permettent d'approfondir le cas des personnes favorables à l'extension du piétonnier et de le comparer directement au cas des personnes défavorables à l'extension du piétonnier :

Pour faire cette distinction, la question « Dans quelle mesure seriez-vous favorable à une extension du piétonnier » a été posée (note de 1 à 10) →
Défavorables à une extension = réponses de 1 à 4 compris (442 individus) / **Favorables à une extension** = réponses de 7 à 10 compris (1.126 individus)

- Les cinq profils suivants détaillent les réponses obtenues et les spécificités de différents profils d'usagers (sur base de la question « lorsque vous vous rendez dans le centre-ville de Namur, vous êtes principalement … ») :
  - Les **Habitant·e·s** du centre-ville (411 individus)
  - Les **Étudiant·e·s** (144 individus)
  - Les **Travailleur·euse·s** (355 individus)
  - Les **Client·e·s** (776 individus)
  - Les **Visiteur·euse·s** (180 individus)

Le nombre de commerçants interrogés étant inférieur à 100 (74 exactement), il n'a statistiquement pas été possible de détailler ce profil.

B.4. Enquêtes auprès de la population – D. TYPOLOGIES D'USAGERS

Les « FAVORABLES À UNE EXTENSION DU PIÉTONNIER NAMUROIS »

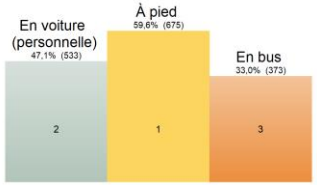
Note moyenne sur 10 quant à l'extension du piétonnier : 9,18/10

SOCIO-DÉMOGRAPHIE

- **Âge moyen :**
42,5 ans (plus jeunes que la moyenne)
- **Composition de ménage :**
Diversifiée (couples avec ou sans enfant, célibataires seuls, …)
- **Statuts socio-professionnel :**
Principalement travailleurs à temps plein.

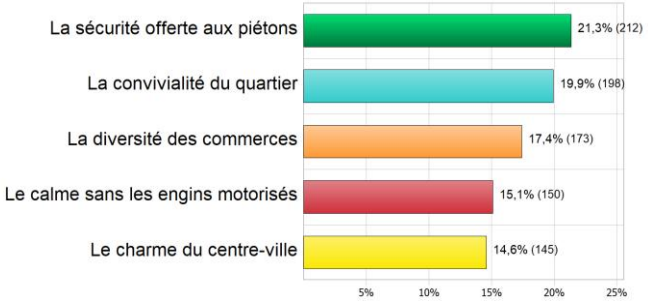
USAGES DU PIÉTONNIER

- **Principaux usages :**
Effectuer des achats, consommer dans l'HoReCa, se promener, participer à des événements, y travailler ou étudier
- **Fréquence de visite** moyenne du piétonnier : **9X par mois**
- **Moyens de transport privilégiés** vers le CV* :

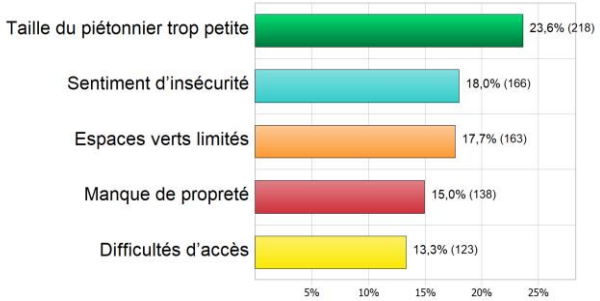


- Durée de marche moyenne acceptable** : **8,5min**

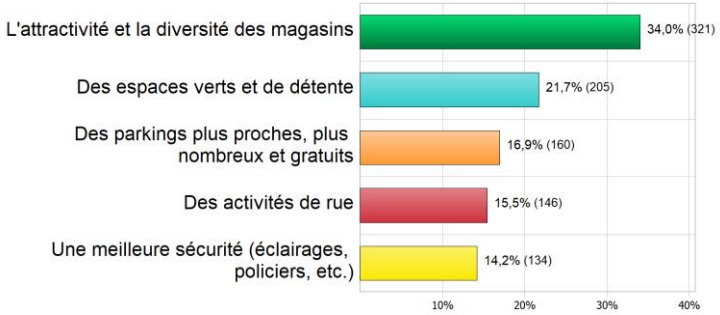
FORCES PIÉTONNIER ACTUEL



FAIBLESSES PIÉTONNIER ACTUEL

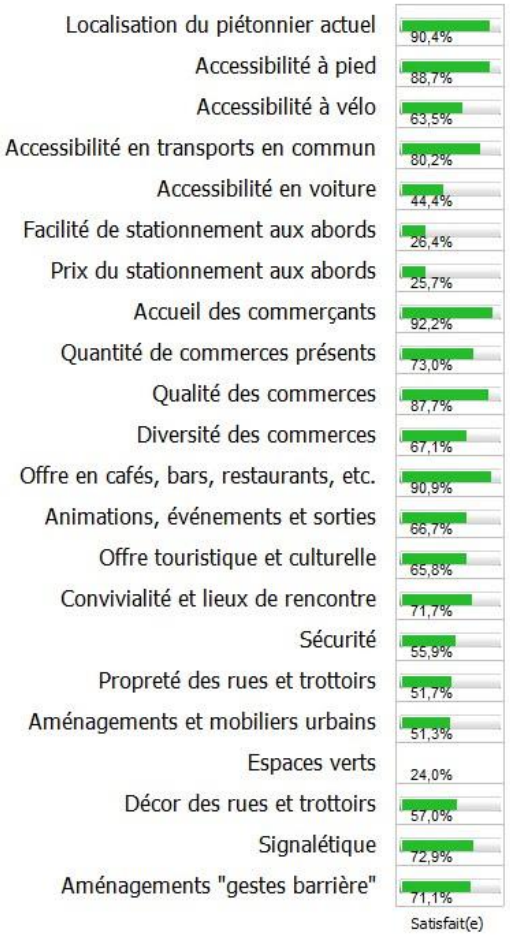


INCITANTS DE FRÉQUENTATION



Ce profil, plus jeune que la moyenne et enclin à marcher davantage, est très favorable à une extension du piétonnier. Personnes relativement sensibles à l'offre commerciale du piétonnier, mais aussi aux espaces verts et de détente, à l'accessibilité en voiture ou encore à la sécurité. Bonne satisfaction du piétonnier actuel.

ANALYSE DE SATISFACTION



Satisfaction globale : 84,6%

*Pour arriver aux abords du centre-ville
**Pour atteindre le piétonnier

B.4. Enquêtes auprès de la population – D. TYPOLOGIES D'USAGERS

Les « DÉFAVORABLES À UNE EXTENSION DU PIÉTONNIER NAMUROIS »

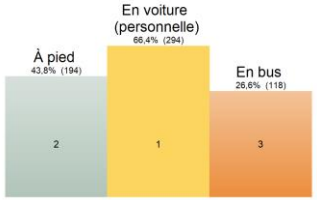
Note moyenne sur 10 quant à l'extension du piétonnier : 1,74/10

SOCIO-DÉMOGRAPHIE

- **Âge moyen :**
45 ans (plus âgés que la moyenne)
- **Composition de ménage :**
Diversifiée (couples avec ou sans enfant, célibataires seuls, …)
- **Statuts socio-professionnel :**
Principalement travailleurs + pensionnés

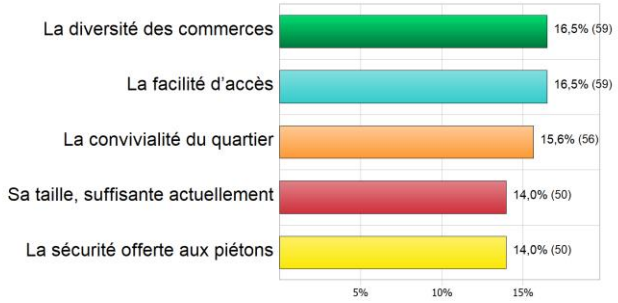
USAGES DU PIÉTONNIER

- **Principaux usages :**
Effectuer des achats, consommer dans l'HoReCa, se promener, y travailler ou étudier, participer à des événements
- **Fréquence de visite** moyenne du piétonnier : **9X par mois**
- **Moyens de transport privilégiés** vers le CV* :

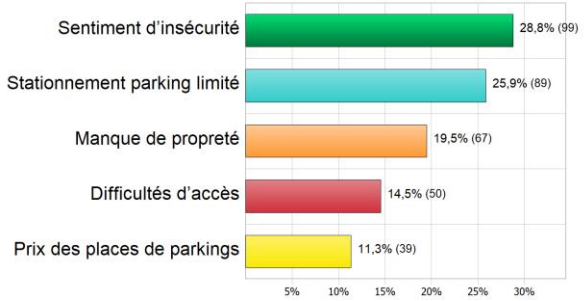


- Durée de marche moyenne acceptable** : **7min**

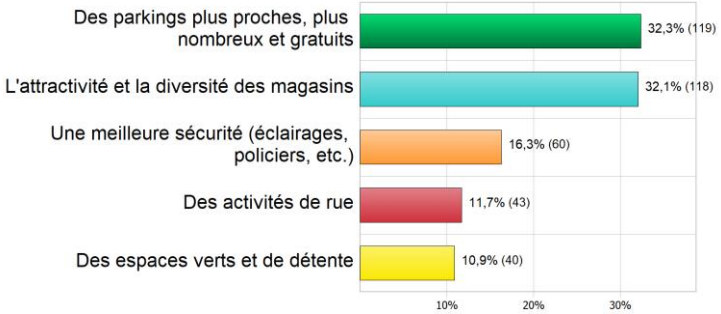
FORCES PIÉTONNIER ACTUEL



FAIBLESSES PIÉTONNIER ACTUEL

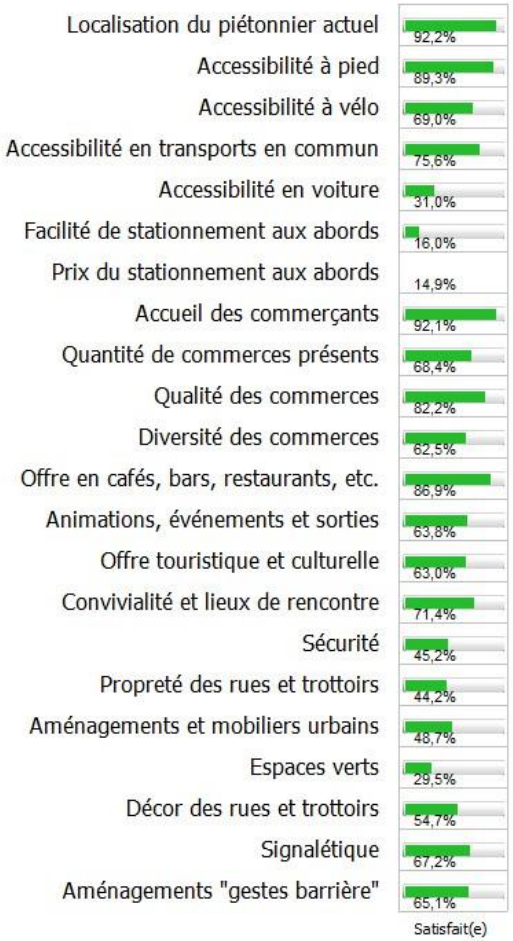


INCITANTS DE FRÉQUENTATION



Ce profil, plus âgé que la moyenne et très dépendant de la voiture, est nettement défavorable à une extension du piétonnier. Personnes relativement sensibles à la proximité et gratuité des parkings, à l'offre commerciale du piétonnier, et à la sécurité dans ce quartier. Moins satisfaites du piétonnier actuel.

ANALYSE DE SATISFACTION



Satisfaction globale : 77,0%

*Pour arriver aux abords du centre-ville
**Pour atteindre le piétonnier

B.4. Enquêtes auprès de la population – D. TYPOLOGIES D'USAGERS

Les « HABITANT·E·S DU CENTRE-VILLE »

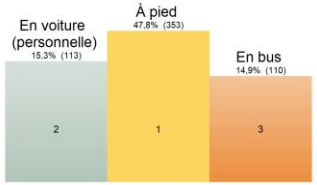
Note moyenne sur 10 quant à l'extension du piétonnier : 6,86/10

SOCIO-DÉMOGRAPHIE

- **Âge moyen :**
44,8 ans (plus âgés que la moyenne)
- **Composition de ménage :**
Principalement couples sans enfant et célibataires seuls
- **Statuts socio-professionnel :**
Principalement travailleurs + pensionnés

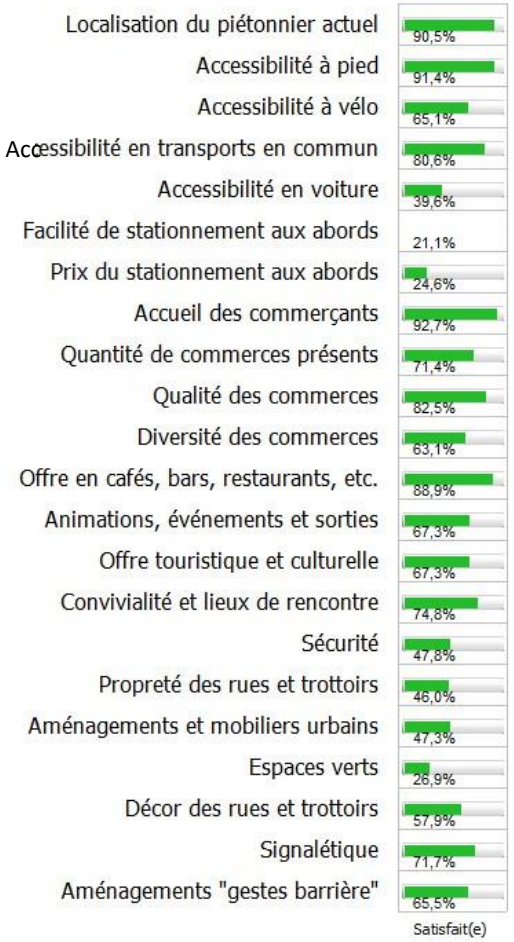
USAGES DU PIÉTONNIER

- **Principaux usages :**
Effectuer des achats, se promener, consommer dans l'HoReCa, le fait d'y habiter ou d'être à proximité, participer à des événements
- **Fréquence de visite** moyenne du piétonnier : **15X par mois**
- **Moyens de transport privilégiés** vers le CV* :



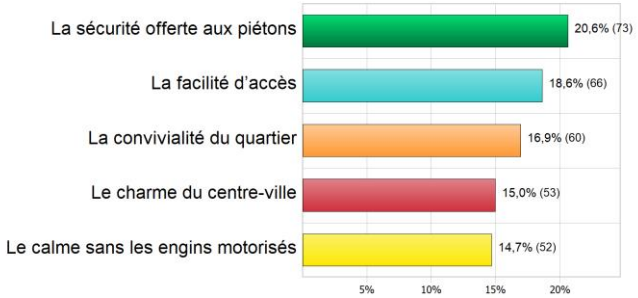
- Durée de marche moyenne acceptable** : **9min**

ANALYSE DE SATISFACTION

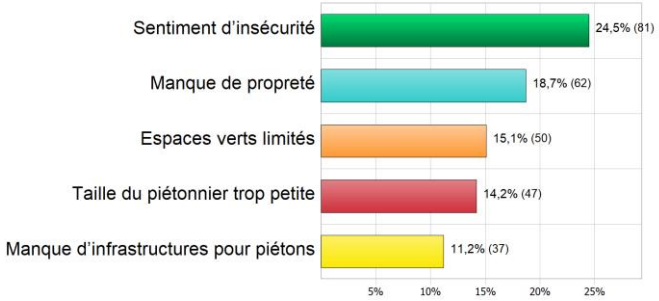


Satisfaction globale : 82,4%

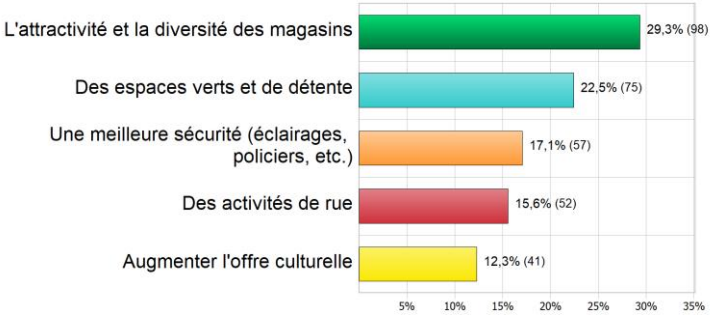
FORCES PIÉTONNIER ACTUEL



FAIBLESSES PIÉTONNIER ACTUEL



INCITANTS DE FRÉQUENTATION



Ce profil d'habitants du centre-ville, fréquentant le piétonnier 1 jour sur 2, est assez favorable à une extension du piétonnier. Souvent des couples ou personnes vivant seules, ils sont prêts à marcher + longtemps. Sensibles à l'offre commerciale du piétonnier, aux espaces verts et de détente, et à la sécurité dans ce quartier.

*Pour arriver aux abords du centre-ville
**Pour atteindre le piétonnier

B.4. Enquêtes auprès de la population – D. TYPOLOGIES D'USAGERS

Les « ÉTUDIANT·E·S »

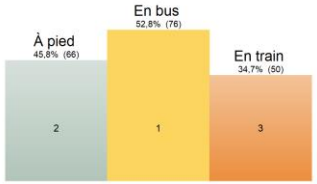
Note moyenne sur 10 quant à l'extension du piétonnier : 6,53/10

SOCIO-DÉMOGRAPHIE

- **Âge moyen :**
20,4 ans (plus jeunes que la moyenne)
- **Composition de ménage :**
Principalement célibataires vivant seul·e·s
- **Statuts socio-professionnel :**
Étudiants ou en formation.

USAGES DU PIÉTONNIER

- **Principaux usages :**
Effectuer des achats, consommer dans l'HoReCa, se promener, le fait d'y étudier
- **Fréquence de visite** moyenne du piétonnier : **10X par mois**
- **Moyens de transport privilégiés** vers le CV* :

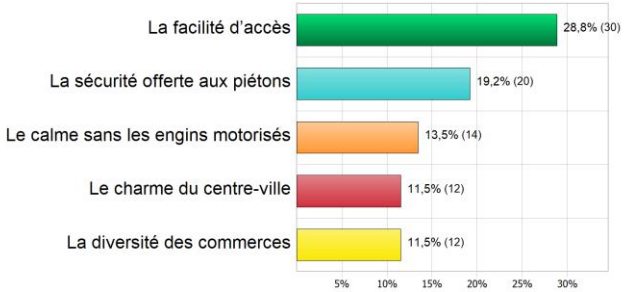


- Durée de marche moyenne acceptable** : **9,5min**

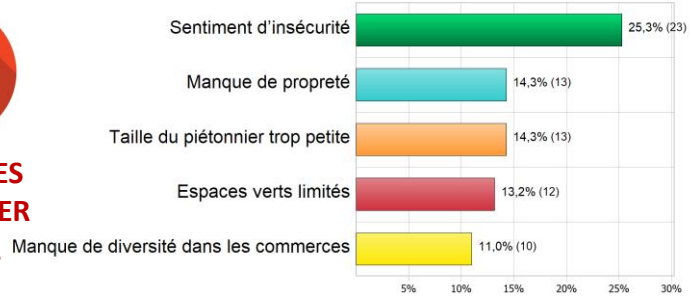
ANALYSE DE SATISFACTION

Satisfaction globale : 90,8%

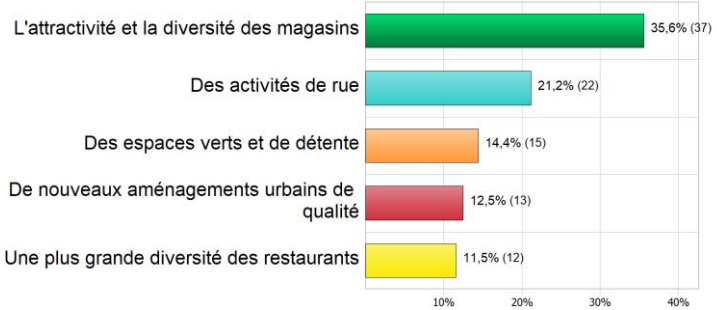
FORCES PIÉTONNIER ACTUEL



FAIBLESSES PIÉTONNIER ACTUEL



INCITANTS DE FRÉQUENTATION



Ces étudiants du centre-ville, logiquement beaucoup plus jeunes, fréquentent le piétonnier régulièrement et en sont très satisfaits. Adeptes de mobilité douce, présentent une bonne adhésion à une extension du piétonnier, moyennant une offre de commerces attractive et diversifiée, des activités de rue et des espaces verts et de détente.

*Pour arriver aux abords du centre-ville
**Pour atteindre le piétonnier

B.4. Enquêtes auprès de la population – D. TYPOLOGIES D'USAGERS

Les « TRAVAILLEUR·EUSE·S »

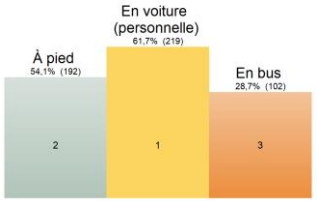
Note moyenne sur 10 quant à l'extension du piétonnier : 6,97/10

SOCIO-DÉMOGRAPHIE

- **Âge moyen :**
43,4 ans (dans la moyenne d'âge)
- **Composition de ménage :**
Diversifié ⇔ Majorité de couples avec enfant(s)
- **Statuts socio-professionnel :**
Travailleur·euse·s à temps plein ou partiel.

USAGES DU PIÉTONNIER

- **Principaux usages :**
Effectuer des achats, le fait d'y travailler, consommer dans l'HoReCa, se promener
- **Fréquence de visite** moyenne du piétonnier : **10X par mois**
- **Moyens de transport privilégiés** vers le CV* :

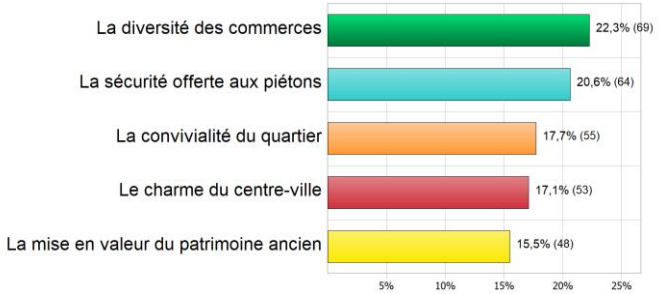


- Durée de marche moyenne acceptable** : **7,5min**

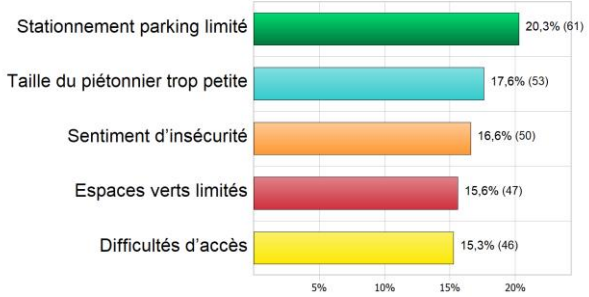
ANALYSE DE SATISFACTION

Satisfaction globale : 81,9%

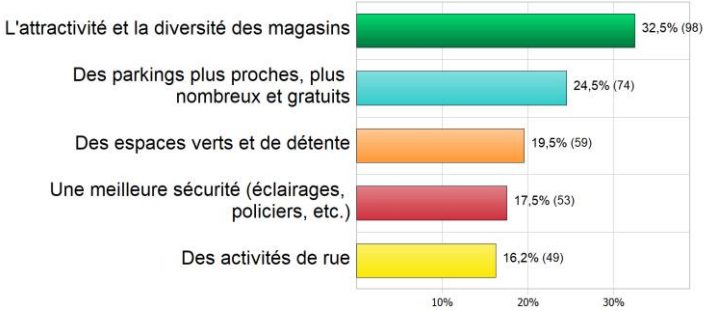
FORCES PIÉTONNIER ACTUEL



FAIBLESSES PIÉTONNIER ACTUEL



INCITANTS DE FRÉQUENTATION



Les travailleurs du centre-ville, souvent en ménage avec enfant(s), fréquentent le piétonnier régulièrement et en sont plutôt satisfaits. Très bonne adhésion à une extension du piétonnier, malgré une forte dépendance à la voiture individuelle. Sensibles à une offre commerciale attractive et diversifiée, à la proximité / gratuité des parkings et aux espaces verts.

*Pour arriver aux abords du centre-ville
**Pour atteindre le piétonnier

B.4. Enquêtes auprès de la population – D. TYPOLOGIES D'USAGERS

Les « CLIENT·E·S »

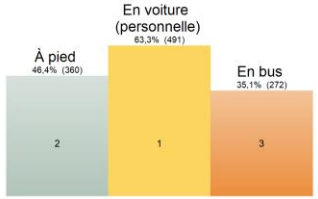
Note moyenne sur 10 quant à l'extension du piétonnier : 6,82/10

SOCIO-DÉMOGRAPHIE

- **Âge moyen :**
45,8 ans (plus âgés que la moyenne)
- **Composition de ménage :**
Diversifié ⇔ Majorité de couples avec ou sans enfant(s)
- **Statuts socio-professionnel :**
Diversifié ⇔ Majorité de travailleur·euse·s

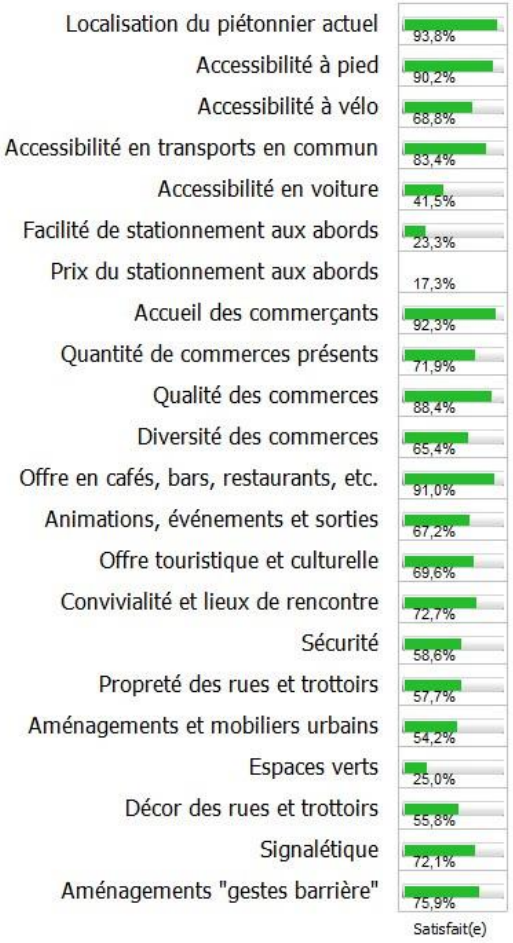
USAGES DU PIÉTONNIER

- **Principaux usages :**
Effectuer des achats, consommer dans l'HoReCa, se promener, participer à des événements ou animations
- **Fréquence de visite** moyenne du piétonnier : **4X par mois**
- **Moyens de transport privilégiés** vers le CV* :



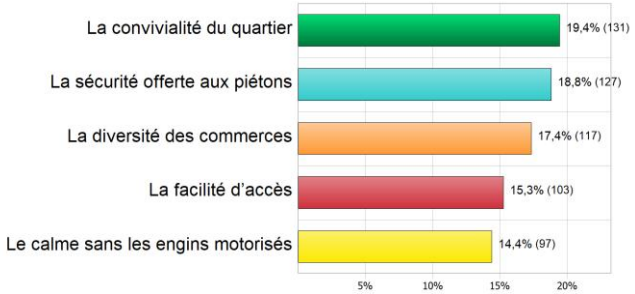
- Durée de marche moyenne acceptable** : **7,5min**

ANALYSE DE SATISFACTION

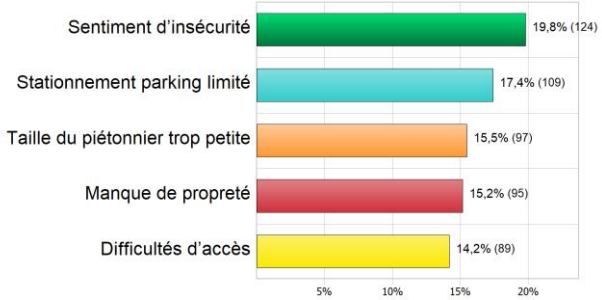


Satisfaction globale : 82,9%

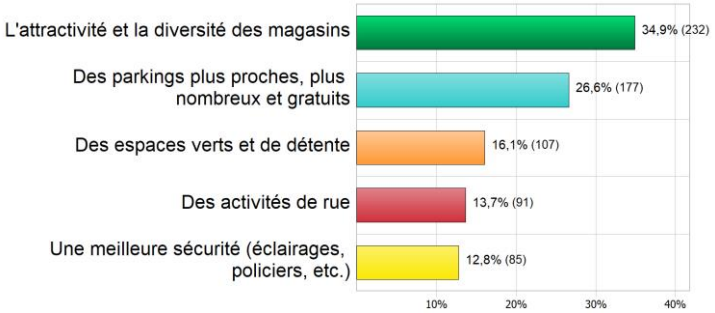
FORCES PIÉTONNIER ACTUEL



FAIBLESSES PIÉTONNIER ACTUEL



INCITANTS DE FRÉQUENTATION



Les client·e·s du centre-ville présentent un profil assez similaire aux travailleurs au regard du piétonnier. Ils sont néanmoins plus âgés, ont une adhésion à l'extension du piétonnier plus modérée (mais restant correcte), tout en ayant des habitudes de fréquentation moindre. Outre l'aspect commercial, les parkings, la convivialité et les espaces verts ont leur importance.

*Pour arriver aux abords du centre-ville
**Pour atteindre le piétonnier

B.4. Enquêtes auprès de la population – D. TYPOLOGIES D'USAGERS

Les « VISITEUR·EUSE·S »

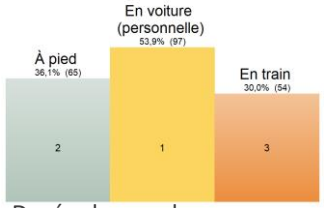
Note moyenne sur 10 quant à l'extension du piétonnier : 6,71/10

SOCIO-DÉMOGRAPHIE

- **Âge moyen :**
45,3 ans (plus âgés que la moyenne)
- **Composition de ménage :**
Diversifié ⇔ Majorité de célibataire·s vivant seul·e·s
- **Statuts socio-professionnel :**
Principalement travailleurs + pensionnés

USAGES DU PIÉTONNIER

- **Principaux usages :**
Effectuer des achats, se promener, consommer dans l'HoReCa, participer à des événements ou animations
- **Fréquence de visite** moyenne du piétonnier : **4X par mois**
- **Moyens de transport privilégiés** vers le CV* :

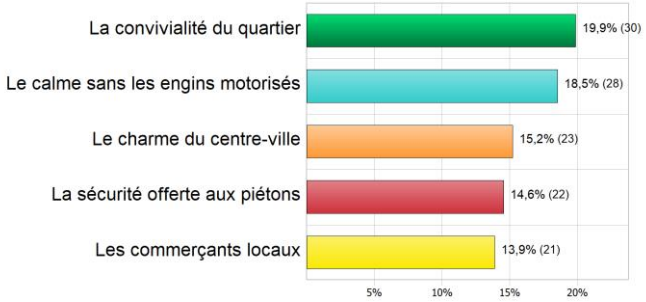


- Durée de marche moyenne acceptable** : **9,5min**

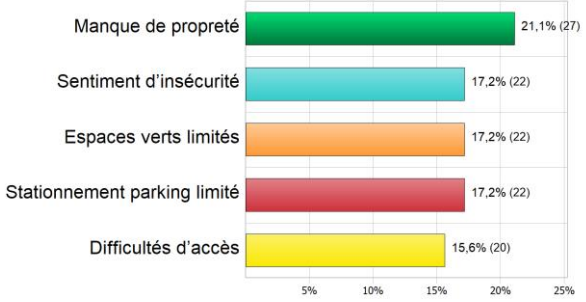
ANALYSE DE SATISFACTION

Satisfaction globale : 86,9%

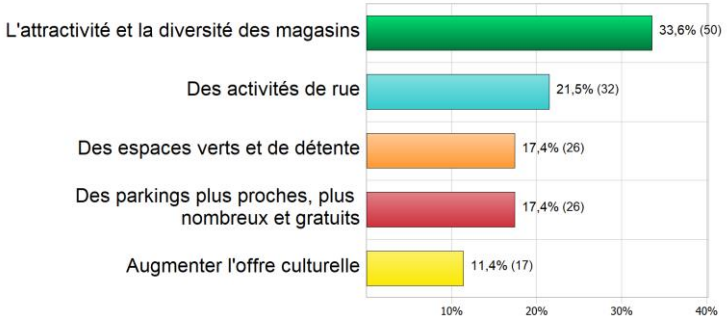
FORCES PIÉTONNIER ACTUEL



FAIBLESSES PIÉTONNIER ACTUEL



INCITANTS DE FRÉQUENTATION



Les visiteur·euse·s du centre-ville sont assez favorables à une extension du piétonnier. Moindre fréquentation de ce dernier (surtout pour des raisons « ludiques »). Besoin de la voiture pour s'y rendre, mais aussi prêt·e·s à marcher longtemps pour l'atteindre. Importance de l'offre commerciale mais aussi de la propreté, des activités de rue et des espaces verts et de détente.

*Pour arriver aux abords du centre-ville
**Pour atteindre le piétonnier

B.4. Enquêtes auprès de la population – E. CONCLUSIONS

- Les **raisons principales de fréquentation** du piétonnier namurois sont d'y effectuer des achats (raison citée par 84,1% des répondants), pour y consommer dans les restaurants, cafés, bars, etc. (62,0%) ou pour s'y promener, sans achat prévu (58,1%)
- Les répondants s'y rendent en moyenne **8 fois par mois** (tous profils confondus) → 15X par mois pour les habitants / 4X par mois pour les visiteur·euse·s et pour les client·e·s
- Le **moyen de transport privilégié** pour arriver en centre-ville sont la **marche** et la **voiture personnelle**. Une fois aux abords du centre-ville, les étudiant·e·s sont prêt·e·s à marcher en moyenne **9,5min** pour arriver au piétonnier VS **7,5min** pour les travailleur·euse·s et les client·e·s

FORCES ACTUELLES

- La sécurité offerte aux piétons (dans le sens de la « circulation piétonne », vis-à-vis des autres modes de transport)
- La convivialité du quartier
- La diversité des commerces

FAIBLESSES ACTUELLES

- Le sentiment d'insécurité (dans le sens de la fréquentation nocturne)
- Le stationnement parking limité aux abords du piétonnier
- Le manque de propreté

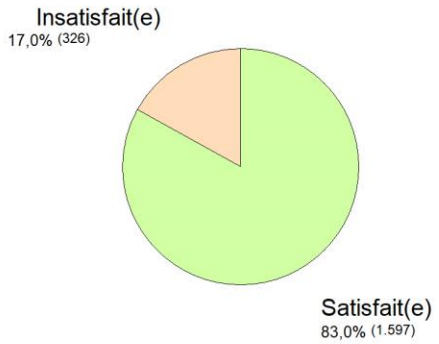
B.4. Enquêtes auprès de la population – E. CONCLUSIONS

+ Important
- Satisfaisant

+ Important
+ Satisfaisant

ANALYSE DE SATISFACTION

Satisfaction globale :



A améliorer en priorité…	Soutenir l'effort…
- Le décor des rues et les trottoirs - Les aménagements et mobiliers urbains	- La localisation du piétonnier actuel - L'accessibilité à pied - L'accessibilité en transports en commun - La quantité, qualité et diversité des commerces - L'accueil des commerçants - La convivialité et lieux de rencontre - L'offre en cafés, bars, restaurants, etc. - La signalétique au sein et aux abords du piétonnier - Les animations, événements et sorties proposées
Surveiller…	**Conserver…**
- La sécurité - La propreté des rues et trottoirs - L'accessibilité en voiture - Les espaces verts - La facilité de stationnement aux abords - Le prix du stationnement aux abords	- L'offre en activités touristiques et culturelles - Les aménagements « geste barrière » - L'accessibilité à vélo

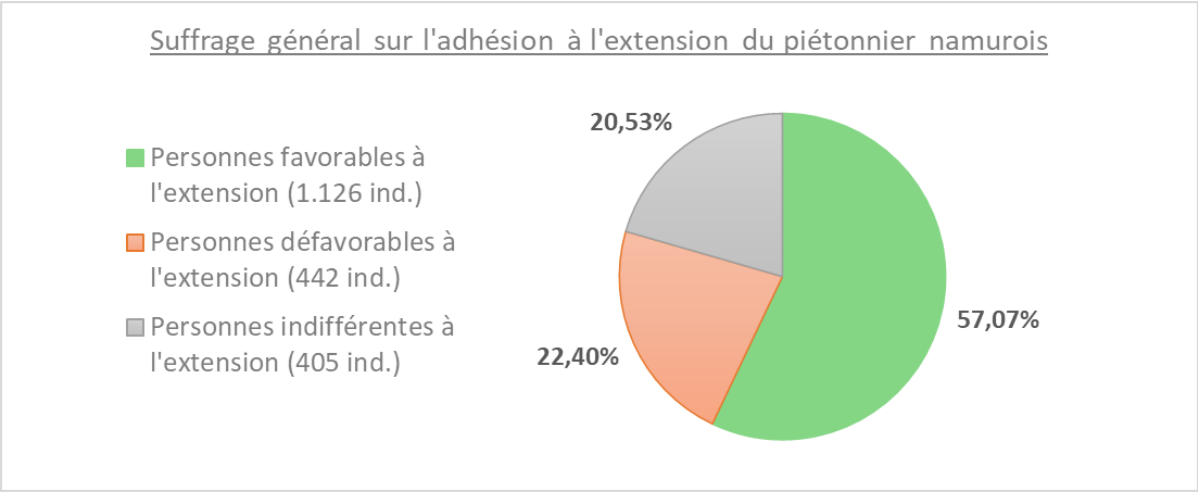
- Important
- Satisfaisant

- Important
+ Satisfaisant

INCITANTS DE FRÉQUENTATION DU PIÉTONNIER

- Rôle de **commerces attractifs et diversifiés** au sein du piétonnier demeure incontournable. Ceci indique l'importance d'intégrer des rues déjà commerçantes si une extension était à considérer.
- L'enjeu des **parkings aux abords du piétonnier**, « plus nombreux et gratuits », est également crucial, ce à quoi de nombreux projets en cours de grande envergure s'efforcent de répondre.
- Viennent ensuite l'intérêt pour les **espaces verts et de détente**, les **activités de rue** plus fréquentes ou encore une **meilleure sécurité** (éclairages, police, etc.).

B.4. Enquêtes auprès de la population – E. CONCLUSIONS



RAISONS FAVORABLES

- La sécurité pour les usagers
- Un centre-ville plus agréable et moins pollué sans voitures
- Encourager la vie de quartier et les rapports humains

RAISONS DÉFAVORABLES

- Le piétonnier actuel est suffisant
- La ville doit rester accessible en voiture (pour les commerçants et habitants), les parkings sont trop éloignés
- Difficultés pour les PMR

TYPOLOGIES D'USAGERS

- Les **personnes favorables** sont en moyenne plus jeunes (légèrement), sont prêtes à marcher plus longtemps et viennent surtout dans le piétonnier pour l'offre commerciale, l'HoReCa, le travail ou les études, et les promenades
- Les **personnes défavorables** sont en moyenne plus âgées (légèrement), sont très dépendantes de la voiture et prêtes à marcher moins longtemps pour accéder au piétonnier. Satisfaction actuelle du piétonnier plus mitigée.
- Les **habitant·e·s du centre-ville**, les **travailleur·euse·s** et les **client·e·s** sont nettement favorables à une extension
- Les **étudiant·e·s** et les **visiteur·euse·s** du centre-ville sont plutôt favorables
- Les **commerçant·e·s** sont plutôt défavorables

Synthèse AFOM socio-économique – Analyse de l'OFFRE (issue du diagnostic)

ATOUTS

- De nombreux générateurs de flux (écoles, universités, institutions publiques)
- Une toile piétonne déjà bien marquée et fortement fréquentée
- Une offre commerciale concentrée dans le quartier Historique ainsi que dans le quartier de la Gare
- L'offre commerciale est diversifiée avec une forte dominance pour l'équipement de la personne et l'Horeca (un quart de l'offre se localise dans le piétonnier actuel). Ce type de commerce invite à la flânerie et à la déambulation dans les rues commerçantes
- Bassin de consommation important, 23 communes pour les achats semi-courants légers
- Plusieurs nouveaux projets vont permettre d'obtenir des logements, des bureaux, des commerces supplémentaires → Générer des flux supplémentaires
- Une offre touristique bien ancrée dans la Corbeille et dans laquelle le piétonnier joue un rôle majeur en tant que pôle « Horeca, patrimoine, art & culture »
- Un lien direct avec un marché hebdomadaire de qualité et bien fréquenté, partie intégrante de l'expérience urbaine

FAIBLESSES

- Taux de vacance du piétonnier actuel relativement élevé
- Population vieillissante, le quartier Historique et le quartier de la Gare comptent davantage de personnes âgées
- Décroissance de la population au sein de la Corbeille (-0,74%)
- Revenu par habitant plus faible dans la Corbeille et ses abords, le pouvoir d'achat de la population la plus proche des commerces est moins important
- Manque de zones de livraisons actuellement
- Usage de la voie publique par les commerçants (terrasses, échoppes, etc.), stimulée par la petite taille des cellules commerciales, pouvant poser des problèmes de circulation pour les piétons
- Opinion partagé des commerçants vis-à-vis du marché hebdomadaire (décalage dans l'heure d'arrivée des chalands le samedi, jour de haute fréquentation)

OPPORTUNITÉS

- Une offre touristique en développement (Ex : projet phare du téléphérique)
- Engouement pour le tourisme Wallon, suite à la pandémie. En tant que destination phare en Wallonie, Namur doit surfer sur cette tendance du tourisme local
- Le piétonnier est souvent agrandi pour les festivités et le marché hebdomadaire. Les riverains et les utilisateurs ont déjà l'habitude de fréquenter une zone piétonne agrandie
- Les projets en cours dans la Corbeille favorisent les modes doux et les lieux de rencontre
- Le projet futur du Square Léopold particulièrement, représente une opportunité avec son mix de logements, de commerces et de bureaux
- En cas d'extension du piétonnier, il est favorable de privilégier les rues ayant une offre commerciale développée et contenant de l'équipement de la personne ainsi que de l'HoReCa
- Terrasses agrandies suite aux mesures du COVID
- Volonté de renforcer la politique événementielle

MENACES

- Le taux de vacance est relativement élevé dans le piétonnier actuel. Il faudra rester vigilant, car il risque d'augmenter dans les mois à venir suite aux impacts de la crise COVID. Une vacance élevée peut diminuer fortement l'attractivité du piétonnier
- Risques d'isolement des personnes plus âgées ou à mobilité réduite
- Prix du foncier qui risque d'augmenter pour des rues qui passeraient en rues piétonnes. Il est actuellement élevé dans la Corbeille et l'est d'autant plus dans le piétonnier.
- Risques d'évolution vers des quartiers monofonctionnels (Exemple de la montée de l'HoReCa dans le piétonnier)
- Risques de difficultés de gestion de circulation entre marché hebdomadaire, événements et nouvelles zones piétonnes (inversions plus nombreuses des sens de circulation à éviter)

Synthèse AFOM socio-économique – Analyse de la DEMANDE (issue des enquêtes)

ATOUTS

- La localisation « centrale » du piétonnier est très appréciée
- L'accessibilité globale en modes doux et transports en commun est positivement reçue
- La sécurité offerte aux piétons (dans le sens de la « circulation piétonne », vis-à-vis des autres modes de transport)
- La convivialité du quartier
- La diversité des commerces
- Un piétonnier attractif pour une variété d'usages : pour y effectuer des achats (raison citée par 84,1% des répondants), pour y consommer dans les restaurants, cafés, bars, etc. (62,0%) ou pour s'y promener, sans achat prévu (58,1%)
- Une fréquentation très régulière des habitant·e·s du centre-ville (en moyenne 15X par mois)

FAIBLESSES

- Le sentiment d'insécurité (dans le sens de la fréquentation nocturne) est la principale faiblesse citée par les usagers
- Le stationnement parking limité aux abords du piétonnier et l'accessibilité en voiture sont mal perçues
- Le manque de propreté des rues et trottoirs ressenti par les usagers
- Le manque d'espaces verts
- Le décor des rues et les aménagements urbains proposés sont insuffisants selon les usagers
- Une fréquentation du piétonnier assez occasionnelle pour les visiteur·euse·s et pour les client·e·s du centre-ville (en moyenne 4X par mois)

OPPORTUNITÉS

- 57,07% de personnes favorables à une extension du piétonnier namurois, et 20,53% de personnes indifférentes
- Selon les usagers, une extension du piétonnier est une opportunité pour améliorer la sécurité des piétons, d'avoir un centre-ville plus agréable et moins pollué et d'encourager la vie de quartier et les rapports humains
- Les habitant·e·s du centre-ville, les travailleur·euse·s et les client·e·s sont nettement favorables à une extension
- Les étudiant·e·s et les visiteur·euse·s du centre-ville sont plutôt favorables
- Rôle de commerces attractifs et diversifiés au sein du piétonnier demeure incontournable. Ceci indique l'importance d'intégrer des rues déjà commerçantes si une extension était à considérer.
- Réel intérêt pour davantage d'espaces verts et de détente, et plus d'activités de rue

MENACES

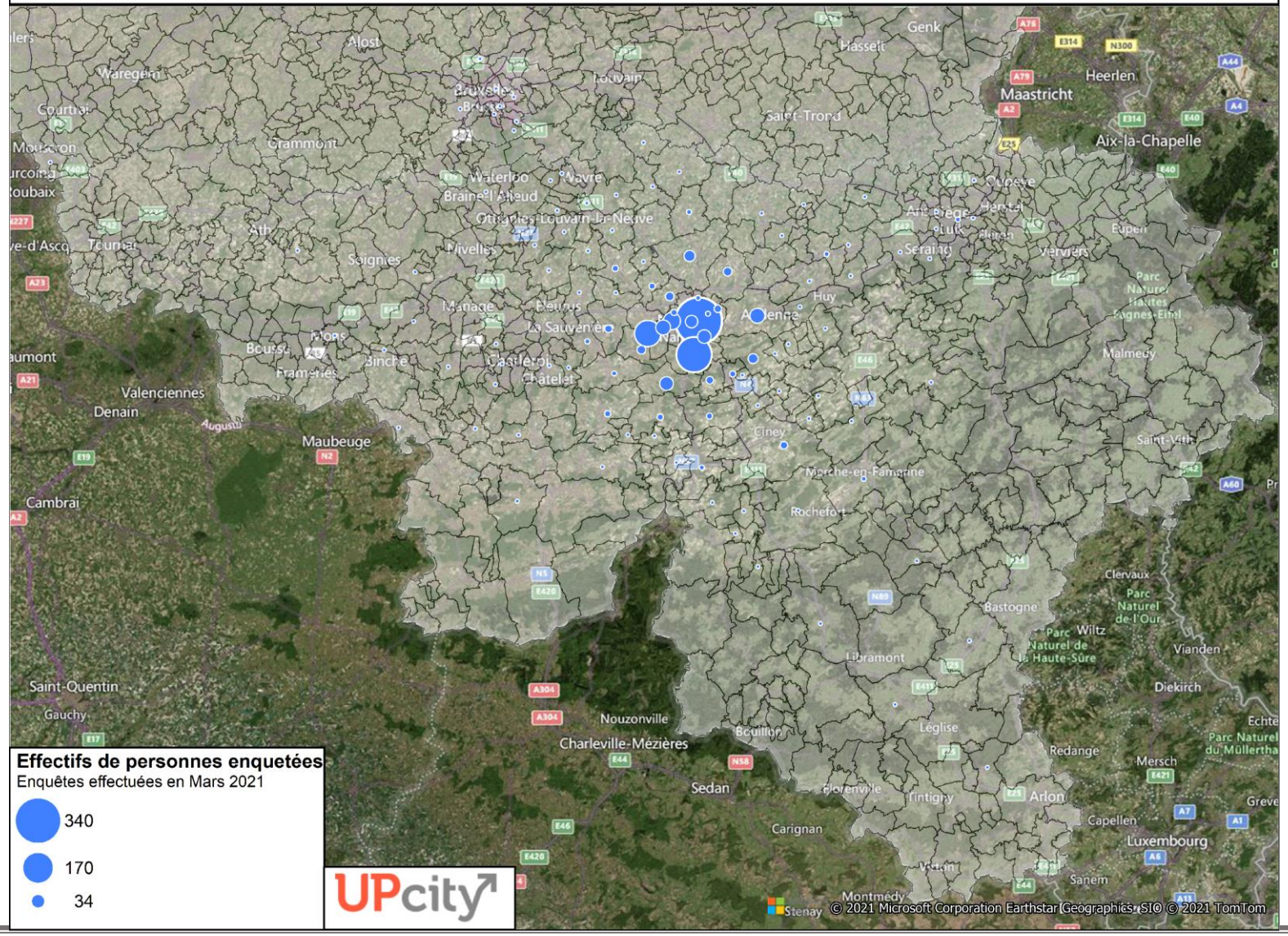
- 22,40% de personnes défavorables à l'extension du piétonnier
- Selon les usagers, une extension du piétonnier est un risque d'investissement inutile (car le piétonnier actuel est suffisant), de perte d'accessibilité en voiture et de difficultés pour les PMR
- Les commerçant·e·s sont plutôt défavorables à une extension

agora

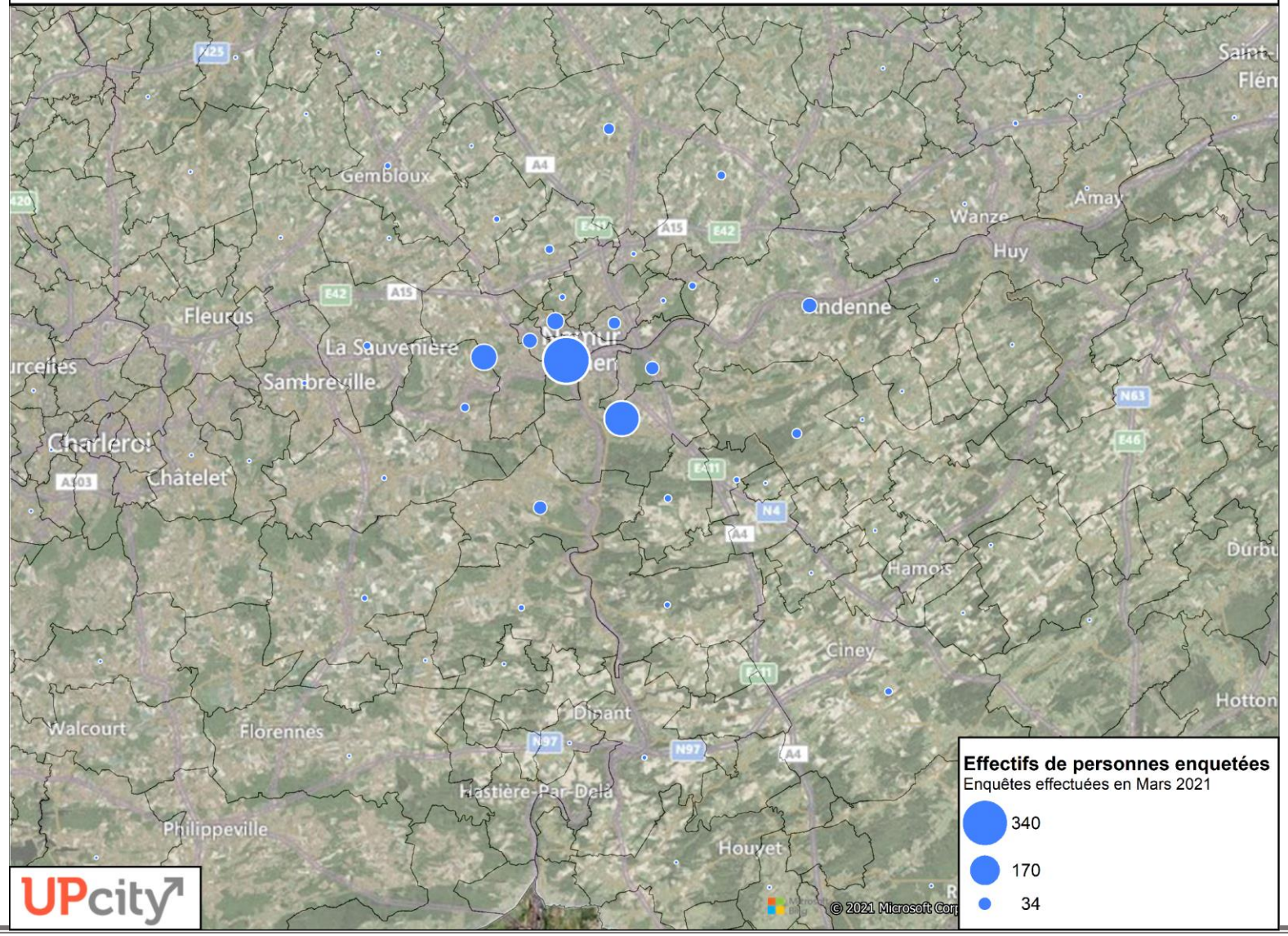
Avenue Van Volxem, 79 - 1190 Forest - Van Volxemlaan, 79 - 1190 Voorst
agora@agora-urba.be - www.agora-urba.eu

ANNEXES

Origine des personnes enquêtées via le web en Mars 2021

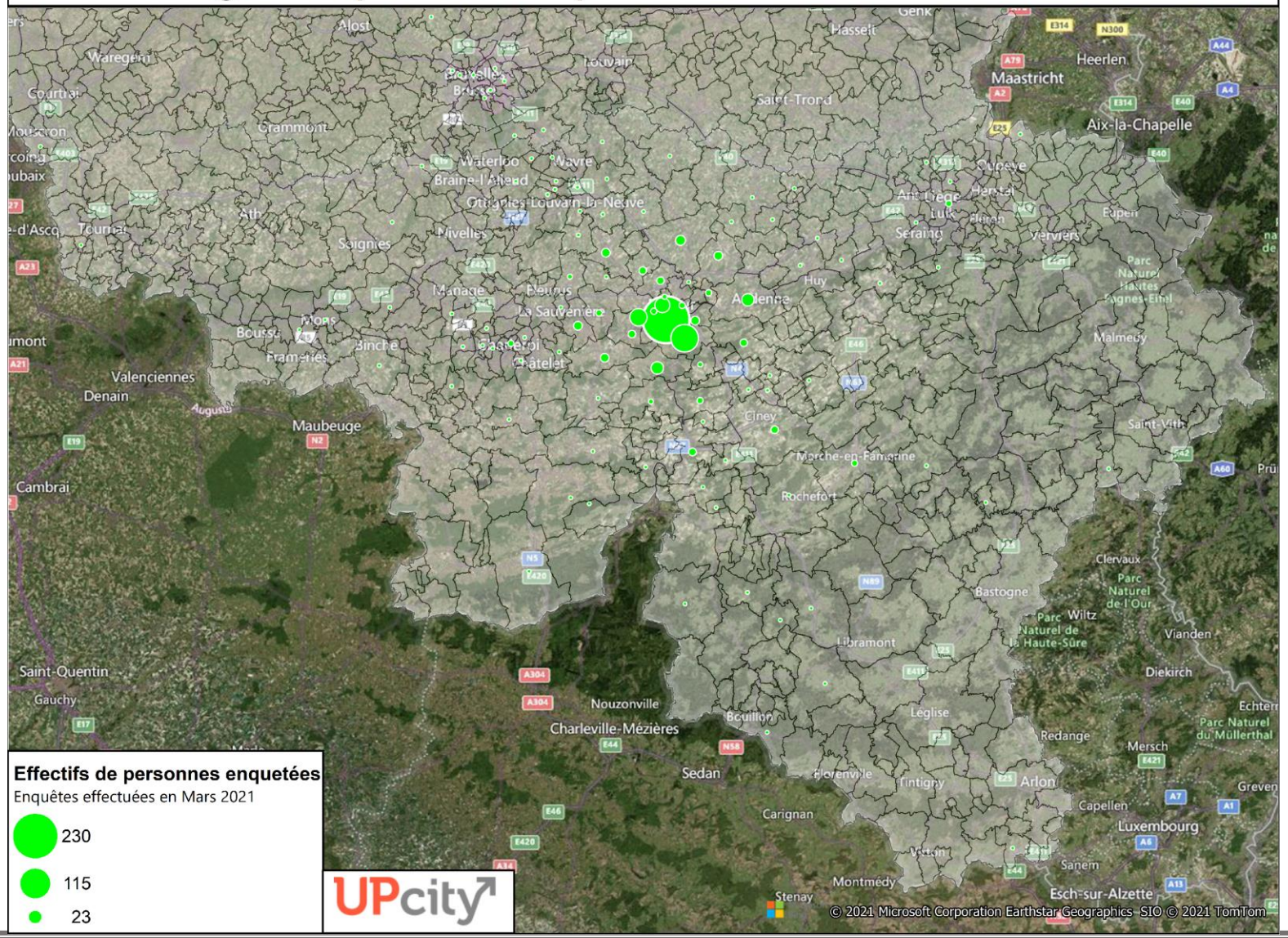


Origine des personnes enquêtées via le web en Mars 2021



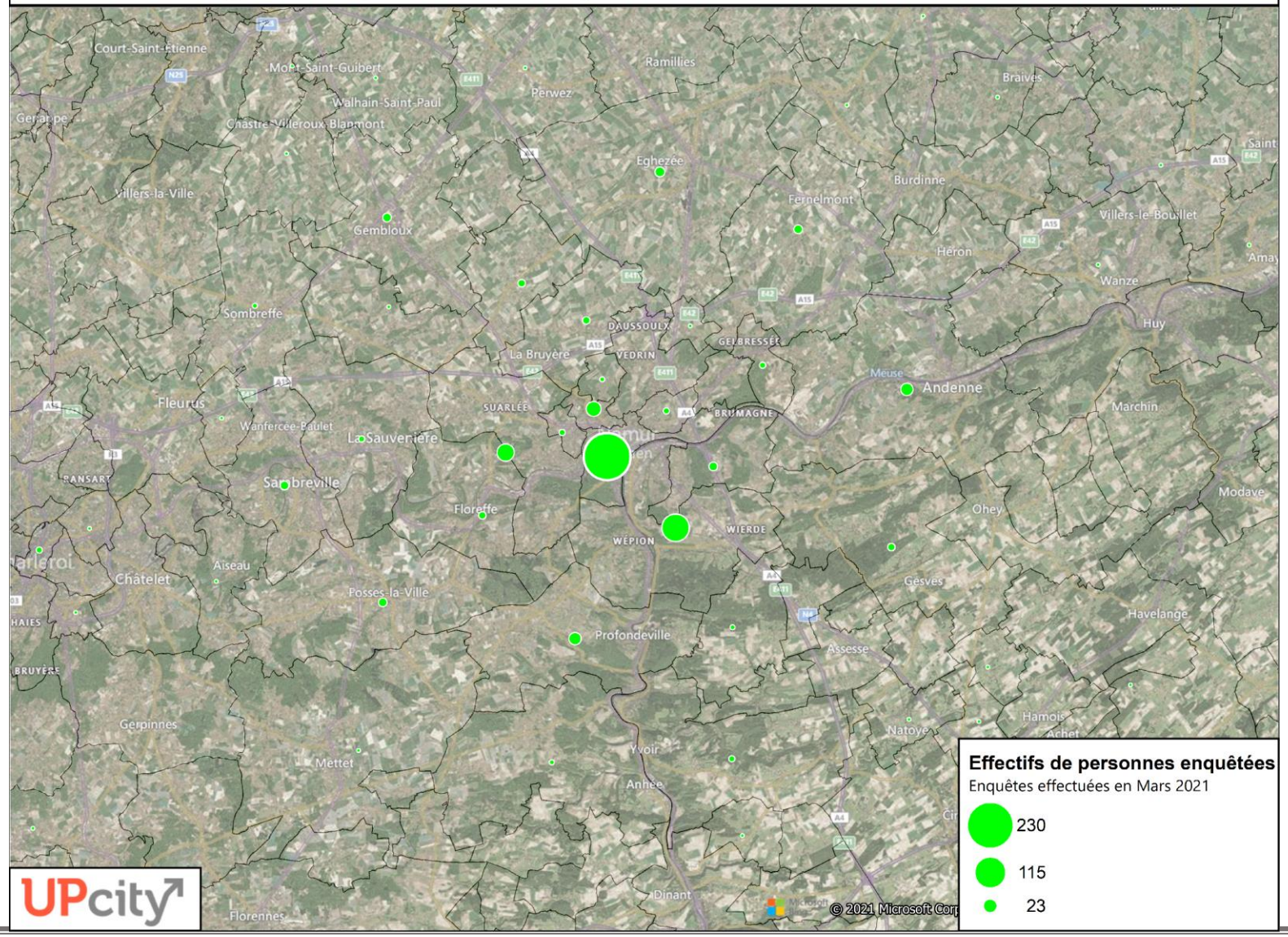
ANNEXES

Origine des personnes enquêtées en face-à-face en Mars 2021

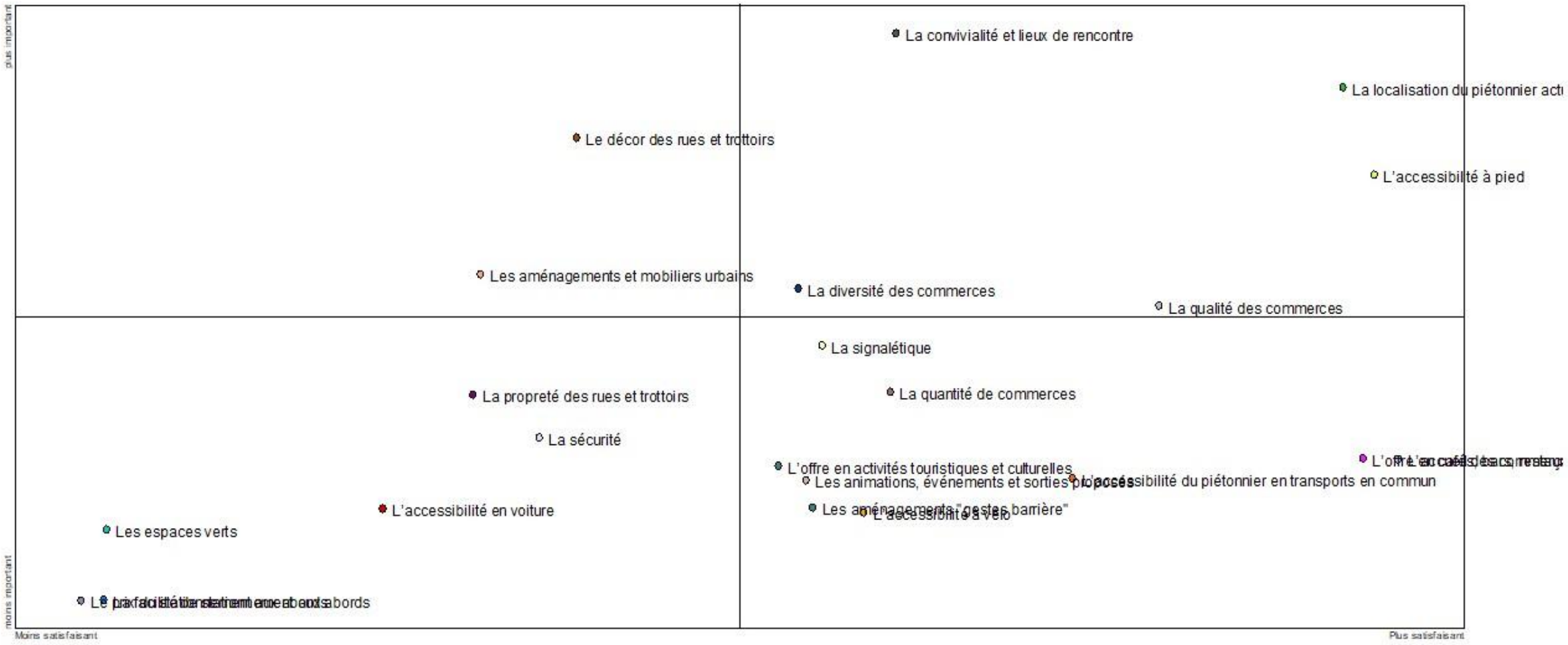
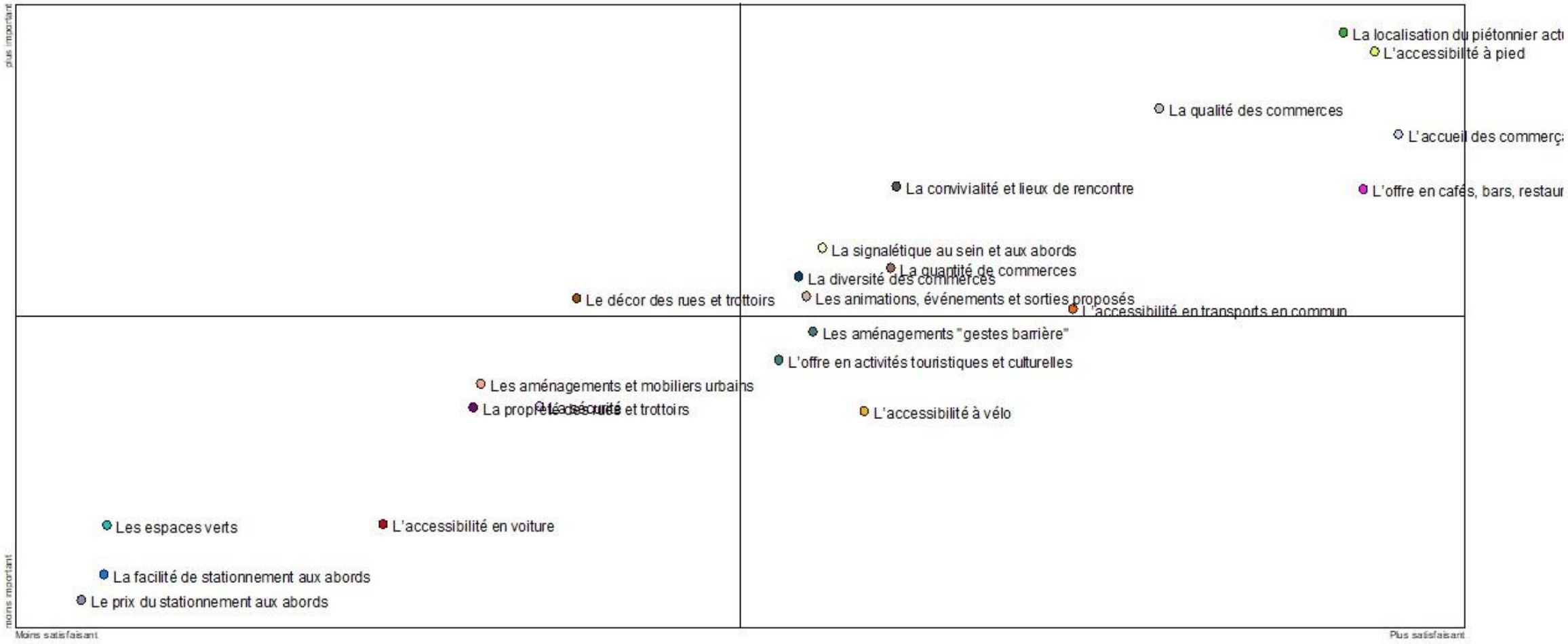


ANNEXES

Origine des personnes enquêtées en face-à-face en Mars 2021



Pour passer d'une satisfaction faible à moyenne :



Pour passer d'une satisfaction moyenne à élevée :