Zeitschrift: Domaine public

Herausgeber: Domaine public

Band: - (2017)

Heft: 2166

Artikel: Commerces au centre des villes entre difficultés économiques et évolution des modes de vie : un déclin possible mais nullement inéluctable

Autor: Rey, Michel

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1014314

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 08.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Commerces au centre des villes entre difficultés économiques et évolution des modes de vie

Un déclin possible mais nullement inéluctable

Michel Rey - 26 mai 2017 - URL: https://www.domainepublic.ch/articles/31559

En Suisse, le commerce de détail est à la peine, en particulier dans le centre des villes, petites et moyennes.

Les principales causes de cet essoufflement général sont connues: forte concurrence, hausse du franc suisse, tourisme des achats et développement des ventes en ligne. Si le secteur alimentaire résiste grâce au bio et au commerce de proximité, les autres branches, habillement et chaussures en tête, subissent un net recul de leur chiffre d'affaires.

Dans de nombreuses régions de Suisse, la densité de l'offre diminue, notamment dans les régions rurales et les petits centres urbains. Alors que les détaillants de l'alimentation ont plutôt tendance à prévoir l'extension de leurs surfaces de vente ou même l'ouverture de nouveaux magasins, on enregistre de nombreuses disparitions d'enseignes dans les autres branches. Bien évidemment, ces mouvements appauvrissent le centre des villes. Mais ils n'expliquent pas, à eux seuls, leur perte d'attractivité commerciale.

Le style de vie urbain des *«ruraux»*

Les commerçants considèrent les difficultés d'accès automobile et le manque de places de stationnement comme les causes principales de la désaffection des centres. Cette opinion a certes sa part de pertinence. Mais pour Paul Dominik Hasler, cofondateur du Réseau vieille ville de l'Aspan, ce déclin tient bien plutôt au style de vie de plus en plus urbain des résidents en région rurale. Ces derniers adoptent progressivement un comportement *«acentré»*, sans plus de référence automatique à une cité. Accros de la voiture, ils consomment du cinéma, des loisirs, de la culture, de la gastronomie sans se préoccuper du lieu ni de son éloignement. Le *«rural»* typique n'a plus besoin de *«sa ville»* pour y trouver l'indispensable et la fréquente tout au plus comme le décor d'une fête locale ou pour s'installer sur une terrasse un soir d'été.

Les capacités d'accueil de ces centres ne sont pas conçues pour ce genre de mobilité. Mais augmenter le nombre de places de stationnement et les axes routiers coûte cher et porte atteinte aux caractéristiques architecturales et historiques des centres. Porteurs d'une identité, les centres-ville font partie des noyaux historiques de la cohésion sociale et territoriale. Ils ont une valeur historique et représentent un modèle de densification. S'ils perdent leurs fonctions résidentielles et commerciales, elles s'avéreront difficilement récupérables.

Est-ce à dire qu'il n'y a pas d'avenir commercial pour ces relativement petites villes? Au contraire, comme le démontrent les expériences menées par le centre de conseil de l'Aspan pour les villes et les communes. Ce centre a conseillé une quarantaine de communes et de villes de 2'000 à 70'000 habitants, soucieuses de leur avenir commercial. Les communes d'Aarberg (BE) et de Delémont constituent les expériences les plus intéressantes.

La nécessaire vision d'avenir au niveau régional

L'aménagement d'un centre-ville ne peut pas se limiter à la révision du plan d'affectation ni à celle du règlement d'urbanisme de la commune – même s'il s'agit de conditions indispensables à son dynamisme. En amont, il convient d'élaborer une vision d'avenir au niveau régional. Car la collaboration intercommunale est indispensable si l'on tient à éviter que l'implantation des grandes surfaces et autres commerces se fasse dans les communes périphériques.

C'est ainsi qu'en 2007, la ville de Delémont *«s'est entendue avec les communes voisines pour que les grandes surfaces restent l'apanage du centre régional et que les villages voisins lui transmettent les demandes des distributeurs concernés. La Ville s'est ainsi trouvée à plusieurs reprises en position de contraindre des acteurs comme Migros ou Aldi à s'implanter au centre-ville»* (*Redynamiser les centres des villes*). Et cela après n'avoir pu empêcher le départ de Coop, partie quatre ans plus tôt à Bassecourt pour y installer son Centre Jura.

Une démarche participative

En matière d'urbanisme, les réglementations revêtent souvent un caractère contraignant ou restrictif. Mais il ne suffit pas d'empêcher l'indésirable. Il faut aussi œuvrer pour créer le souhaitable. Il s'agit donc d'associer à l'élaboration de la vision et à la conception des mesures les acteurs de la vie commerciale et sociale du centre-ville: commerçants, propriétaires immobiliers, représentants des habitants, des associations culturelles, etc.

Cette démarche participative est une condition-clé du succès de la conversion et du réaménagement des centres de villes. Elle permet de concrétiser la coordination des besoins des commerçants et des habitants, de fixer les règles de circulation au sein du bourg, d'organiser les zones de stationnement et les espaces verts, d'envisager la réalisation de projets d'animation commerciale et culturelle.

Dans le cas de la commune bernoise d'Aarberg, on note avec intérêt le rôle de Migros. Sa recherche d'un lieu d'implantation pour son nouveau centre commercial s'est faite en concertation avec les commerces locaux qui pourront ainsi profiter de son effet d'attraction.

Le centre-ville de Fribourg au défi

Autre cas intéressant mais inquiétant, celui de Fribourg. La ville peine aujourd'hui déjà à maintenir l'attractivité de son centre-ville. La multiplication de centres commerciaux à sa périphérie explique en grande partie ce déclin.

Avry Centre, le centre commercial créé par la Migros en 1973 connaîtra d'ici 2020 une mue radicale. Un nouveau centre d'activités avec des restaurants, un centre aquatique, une école-club Migros, un cinéma multiplexe, un centre médical et un fitness sont prévus pour attirer une clientèle qui aujourd'hui ne souhaite plus se déplacer à une telle distance pour faire banalement ses achats. Ce projet s'inscrit dans la tendance, observable en Suisse aussi, à procéder au remplacement de centres commerciaux par des centres d'activités et de loisirs.

On ne peut faire grief à Migros de vouloir rentabiliser la poursuite de ses activités. Selon les promoteurs, les autorités locales et la population seraient séduites par le projet. Il n'y aurait miraculeusement que des gagnants. En fait, on doit sérieusement craindre que ce projet ne porte un coup fatal au commerce du centre-ville de Fribourg. Car la clientèle supplémentaire attendue dans un Avry Centre rajeuni ne pourra provenir que de l'agglomération fribourgeoise – les régions lémanique et bernoise étant déjà dotées de tels centres d'activité. Avry Centre va immanquablement entrer en concurrence avec les commerces, les restaurants et les activités culturelles (cinémas, théâtre) du centre-ville de Fribourg.

En matière de développement commercial, l'indispensable vision d'ensemble semble faire défaut dans l'agglomération fribourgeoise. Les communes se disputent l'implantation de nouvelles surfaces commerciales. Aucune démarche de concertation n'est prévue. Autant dire que s'écrit désormais la chronique de la mort annoncée du commerce au centre-ville de Fribourg.