

T&

E

VLP-ASPAN



REDYNAMISER LES CENTRES DE LOCALITÉ



Territoire &
Environnement
Novembre 4/2015

Redynamiser les centres de localité

Les expériences du Réseau vieille ville

Les mutations qui affectent les centres des localités de petite et moyenne taille constituent un défi complexe. L'exode des commerces, la diminution de la fréquentation et de l'animation des espaces publics, la baisse des recettes issues des rez-de-chaussée et la perte latente du sentiment d'identification aux centres historiques pèsent lourd, même si, en Suisse, ceux-ci ne sont pas menacés dans leur existence, comme c'est le cas dans d'autres pays. Dans les communes concernées, autorités, commerçants et propriétaires d'immeubles se demandent com-

ment redynamiser le centre et en renforcer les bases économiques. Le Réseau vieille ville, centre de compétences de VLP-ASPAN, a conseillé plus d'une trentaine de collectivités et dispose ainsi d'une solide expérience en la matière. Dans le présent Territoire & Environnement, Paul Dominik Hasler, co-fondateur du Réseau vieille ville, analyse les mutations structurelles en cours, décrit les mesures envisageables, présente les «outils» proposés par le Réseau et montre quelles sont les chances et les limites d'une action concertée.

Sommaire

1. Des centres en mutation	4
1.1 De la ville artisanale à la ville commerçante	4
1.2 Les quartiers de gare	5
1.3 Les centres commerciaux comme nouveaux... centres	7
1.4 Les villes sur la défensive	8
2. Quel avenir pour les centres de localité?	10
2.1 Les trois fonctions cardinales des centres de localité	11
2.1.1 Des lieux d'habitation	11
2.1.2 Des lieux de rencontre	11
2.1.3 Des lieux d'identification	12
2.2 Le commerce de détail en mutation	12
2.2.1 Augmentation des surfaces de vente et profondeur de l'offre	12
2.2.2 Augmentation de la mobilité	13
2.2.3 Filialisation	14
2.2.4 Commerce en ligne	15
2.3 L'avenir des immeubles des centres de localité	15
3. Possibilités d'intervention	18
3.1 Au niveau régional ou suprarégional	18
3.1.1 Aménagement du territoire et stratégies en matière de commerce de détail	18
3.2 Au niveau communal	20
3.2.1 Plans d'affectation	20



Depuis des siècles, la petite ville d'Altstätten SG est un centre régional et une localité animée à la jonction entre la vallée du Rhin et les Préalpes. Comment peut-elle conserver ces qualités? Peut-elle agir sur les effets des mutations structurelles?

3.2.2 Processus participatifs	21
3.2.3 L'espace public	22
3.3 Au niveau de la rue ou du quartier	23
3.4 Au niveau de l'immeuble	25
3.4.1 Conseil stratégique	25
3.5 Au niveau des acteurs	26
3.5.1 Reconnaissance mutuelle et mise en réseau	26
4. Les outils du Réseau vieille ville	27
4.1 Analyse de la ville	27
4.2 Stratégie de valorisation	28
4.3 Club de rue	30
4.4 Analyse d'immeuble	31
4.5 Les limites de l'action	32
5. Coup d'œil au-delà de la frontière	33
6. SITES EN DIALOGUE: élargir le champ	35
6.1 Une problématique élargie	35
6.2 Exemples	36
6.2.1 Illgau SZ	36
6.2.2 Spiez BE	37
6.3 Bilan préliminaire	39
7. Conclusions	40

1. Des centres en mutation

La ville telle que nous la connaissons, avec ses lieux de rencontre et son offre commerciale, est un phénomène transitoire. Au cours de leur histoire pluriséculaire, les centres de localité ont connu de multiples mutations. La phase de la «ville commerçante» dure depuis environ 150 ans et semble, en de nombreux endroits, toucher à sa fin. Les villes concernées doivent se réorienter.

La ville est un contenant dont le contenu change en permanence. La notion de «mutations structurelles» renvoie au fond à ces changements de contenu, à leurs conséquences architecturales et économiques et à leurs répercussions en matière d'ambiance, de rapports de propriété, de déserte, etc. Une modification des activités en place n'intervient jamais seule. Les structures sociales, économiques et bâties finissent toujours par y réagir, même si c'est avec un certain décalage dans le temps.

Au cours des 150 dernières années, le centre de localité suisse typique a changé à plusieurs reprises, comme il l'avait déjà fait auparavant. Même ce qui paraît le plus stable, la vieille ville, est soumis à des transformations qui furent jadis peut-être plus radicales encore que celles que nous décrivons ci-après. Abstraction faite des incendies dévastateurs qui conduisirent bien souvent à la reconstruction de villes entières, les changements d'affectation survenus au fil du temps se sont toujours lus sur le visage de la ville.

1.1 De la ville artisanale à la ville commerçante

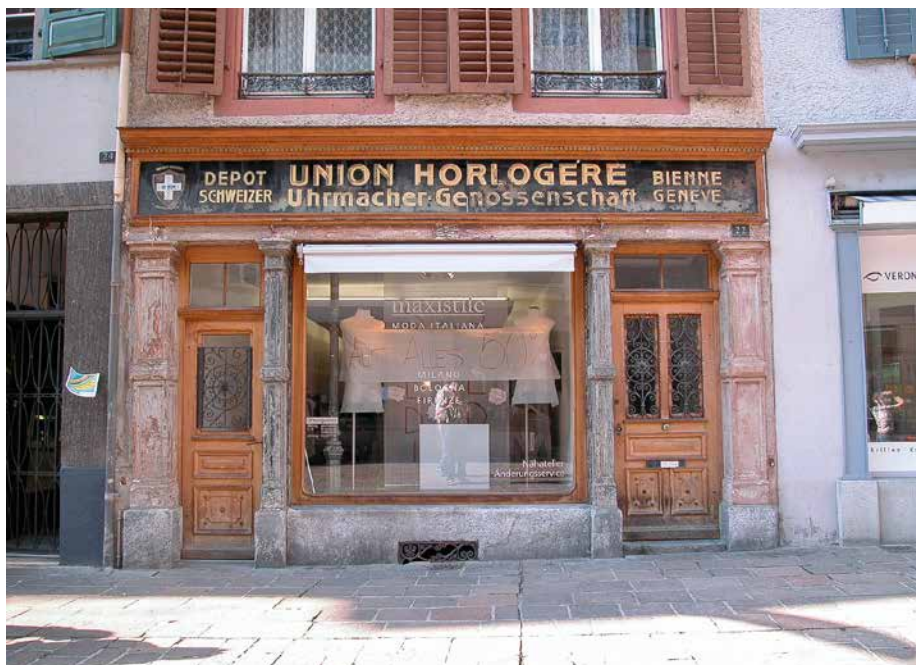
Le passage de la ville industrielle des artisans à la ville commerçante, au milieu du XIX^e siècle, entraîna une transformation rapide du tissu urbain. La ville du XVIII^e siècle ne comportait pas de commerces. Les rez-de-chaussée abritaient entrepôts, étables et ateliers. L'industrialisation des XVIII^e et XIX^e siècles provoqua une croissance fulgurante

des villes. Il fallait créer des structures destinées à l'approvisionnement des nouveaux arrivants issus des campagnes. Des commerces occupèrent ainsi des rez-de-chaussée qui tendaient par ailleurs à se vider. Les entreprises artisanales axées sur le commerce des transports, comme les forges, disparurent à vue d'œil, car le chemin de fer permettait désormais de transporter les personnes et

Des localités aux fonctions de centre urbain

Les réflexions proposées dans le présent Territoire & Environnement concernent les localités comptant entre 2000 et 50'000 habitants environ. Les localités plus petites ont souvent déjà perdu leurs fonctions de centre urbain, ou n'en ont jamais eu. Quant aux villes de plus grande taille, elles restent très attractives et peuvent répondre autrement aux défis que posent les mutations structurelles en cours. Entre les deux se situe un large éventail de petites villes et villages qui ont assumé ou assument encore d'importantes fonctions de centre régional. C'est là qu'interviennent aujourd'hui les changements les plus marqués.

De fait, les développements qui suivent ne se limiteront pas aux vieilles villes et aux centres de village, mais visent toutes les localités qui possèdent une certaine importance historique et identitaire, et qui ont longtemps rempli, ou remplissent encore, des fonctions dans les domaines du commerce, de l'administration ou de la formation. Les entités urbanisées de type agglomération n'entrent pas dans cette catégorie. On observe toutefois des problèmes similaires dans les centres des quartiers des villes d'une certaine taille (à partir de 50'000 habitants), même si nous n'y ferons pas explicitement référence.



Ce qui nous semble familier, «juste» ou beau dans une ville est transitoire. Les choses n'étaient pas ainsi par le passé et ne le seront plus non plus à l'avenir. Les mutations structurelles en cours sont un défi lancé à notre idéal de ville. Photo: Rheinfelden AG.

les biens plus rapidement et plus efficacement que ce n'était possible par la route ou par voie navigable.

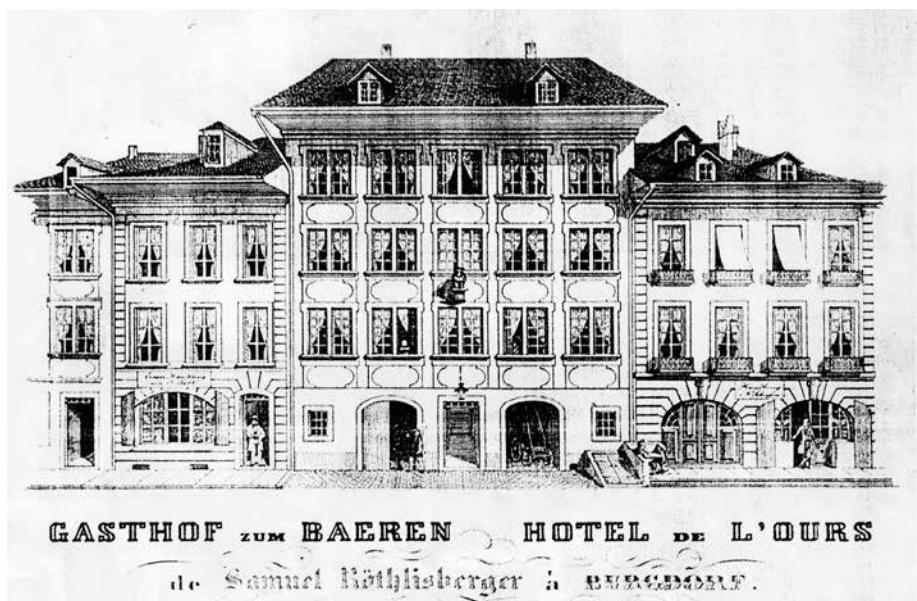
Au cours du XIX^e siècle, la ville des artisans, avec ses marchés en plein air, fut supplantée par la ville du commerce de détail, caractérisée par ses boutiques et magasins de petite taille. Au XX^e siècle, les commerces se dotèrent de vitrines et la ville devint toujours plus axée sur la consommation. La transition fut souvent graduelle; on agrandit et modernisa les locaux, et l'on rendit les façades plus transparentes en y augmentant les surfaces vitrées et en y perçant des passages. À partir de 1950, les transformations se radicalisèrent. Les grandes fenêtres engageantes cédèrent la place à des vitrines continues, offrant les plus grandes surfaces d'exposition possibles. Ces interventions culminèrent dans les passages commerçants et les vitrines faisant retour dans la

profondeur des bâtiments. Ce type d'opérations, destiné à capter les passants en supprimant les seuils trop marqués, fut par la suite perfectionné dans les centres commerciaux.

1.2 Les quartiers de gare

Ce fut comme dans l'histoire du cheval de Troie: longtemps, les citadins et les stratèges urbains ne soupçonnèrent pas ce que les gares et le chemin de fer allaient produire. Au début du XX^e siècle, ils menaient leurs affaires avec succès dans les centres historiques et ne se rendaient à la gare qu'en cas de besoin, comme ce fut le cas pour les aéroports 50 ou 100 ans plus tard.

Or, plus la mobilité augmentait et plus la gare gagnait en importance, plus il devenait évident que le quartier environnant serait lui aussi favorable



Les rez-de-chaussée n'ont pas toujours été occupés par des commerces. Ils ont longtemps abrité des ateliers d'artisans, des calèches ou du bétail. Les pièces «nobles» se trouvaient au premier étage, de même que les locaux destinés à la restauration. Photo: Berthoud BE, fin du XVIII^e siècle. Source: Archives de la Bourgeoisie

aux affaires et au commerce. De plus, les terrains y étaient moins chers que dans les vieilles villes, où la conjoncture faisait exploser les prix des surfaces commerciales. Dans les années 1970, les centres anciens craquaient de toutes parts. L'augmentation du trafic motorisé généré par la clientèle et les fournisseurs excédait la capacité d'absorption d'un tissu urbain trop exigu.

De nouvelles solutions étaient requises. Elles apparurent, dans la seconde moitié du XX^e siècle, sous une forme tout à fait inédite. Les grands distributeurs tels que Migros et Coop conquièrent le marché et modifièrent les comportements d'achat. La révolution du commerce de détail battait son plein, et les fronts s'étaient déjà durcis. Les petits commerces se mirent à périliter hors des centres de localité. Auparavant, n'importe quel quartier urbain possédait sa boulangerie, sa laiterie et sa boucherie. Au départ, même les coopératives de consommation misaient sur

un approvisionnement décentralisé. Ces commerces de première nécessité furent les premières victimes des mutations qui affectaient le commerce de détail.

Les édiles et les petits commerçants réagirent souvent à cette évolution par des mesures protectionnistes. On édicta des règlements de construction destinés à entraver le développement des grands distributeurs dans le but de protéger les commerces spécialisés dans les zones-centres. Dans de nombreuses villes et communes, le règlement d'urbanisme applicable au quartier de la gare comportait encore, dans les années 1980, un plafonnement des surfaces de vente. Malgré cela, les grands distributeurs s'implantèrent la plupart du temps dans les quartiers de gare, et donc hors des centres historiques. L'évolution des habitudes de consommation, de la mobilité et de la publicité entraîna le déplacement progressif des activités d'achat dans les sec-



Pendant des décennies, les centres-villes ont présenté un aspect semblable à celui-ci. Les façades, encore peu transformées, étaient dominées par les commerces du rez-de-chaussée. Les grandes vitrines propres à «aspérer» les passants n'avaient pas encore été inventées. Photo: Berthoud BE, 1940.

Source: Archives de la Bourgeoisie



Dans le commerce de détail, les années 1960 et 1970 marquèrent, non loin de la vieille ville et souvent à proximité de la gare, le début d'une ère nouvelle. Les grands distributeurs se caractérisaient par leurs vastes surfaces de vente, leur offre intégrée et leur bonne accessibilité en voiture. Photo: Delémont JU, avenue de la Gare

teurs de gare, alors que les commerces des centres anciens, privés de tels «aimants», commencèrent de perdre leur clientèle.

1.3 Les centres commerciaux comme nouveaux... centres

Mais les changements ne s'arrêtèrent pas là. Les grands distributeurs se firent bientôt concurrence avec un tout nouveau modèle de vente: le centre commercial implanté hors des localités. Celui-ci offrait de nouvelles possibilités et imposait de nouvelles pratiques, encore davantage axées sur le client automobiliste. La première génération de centres commerciaux, apparue dans les années 1960–1970, se limitait encore à la vente de produits. Aujourd'hui, les centres commerciaux proposent souvent, en plus, des prestations dans les domaines de la culture, de la restauration, de

l'hôtellerie ou du bien-être, et forment ainsi eux-mêmes de véritables centres urbains où la clientèle est invitée à flâner.

L'impact de ces «centres artificiels» se fait sentir, non seulement dans les vieilles villes, mais aussi dans les quartiers de gare. Dans les centres de petite et moyenne taille comme Berthoud ou Weinfelden, on observe désormais de premiers signes de déclin dans la ville moderne, près de la gare – qu'il s'agisse de la vacance des locaux commerciaux, de l'effondrement des loyers ou du recul de la clientèle. Les grands distributeurs y sont certes toujours présents, mais l'on sent que leur intérêt porte, non plus sur le centre-ville, mais sur les centres commerciaux périphériques. Dès lors, ils mettent en veilleuse leurs projets de développement dans les centres de localité, misent sur les paradis de la consommation situés à l'extérieur des villes et promeuvent la réalisation de routes de contournement propres à y



L'architecture commerciale des années 1960 et 1970 a porté une atteinte majeure aux façades historiques. Et quand les commerces sont vides, l'aspect des lieux n'en est que plus menaçant. Photo: Berthoud BE

amener directement les clients venant de l'arrière-pays.

1.4 Les villes sur la défensive

Les centres historiques sont désormais sur la défensive. Ils réagissent à une situation sur laquelle ils n'ont plus prise. Alors que les villes bénéficiaient autrefois de privilèges comme les droits de marché pour assurer leurs fonctions de centres urbains, ce n'est plus le cas aujourd'hui. Les centres peuvent se situer n'importe où ; il y aura toujours un réseau de routes ou de voies ferrées pour les relier, aussi dispersés soient-ils.

La position défensive des vieilles villes et des centres de localité découle de situations très concrètes : locaux commerciaux vacants, baisse des recettes locatives, absence de nouveaux investissements. La détresse qui en résulte suscite des réactions diverses et parfois contradictoires :

- Les uns préconisent d'améliorer l'accessibilité automobile des centres-villes en dotant ceux-

ci de nouvelles voies de desserte et places de stationnement, afin de récupérer les clients perdus au profit des centres commerciaux.

- D'autres estiment au contraire que les vieilles villes ne pourront vraiment tirer parti de leurs atouts que si le trafic y est réduit ou, du moins, modéré.
- D'autres encore réclament que l'on pave les rues, que l'on organise des événements et que l'on engage des professionnels du marketing urbain pour des quartiers entiers.

Bien souvent, ces propositions vont de pair avec la recherche de coupables. Comme les affaires ont bien, voire très bien marché pendant des décennies, on en déduit que les difficultés sont dues à de mauvaises décisions. Ce besoin de trouver des fautifs et la peur que le déclin ne se poursuive rendent malaisé d'esquisser de nouvelles perspectives et de prendre le taureau par les cornes.

Vieille ville et commerce de détail en mutation

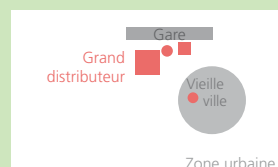
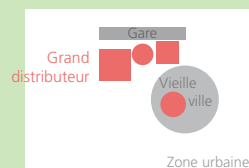
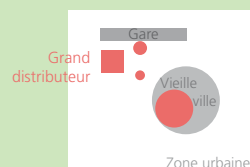
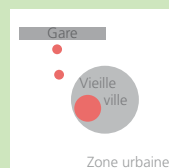
1950: La vieille ville est le centre du commerce de détail. La gare se trouve à bonne distance. Les grands distributeurs n'existent pas encore. La plupart des commerces sont implantés en vieille ville, avec quelques ramifications en direction de la gare. Comme le centre-ville est encore entièrement ouvert à la circulation, il est plus attrayant d'y faire ses achats que d'y habiter. Les rez-de-chaussée sont équipés de vitrines; les étages habitables perdent de leur attractivité, car ils sont désormais considérés comme trop sombres et trop bruyants.

1970: Les grands distributeurs optent le plus souvent pour de nouveaux bâtiments à proximité de la gare (le tissu très fragmenté des centres historiques se prête mal à l'accueil de grandes surfaces). Les activités commerciales commencent à se déplacer. Comme le commerce de détail connaît cependant une croissance générale, la transformation ne se fait pas encore trop sentir en vieille ville. En même temps, les centres-villes sont soumis à de premières restrictions de trafic, rendues indispensables par la progression fulgurante de la motorisation. Mais la vieille ville ne récupère pas son importance pour l'habitat, domaine dans lequel on lui préfère la périphérie.

1990: De nouvelles zones commerciales se forment autour des grands distributeurs, et de petits commerces y exploitent des marchés de niche (boulangerie, boutiques, etc.). En même temps, le commerce de détail se restructure: les entreprises familiales et les commerces spécialisés cèdent la place à des chaînes de magasins. La conjonction de ces différents facteurs prive la vieille ville de tout potentiel de développement commercial. À cela s'ajoutent les centres d'achats construits au bord des autoroutes. Les comportements d'achat sont de plus en plus liés à la mobilité.

2010: Le commerce se concentre autour des grands distributeurs. Mais l'influence des centres commerciaux périphériques est déjà si forte que même les grandes surfaces des centres-villes voient leur chiffre d'affaires diminuer. Les achats importants sont de plus en plus souvent effectués hors des centres. La fonction commerciale des villes de petite et moyenne taille est remise en question. Entre-temps, cependant, la vieille ville a regagné des habitants, dont le mode de vie urbain permet une activité commerciale modeste mais de qualité dans les domaines de l'alimentation, de l'artisanat d'art et de la restauration.

rouge = commerce de détail



2. Quel avenir pour les centres de localité?

Les centres de localité sont au cœur de multiples intérêts. Tout repositionnement vise dès lors à parvenir à un nouvel équilibre entre ceux-ci. Ici interviennent les vieilles représentations liées à la manière dont les choses devraient être. Ces représentations doivent être remises en question avec tact, afin d'éviter que les acteurs concernés ne s'accrochent à un état de fait révolu.

Lorsque l'on parle des mutations qui affectent les centres de localité, cela évoque toujours un certain idéal, qui correspond la plupart du temps à l'image de la ville commerçante. On aimerait que les boutiques reviennent, que les ruelles grouillent à nouveau d'activité, qu'il soit possible de se balader tranquillement dans un centre au trafic modéré. Une telle vision des choses est liée au besoin de se sentir chez soi.

Cet idéal influe sur notre comportement, même si nous ne faisons plus nous-mêmes nos courses au centre-ville. C'est ce qui explique le décalage qui se manifeste régulièrement dès qu'il s'agit de chercher de nouvelles pistes:

- Les nostalgiques souhaiteraient des zones piétonnes, des petits commerces et des cafés romantiques. Ils oublient cependant qu'ils ne comptent eux-mêmes plus parmi les clients de ce genre de lieux.
- Les pragmatiques souhaiteraient plus de places de parc et moins d'obstacles, pour que la vieille ville réponde le mieux possible aux besoins des clients automobilistes. Ils ne se rendent cependant pas compte qu'ils prennent ainsi modèle sur les principaux concurrents de la vieille ville, avec lesquels celle-ci ne peut pourtant pas rivaliser.

C'est aussi à la lumière de ces représentations qu'il convient de considérer les notions de «revitalisation» ou d'«animation». Celles-ci se ré-



Le but à atteindre est souvent clair, le chemin pour y parvenir, moins. Une vieille ville animée est un idéal universellement partagé. Pour nombre de petites localités, pourtant, un tel idéal n'est plus réaliste. Dès lors, en quoi consiste l'alternative? Photo: Neuchâtel NE



Une vieille ville, c'est avant tout des logements. On a tendance à l'oublier, car les autres fonctions sont plus visibles. Pourtant, l'habitat présente un potentiel non négligeable, surtout dans les marchés de niche propres aux centres de localité.

Photo: Sempach LU



C'est leur fonction de sociabilité qui fait des centres de localité des lieux d'intensité urbaine. Celle-ci tient aux deux facteurs que sont la mixité fonctionnelle et la densité – deux facteurs que mettent en péril l'exode du commerce de détail et l'augmentation de la surface habitable par personne. Photo : Brigue VS, Stadtplatz

fèrent à une certaine idée des centres de localité, où la vie découle de la présence de commerces de détail et de restaurants. Or, des visions trop rigides ou irréalistes ne permettront guère au processus de revitalisation d'aboutir. Ce qu'il faut, c'est ouvrir le champ des objectifs: quelle est la vocation de nos centres de localité et de nos vieilles villes?

2.1 Les trois fonctions cardinales des centres de localité

Si l'on se détache des idées fixes, il reste trois fonctions qu'il vaut la peine de défendre, indépendamment des conditions imposées par les mutations structurelles en cours. Il s'agit des fonctions d'habitation, de rencontre et d'identification.

2.1.1 Des lieux d'habitation

On oublie souvent que l'habitat fut et reste la fonction principale des centres de localité et des vieilles villes, aussi bien en termes de surfaces oc-

cupées que de recettes générées. Trois niveaux sur quatre y sont la plupart du temps dévolus. Le fait que la majeure partie des rendements ne provienne plus des rez-de-chaussée, mais des étages, confère encore plus de poids à l'habitat (voir ch. 2.3). Celui-ci permet en général d'assurer la conservation de la substance bâtie historique, et les habitants constituent une clientèle importante pour les commerces et restaurants de la vieille ville. D'une certaine manière, les habitants aussi animent les rues, même si tous ne font pas partie de ladite clientèle.

2.1.2 Des lieux de rencontre

Nos centres de localité ont toujours été des lieux de rencontre. On s'y retrouve et y profite de l'offre culturelle, des restaurants et des commerces. Le fait que le commerce de détail soit en perte de vitesse ne signifie pas que les centres historiques ne puissent plus constituer des lieux de sociabilité. Il existe bien d'autres formes de rencontre, même si toutes n'apportent pas autant de bénéfices secondaires (chiffre d'affaires, présentation de marchandises, fréquentation)

que le commerce. Aussi vaut-il la peine de s'intéresser de près aux lieux et occasions propices, tels que:

- équipements culturels;
- administration;
- cafés et restaurants;
- écoles, garderies;
- places de jeux;
- événements;
- églises;
- locaux associatifs;
- parcs.

Aucune de ces fonctions prise isolément n'est en mesure de remplacer le commerce de détail. Mais elles constituent, ensemble, un important pilier pour le développement des centres de localité.

2.1.3 Des lieux d'identification

La fonction identitaire est la plus fondamentale de nos centres de localité. Aucune autre n'est défendue avec autant de résolution aux niveaux national, cantonal et communal. La substance bâtie historique est la richesse de nos villes; une cascade de dispositions la protège. Sa fonction identitaire est pourtant peu spectaculaire. Il est rare qu'elle rapporte directement de l'argent (on ne paie pas pour entrer dans une vieille ville). Au contraire, on la perçoit souvent comme une entrave au développement et à l'animation des centres, parce que les services des monuments historiques examinent de façon critique, et parfois empêchent, les interventions physiques sur les bâtiments anciens.

La crise du commerce de détail dans les centres de localité nous offre l'occasion de débattre des fonctions que ceux-ci doivent remplir et d'identifier ce qui nous importe et ce qui pourrait changer.



L'identification à un centre de localité procède d'une sorte de sentiment d'appartenance collectif. Nos racines historiques ont d'autant plus d'importance à nos yeux que les changements sont forts. Malgré tout, un certain développement doit rester possible. Photo: Lichtensteig SG, Grabenstrasse

2.2 Le commerce de détail en mutation

On se demande souvent ce qui empêche de faire revenir les commerces qui ont quitté les centres de localité. Or, les raisons en sont aujourd'hui connues:

2.2.1 Augmentation des surfaces de vente et profondeur de l'offre

Par rapport aux petits commerces d'autrefois, le client d'aujourd'hui a la possibilité de choisir parmi une multitude de marchandises, tant au niveau des différents types de produits disponibles qu'au sein d'une même catégorie de produits. Cette diversification peut concerner les prix (du très bon marché au haut de gamme), les modes de production (bio, commerce équitable, etc.), la composition des produits (sans gluten, végétane, etc.) ou les marques. La combinaison de ces divers paramètres fait exploser l'offre, les gigantesques assortiments qui en découlent requérant



À Brigue, l'ouverture du nouveau Simplon Center a conduit à ce que le magasin Migros du centre-ville soit redimensionné à la baisse. Désormais, nombre d'articles ne sont plus disponibles qu'à l'extérieur de la ville, ce qui contraint les habitants à des déplacements supplémentaires. Photo: Brigue VS

des surfaces de vente dimensionnées en conséquence. Un distributeur proposant un assortiment complet et d'une bonne profondeur aura vite besoin de 1000 mètres carrés pour le seul rayon alimentation. De telles surfaces sont devenues pratiquement impossibles à trouver dans les centres, ce qui contraint les distributeurs à s'installer à la frange des localités, voire en rase campagne.

2.2.2 Augmentation de la mobilité

Une offre aussi étendue requiert un important potentiel de clientèle et, partant, une zone de chalandise assez vaste. Du fait des modes de déplacement actuels, cette condition peut aussi être remplie en dehors des centres. Dans un pays aussi densément peuplé que la Suisse, il est aisé de se rendre en voiture au prochain centre com-

mercial. Même les principaux nœuds ferroviaires sont aujourd'hui dotés de leurs centres commerciaux (Rail City). Les sites d'implantation retenus le sont en fonction des chaînes de déplacements ferroviaires et automobiles modernes, qui revêtent souvent une ampleur régionale et passent par les nœuds évoqués. La logique à l'œuvre est la même que celle qui s'appliquait autrefois aux centres-villes, mais amplifiée d'un facteur 10 ou 100.

Le déplacement des pôles commerciaux déploie des conséquences toujours plus radicales. Alors que les centres commerciaux étaient au départ présentés comme une offre complémentaire à l'assortiment des centres de localité, les magasins périphériques sont désormais souvent ceux qui offrent le plus vaste éventail de produits, les commerces des centres-villes ne proposant plus qu'un



Où est le centre? Les centres commerciaux contemporains ont de plus en plus tendance à rassembler les fonctions qui restaient autrefois l'apanage des centres de localité: achats, culture, rencontres, événements, restauration. Dès lors, les centres traditionnels doivent se repositionner: à quoi au juste servent-ils encore? Photo: Sihlcity à Zurich



Les mutations structurelles qui affectent le commerce de détail durent déjà depuis des décennies, mais elles étaient alors moins radicales qu'aujourd'hui. Alors que les fermetures concernaient auparavant les commerces des quartiers périphériques et des ruelles secondaires, elles touchent désormais aussi ceux des rues principales. Photo: Steckborn TG

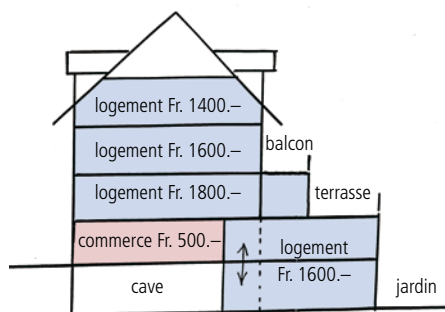
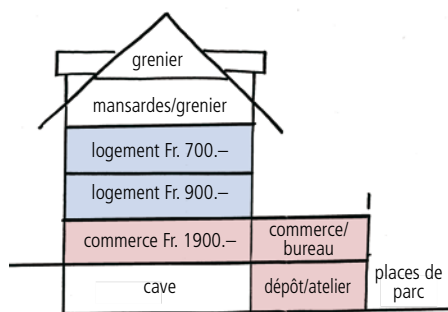
assortiment de base. De fait, il se produit précisément ce que l'on voulait éviter: même les habitants des centres des petites et moyennes localités sont contraints de faire leurs achats à la périphérie ou dans la ville la plus proche, parce qu'ils ne trouvent plus les produits recherchés sur place.

2.2.3 Filialisation

Les grandes surfaces ne sont pas les seules à subir des changements. Les commerces de dimensions d'ordinaire plus modestes, comme ceux spécialisés dans la mode, l'optique ou la santé, sont aussi en pleine mutation. La globalisation des échanges et la forte augmentation des produits issus d'Extrême-Orient favorisent l'apparition de chaînes de magasins capables, grâce à des processus de production d'une grande efficacité, de

dégager des marges considérables tout en remplissant de hautes exigences en termes de marketing et de design des points de vente. Les petits détaillants ne peuvent guère rivaliser, car ils doivent s'approvisionner sur les mêmes marchés, mais à des conditions bien moins favorables, et en s'occupant eux-mêmes de leur marketing, de leur logistique et de leur administration. Il n'est dès lors pas étonnant que seules les chaînes survivent dans la plupart de ces secteurs.

Le déclin du commerce traditionnel fait perdre aux centres de localité leurs plus fidèles locataires et leurs plus ardents défenseurs. En effet, ce sont eux qui, pendant des décennies, ont animé le centre, organisé des marchés de Noël, lancé des campagnes de promotion et sponsorisé le club de bowling local. Tout cela touche actuellement à sa fin. Les acteurs qui subsistent sont à tel point



Les mutations structurelles chamboulent souvent la situation en matière de recettes. Le rez-de-chaussée ne représente plus la source de revenus principale. L'économie des immeubles doit dès lors être repensée, comme l'indique, à titre d'exemple, le schéma ci-contre. À gauche: autrefois, à droite: aujourd'hui.

secoués par le marché qu'ils n'ont plus guère d'énergie à consacrer à de nouveaux projets.

2.2.4 Commerce en ligne

Si les évolutions mentionnées durent déjà depuis un certain temps et ont profondément transformé le monde de la consommation, on ne cerne pas encore bien l'impact du commerce en ligne. On peut encore considérer qu'il joue un rôle complémentaire et comble une lacune – que ce soit pour des produits spécialisés ou pour une clientèle dont le mode de vie ne correspond pas aux horaires et aux chaînes de déplacement traditionnels.

Pourtant, on attribue au cybercommerce un potentiel non négligeable. Cela effraie surtout les offreurs qui s'en distinguent peu: ainsi les centres commerciaux anonymes «de base», qui ne peuvent guère se démarquer d'Internet, seront-ils sans doute les premiers à perdre des parts de marché. Aujourd'hui, il est déjà possible d'acheter des articles de mode de façon très plaisante sur la toile, les possibilités en matière de conseil, de visualisation et d'adaptation aux souhaits spécifiques des clients étant encore loin d'être épuisées. Il faut donc partir du principe que le commerce en ligne entraînera de nouvelles mutations structurelles qui ne le céderont en rien aux précédentes, avec toutes les conséquences problématiques que cela impliquera,

depuis la désertion des centres commerciaux jusqu'à la faillite de filiales ou de secteurs entiers.

Pour les centres des petites et moyennes localités, une telle évolution pourrait représenter une chance, car on ne trouve sur Internet ni cafés cosy, ni stands de primeurs, ni de places de jeux pour enfants.

2.3 L'avenir des immeubles des centres de localité

Les changements qui affectent le rendement des rez-de-chaussée constituent un défi et requièrent une redéfinition de l'économie des immeubles. Autrefois, les rez-de-chaussée rapportaient tant qu'il n'était pas nécessaire d'utiliser les niveaux supérieurs. Aussi des étages entiers sont-ils restés vacants pendant des années, voire des décennies, lorsque les logements n'ont pas fait l'objet de réaménagements bon marché pour leur conférer une touche moderne – souvent sans aucune sensibilité à l'égard de la substance bâtie historique.

Maintenant que le commerce de détail se réoriente et quitte la vieille ville, les propriétaires n'ont pas les moyens de procéder à des travaux importants. Certains bâtiments ont urgemment besoin d'être modernisés et entretenus. À cela



Dans les centres de localité, l'habitat est un important pilier pour l'économie des immeubles. La plus-value issue des étages permet d'abaisser le loyer des rez-de-chaussée. Il est primordial de trouver le bon groupe-potable pour requalifier les immeubles avec sensibilité. Photo: Berthoud BE

s'ajoute le fait que le propriétaire de l'immeuble était souvent aussi celui du magasin, et qu'il avait, durant les mauvaises années, continué d'exploiter son commerce au détriment de la substance bâtie, jusqu'à ce que rien n'aille plus. Dans une situation aussi précaire, le logement joue un rôle stabilisateur. Il ne peut certes pas remplacer les activités commerciales disparues, mais garantit des recettes relativement constantes. En Suisse, habiter dans un centre de localité est en général assez prisé, ce qui permet d'entretenir les appartements et de réhabiliter les immeubles¹. Toutefois, dans les régions économiquement défavorisées (p. ex. Jura, Appenzell, Valais, Grisons) ou le long des rues à fort trafic, il peut se révéler difficile de générer, sur la base du seul logement, des recettes suffisantes pour développer ou sauvegarder la substance bâtie. Dans de tels cas, des mesures de soutien supplémentaires s'avèrent judicieuses, voire nécessaires, par

exemple sous la forme d'une «analyse d'immeuble» (voir ch. 3.4 et 4.4).

Si les étages sont occupés par des logements, il est possible d'abaisser le loyer du rez-de-chaussée et, ainsi, d'y attirer des activités compatibles avec l'habitat (p. ex. de nature créative). Les transferts financiers du bas vers le haut, tels qu'ils étaient couramment pratiqués au cours des dernières décennies, se sont souvent déjà inversés, de sorte que ce sont désormais les niveaux supérieurs qui permettent de financer les rez-de-chaussée. Dans certains cas, ceux-ci sont délibérément loués bon marché pour assurer un minimum de vie de quartier.

L'habitat est lui-même soumis à des mutations structurelles qui se manifestent surtout dans l'augmentation de la surface habitable par personne. Là où vit aujourd'hui une personne, c'en étaient quatre ou cinq qui habitaient autrefois². Le même tissu bâti accueillait donc quatre fois

plus de monde – sans compter les ateliers et les étales. Les vieilles villes n'étaient donc pas seulement «vivantes», mais pleines à craquer. Il n'est dès lors pas surprenant que nos centres de localité présentent, par rapport à la manière dont ils étaient jadis utilisés, une allure toute différente, quasi muséale. Le commerce de détail a longtemps masqué ce que les vieilles villes avaient déjà perdu en termes de vie et d'activité. Maintenant qu'il en part pour s'établir ailleurs, les changements intervenus dans le domaine de l'habitat apparaissent au grand jour.

Les logements des centres historiques sont aujourd'hui recherchés pour leur ambiance et leur localisation, qui en font un véritable marché de niche. Dans les années 1970, pourtant, de nombreuses vieilles villes du pays étaient délabrées, et leur population se composait encore essentiellement d'étudiants, de marginaux et de travailleurs immigrés.

Quand on parle aujourd'hui d'habitat dans les centres anciens, on fait référence aux logements plein de cachet des vieux immeubles, qui ne sont cependant pas tous des appartements de haut standing. C'est ce mélange de simplicité et de luxe qui confère leur vie à ces centres. Chaque fois que l'on parvient à mettre en valeur avec doigté la spécificité d'un bâtiment, on est sûr de trouver des amateurs. À cet égard, les seniors actifs représentent un public-cible important, car ils apprécient tout particulièrement la localisation privilégiée de tels objets, et sont souvent intéressés à les acquérir et à les réhabiliter.

-
- 1 En 2008, le Réseau vieille ville a réalisé une enquête auprès de 155 petites et moyennes localités de Suisse. Il en ressortait que l'habitat restait assez stable, alors que les recettes issues des commerces connaissaient souvent une forte baisse. La publication «Sondage 2008 sur la transformation structurelle» peut être téléchargée sous: www.netzwerk-altstadt.ch > Publications
 - 2 La vieille ville de Delémont abritait par exemple plus de 2000 habitants vers 1870, contre seulement 550 aujourd'hui. Voir: JAQUIER HUBERT, Approche historique du développement urbain de Delémont de 1870 à nos jours, Service de l'urbanisme et de l'environnement de la Ville de Delémont, Delémont, juillet 1992, et Ville de Delémont, Aperçu statistique de la Vieille Ville 2011–2012, Delémont, mai 2012.

3. Possibilités d'intervention

Lorsque l'on envisage de prendre des mesures en faveur des centres de localité, on devrait toujours aussi se demander quelles mesures seraient judicieuses en dehors de ces centres. En effet, les mutations structurelles en cours leur sont pour ainsi dire imposées de l'extérieur. Un programme de mesures visant à renforcer le centre remet aussi en question le rôle du contexte urbain et de la périphérie, car les conditions qui y règnent et les activités qui s'y développent exercent une influence directe sur le centre-ville:

- Des zones à bâtir trop vastes nuisent à une requalification de l'habitat au centre, qu'aucune pression n'impose³.
- La réalisation de nouvelles routes de contournement entraîne souvent toute une série de relocalisations, souvent au détriment des centres.
- Le fait que des fonctions traditionnellement implantées au centre-ville (administration, écoles, bibliothèques, etc.) en partent, présente souvent des répercussions directes.

Par quel bout commencer? Sur quoi peut-on vraiment influencer? Comment rallier une majorité pour faire passer les budgets et mesures nécessaires? Il n'est pas facile de modifier la situation des centres. Il existe peu d'exemples où l'on soit parvenu à renverser la tendance. La plupart du temps, il faut se contenter d'une stabilisation ou d'une décroissance maîtrisée du commerce de détail. Il importe donc d'identifier non seulement ce que l'on peut, mais aussi ce que l'on ne peut plus faire. On investit souvent beaucoup d'énergie dans des objectifs qu'il n'est plus possible d'atteindre.

La plupart des acteurs concernés sont aujourd'hui conscients du fait que de simples mesures de marketing ne suffisent pas. Du reste, les rapports de force sont devenus, dans le domaine du commerce de détail, à tel point inégaux que le budget marketing d'une commune représente peu de choses – même s'il est bien doté – par rapport

aux moyens dont dispose une chaîne internationale pour promouvoir ses sites hors centres-villes. Le pavage des rues et les mesures d'embellissement du même genre ne suffisent pas non plus pour sauver un centre de localité, même s'ils peuvent tout à fait générer un nouvel élan collectif.

On s'aperçoit donc vite que c'est un ensemble cohérent de mesures qu'il faut mettre en place pour gérer les changements et susciter, ici ou là, de nouvelles dynamiques. À cet égard, il est opportun d'agir aussi bien sur le foyer de la crise (commerce de détail, rue commerçante principale, place principale, etc.) que sur des aspects connexes tels qu'habitat, culture, aménagement du territoire ou organisation de la mobilité à l'échelle de toute la région.

Les paragraphes qui suivent présentent les différents niveaux d'intervention possibles, ainsi qu'un certain nombre de références et exemples utiles.

3.1 Au niveau régional ou suprarégional

3.1.1 Aménagement du territoire et stratégies en matière de commerce de détail

C'est par le biais des instruments d'aménagement du territoire que l'on peut influencer le marché au niveau régional ou suprarégional. La question centrale est de savoir dans quelle mesure il est possible de contraindre les activités pertinentes à s'établir dans les centres-villes, ou de favoriser une telle implantation par des dispositions relatives à leur desserte ou à leur densité. Mais qu'est-il pertinent de localiser dans un centre de localité? La question donne matière à discussion. Ainsi l'alimentation a-t-elle été exclue de nombreuses zones commerciales situées hors des centres pour renforcer le commerce dans ces derniers (p. ex. dans le canton de Saint-Gall)⁴. En Autriche, une ordonnance sur les centres com-



Sans mesures d'aménagement du territoire, on assiste à l'apparition de zones commerciales à l'américaine. Cela répond certes aux besoins de certains clients, mais n'est pas compatible avec la manière dont nous souhaitons voir le territoire se développer. Photo: Pontarlier, F.

merciaux³ prévoit qu'à partir d'une certaine taille, les sites périphériques ne peuvent plus proposer que certains assortiments. La définition des critères y relatifs est toutefois difficile et peut donner lieu à des litiges, car les formats de magasin évoluent et ne permettent plus de délimitations claires en matière d'assortiment.

La gestion des flux de trafic liés aux achats représente l'un des grands enjeux de l'aménagement du territoire, et le grand public y attache lui aussi beaucoup d'importance. Plutôt que d'empêcher les magasins d'un format donné de s'implanter à des endroits inadéquats, toutefois, il est plus efficace de façonner activement le paysage de l'offre commerciale régionale en développant des conceptions en matière de commerce de détail. Si de telles stratégies sont encore peu répandues en Suisse, elles permettraient néanmoins de privilégier les centres de localité – dont le bilan global est meilleur en termes de consommation de sol, de génération de trafic et d'esthétique – par rapport aux sites périphériques.

■ **L'exemple de Delémont JU:** En 2007, la Ville s'est entendue avec les communes voi-

sines pour que les grandes surfaces restent l'apanage du centre régional et que les villages voisins lui transmettent les demandes

- 3 La stratégie d'encouragement adoptée dans les communes jurassiennes de Porrentruy et Fontenais (voir ch. 3.4.1) doit aussi être considérée dans ce contexte. Tant que des terrains à bâtir sont disponibles à moins de 100 francs le mètre carré (région de Porrentruy, état 2012), on comprend que beaucoup préfèrent construire hors du centre-ville plutôt que d'y rénover un vieil immeuble.
- 4 En 2003, le canton de Saint-Gall avait introduit, dans le cadre de sa planification directrice, un modèle dit des groupes de produits, qui établissait la distinction entre les denrées et biens de première nécessité (p. ex. alimentation), ceux relevant des centres (p. ex. confection, optique) et ceux ne relevant ni de l'approvisionnement de base, ni des centres de localité (p. ex. meubles). Le plan directeur cantonal désignait, pour ces différentes catégories, des sites appropriés. Ce modèle prêtait cependant à controverse, car il ne permettait pas une mixité d'activités aujourd'hui considérée comme souhaitable et entravait le développement des friches industrielles ou tertiaires ainsi que des secteurs de gare, où la fonction commerciale se révèle souvent déterminante pour atteindre le niveau de rentabilité nécessaire. Aussi a-t-il été remplacé, en 2010, par une planification positive.
- 5 Cette ordonnance est en vigueur dans les Länder, mais elle est contestée au niveau de l'État fédéral.



La Ville de Sursee s'est démenée pour que les grandes surfaces s'implantent à proximité du centre. Elle a notamment formé recours contre un projet autrefois prévu dans la commune voisine. Aujourd'hui, le site retenu peut être considéré comme profitable et pour la ville, et pour la région. Photo: Sursee LU

des distributeurs concernés⁶. 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, où le contexte est plus favorable qu'en frange de ville ou dans les localités voisines. Il en ressort clairement que le renforcement des centres est une tâche régionale. Seule la prise de conscience de l'importance d'un centre fort amène les communes à adopter une attitude solidaire, qui les met en position de force relative face aux chaînes commerciales.

- **L'exemple de la région Neckar-Alb** (Allemagne): Une conception régionale des centres et marchés, adoptée en 2011, appréhende les activités commerciales à incidences spatiales à l'échelle de la région. Il s'agit en général de surfaces commerciales de plus de 800 mètres carrés ou de regroupements de points de vente, qui sont contraints de s'établir dans les centres si l'assortiment qu'ils proposent s'y prête. C'est aux communes qu'incombe ensuite l'application de détail de ces directives en matière d'affectation⁷.

3.2 Au niveau communal

3.2.1 Plans d'affectation

Les villes et communes ont peu intérêt à entraver le commerce de détail. Lorsqu'elles interviennent dans ce domaine, c'est pour renforcer leur centre. Elles peuvent le faire en stipulant, dans leur plan de zones, que les magasins proposant un assortiment relevant des centres sont, au-delà d'une certaine taille, exclus dans les zones d'activités. Une telle réglementation, qui offre aux communes un levier pour attirer au centre les acteurs visés, a fait ses preuves. Exclure les sites d'implantation périphériques ne suffit cependant pas: encore faut-il qu'une politique de coordination régionale (ch. 3.1) et qu'une politique communale active soient menées pour que les activités concernées trouvent effectivement la place nécessaire au centre⁸. Cela requiert un dialogue soutenu entre la commune et les détaillants, ainsi qu'une politique foncière qui permette à la commune d'anticiper et de réserver les emplacements adéquats. Une attitude proactive de la commune

est particulièrement cruciale pour maintenir au centre les grands distributeurs, dont les besoins en termes de surface sont considérables. Les autorités communales doivent ici se montrer entreprenantes.

- **L'exemple de Berthoud BE:** En zone d'activités, la Ville impose aux commerces de détail une surface maximale de 300 mètres carrés, ce qui en exclut les magasins types des chaînes Aldi, Landi ou Lidl.
- **L'exemple de Sursee LU:** La Ville a activement recherché un site proche du centre pour les grandes surfaces. Elle a par ailleurs recouru contre la réalisation d'un premier projet prévu sur le territoire de la commune voisine. Aujourd'hui, les avantages du site retenu, bien desservi, semblent généralement reconnus (voir ill. 17).
- **L'exemple de Richterswil ZH:** La commune souhaite discuter avec Migros de l'agrandissement de son magasin du centre de la localité, devenu trop exigu. Les options envisageables seront évoquées dans le cadre d'un échange de «visions» entre commune, propriétaires concernés et entreprise.
- **L'exemple de Köniz BE:** Pendant des années, la commune a mené une politique foncière et immobilière active pour créer progressivement, en collaboration avec les grands distributeurs, une zone centre attractive. Cette démarche a été couronnée de succès.

3.2.2 Processus participatifs

Nombre de communes sont confrontées au déclin du commerce de détail dans leur centre. Même si l'on peut en général difficilement influencer sur le phénomène, il est important de stabiliser le centre dans son ensemble. Il s'agit notamment de concentrer les activités restantes aux endroits les mieux situés, afin d'offrir aux clients un environnement le plus dense et compact possible. En parallèle, la commune pourra conseiller les propriétaires et commerçants affectés par les changements. Ont à cet égard fait leurs preuves les processus d'élaboration de stratégies communes,

comme les stratégies de valorisation proposées par le Réseau vieille ville (voir ch. 4). De tels processus permettent de définir des mesures telles que conseil aux propriétaires, gestion des surfaces vacantes, étude des marchés et communication. Toutes ces mesures visent à favoriser une attitude plus active et un état d'esprit plus positif chez tous les acteurs concernés. Cela peut paraître superficiel, mais il importe que tous puissent s'appuyer sur une vision commune des choses, ainsi que sur des perspectives réalistes.

- **L'exemple de Lichtensteig SG:** Après avoir perdu presque tous ses commerces, la commune a traversé une phase de profond découragement. Dans les années 2010/2011, un processus comprenant stratégie de valorisation et clubs de rue lui a permis de reprendre confiance, ce qui s'est traduit par une recrudescence des demandes de permis de construire dans le centre de la localité⁹.
- **L'exemple de Frauenfeld TG:** La Ville est depuis longtemps confrontée à l'évolution incertaine de son centre historique. Si les problèmes restent aujourd'hui non résolus, l'élaboration

6 Les dispositions correspondantes sont ancrées dans le plan directeur cantonal et dans une charte régionale. Elles seront aussi reprises dans le plan directeur régional de 2016. Voir à ce sujet STRAUMANN ANNEMARIE, Densifier avec qualité, in VLP-ASPAN, Territoire & environnement 3/2015, p. 38 ss.

7 La version finale de cette conception des centres et marchés peut être consultée sous: www.rvna.de > Regionalentwicklung > Projekte > Zentren- und Märktekonzept. On notera qu'en Allemagne, de telles conceptions sont souvent élaborées au niveau communal, avec toutefois une portée limitée, dans la mesure où les communes voisines ne sont pas tenues de s'y conformer. Voir à ce sujet: ACOCELLA DONATO, Einzelhandelskonzepte im Praxistest, Erfahrungen mit dem Märkte- und Zentrenkonzept Freiburg im Breisgau, Dortmund 2004 (édité par: Dortmunder Vertrieb für Bau- und Planungsliteratur).

8 BÜHLMANN LUKAS, Gérer le commerce de détail par la planification, in VLP-ASPAN, INFORUM 2/2014, p. 3 ss.

9 Le processus de requalification de la vieille ville est décrit dans la brochure «Stadtentwicklung Lichtensteig» (2012), téléchargeable sous: www.lichtensteig.ch > Aktuell > 30. Okt. 2012 > Stadtentwicklung Lichtensteig.

Ideen für die Zukunft des Ortskerns

Am Mittwochabend haben Paul Dominik Hasler und Martin Beutler vom Netzwerk Altstadt ihre Stadtanalyse zu Weinfelden vorgestellt. Das Interesse am Anlass war sehr gross, gegen 150 Personen kamen ins Rathaus.

MARIO TESTA

WEINFELDEN. Lädelersterben, wenig Leben in den Gassen, kaum Familienwohnungen im Zentrum. Weinfelden hat grosse Herausforderungen zu meistern, soll das Zentrum nicht weiter an Attraktivität verlieren. «Weinfelden ist nicht das einzige Städtlein, das mit diesen Problemen zu kämpfen hat. Ursache dafür ist der Strukturwandel», erklärt Paul Dominik Hasler. «Es sind sehr viele Einkaufszentren in der Schweiz entstanden. Diese funktionieren aufgrund der Mobilität der Bevölkerung und bringen eine Schwächung des klassischen Detailhandels mit sich.»

Hasler und der Mitverfasser der Stadtanalyse von Weinfelden, Martin Beutler, haben sich im vergangenen Jahr in Weinfelden umgesehen und gaben am Mittwochabend Einblick in ihre Erkenntnisse. Sie haben sich mit den drei Themenfeldern Laden- nutzung, Wohnnutzung und



Si les processus participatifs sont importants, c'est qu'un centre de localité est un bien collectif. On aimerait savoir de quoi il souffre, pourquoi il n'existe pas de solutions simples et ce que l'on pourrait entreprendre pour le maintenir le plus vivant possible. (Weinfelden TG, extrait de la Thurgauer Zeitung du 11 septembre 2015)

d'une stratégie partagée a néanmoins permis de débloquer la situation et d'orienter l'action commune¹⁰.

3.2.3 L'espace public

Dans les zones centres, une part essentielle des activités se déploie dans l'espace public. En veillant à ce que celui-ci soit aménagé de façon attrayante, les communes peuvent renforcer l'identité de leur centre et l'importance que celui-ci revêt pour la population. À cet égard, un bon arbitrage entre les exigences en matière d'accessibilité, de places de stationnement, de confort et d'esthétique joue un rôle déterminant. Une fois qu'un consensus s'est établi sur les travaux à réaliser, il est important que la commune fasse valoir ces efforts auprès des privés et des investisseurs pour les inciter à entreprendre quelque chose. Il ne s'agit donc pas de réaliser des travaux aussi onéreux sans contrepartie, mais de les intégrer dans une sorte de «pacte» scellant l'engagement commun des autorités, des propriétaires et des commerçants et restaurateurs. Il arrive trop sou-

vent que les communes cèdent aux réclamations des détaillants et consentent des investissements préalables considérables, sans imposer elles-mêmes certaines exigences en matière de qualité architecturale, de desserte privée, de mobilier urbain et de participation aux efforts de marketing.

Si la conclusion d'un tel pacte aboutit, l'effet d'entraînement des investissements effectués s'en trouvera accru, de même que le soutien des acteurs impliqués, devenus partie prenante à la requalification du centre.

- **L'exemple d'Einsiedeln SZ:** Le district d'Einsiedeln entend investir une somme considérable dans la requalification de la rue principale de la localité, où se concentre le commerce de détail. Dans cette perspective, elle a lancé, en 2014, un processus qui présuppose l'engagement de tous les acteurs concernés¹¹.

- **L'exemple de Mons (Belgique):** Cette ville de 95'000 habitants est parvenue à obtenir, à l'issue d'habiles négociations, des fonds de l'Union européenne pour revaloriser son



Pour les pouvoirs publics, l'espace public représente un niveau d'intervention important. Cependant, la requalification des rues et places ne garantit pas que les mutations structurelles à l'œuvre pourront être infléchies. Ces travaux, souvent onéreux, doivent s'accompagner de plans de mesures coordonnés, qui engagent aussi les privés. Photo: Delémont JU

centre. Ainsi a-t-elle pu rénover une partie des façades historiques de la Grand-Place, en imposant à tous les cafés-restaurants concernés d'utiliser le même mobilier¹².

3.3 Au niveau de la rue ou du quartier

Au sein d'un même centre, les différentes rues ou emplacements présentent souvent des caractéristiques très spécifiques. Il est donc judicieux de les traiter individuellement. Cela peut par exemple se faire au moyen des outils suivants.

3.3.1 Gestion des surfaces

Chaque rue se distingue par le mélange d'activités qu'elle offre aux clients. Alors que dans un centre commercial, la composition de l'offre, les loyers, les horaires et l'organisation spatiale sont très réglementés, dans nos centres historiques, ces aspects sont laissés au marché, sinon au hasard. En des temps de prospérité croissante, cela

10 En 2012/2013, Frauenfeld a développé, avec l'aide du Réseau vieille ville, une stratégie de valorisation. A ici été pris en considération l'ensemble du centre-ville, ce qui a permis d'identifier les interdépendances entre la vieille ville et les autres quartiers centraux, de définir une sorte de répartition des rôles et, ainsi, de dépasser les logiques de concurrence. Voir à ce sujet: www.stadtentwicklung-frauenfeld.ch > Projekt Innenstadt > Nutzungsstrategie Altstadt und Innenstadt vom 21. August 2014.

11 Les efforts que déploie le district d'Einsiedeln en tant que centre régional sont soutenus par le Canton, où le service compétent est celui du développement régional. Les principales mesures prévues sont la création d'une organisation faitière («Einsiedeln plus») et l'élaboration d'un programme de développement pour la région (tourisme, commerce de détail). Voir à ce sujet: www.genialregional-sz.ch

12 Pour mettre en valeur son patrimoine architectural, la Ville de Mons acquiert les façades de chaque immeuble en droit de superficie pour 25 ans. Comme celles-ci sont dès lors en possession des pouvoirs publics, elles peuvent être rénovées grâce à des subventions de l'Union européenne. Les propriétaires ne supportent que 10 % des coûts des travaux. L'Association du management du centre-ville (AMCV) édicte par ailleurs des règles pour harmoniser le mobilier extérieur utilisé au centre-ville. L'AMCV fait développer à ses frais un modèle-type de mobilier, que les cafetiers et restaurateurs prennent ensuite en leasing. Voir aussi: www.tocema-europe.com



La ville haute de Lienz, dans le Tyrol oriental (Autriche) en 2002. Le trafic de transit et l'é étroitesse des espaces piétons empêchaient alors tout développement, ce qui incitait les commerces à partir s'installer au bord de la route de contournement. En réaction à cette évolution fut lancé, la même année, un « processus de développement et de coopération continu ».



Lienz en 2015; vue de la même rue que dans l'illustration précédente. Grâce aux efforts des collectifs constitués, par rue, par les propriétaires d'immeuble et la Ville, le commerce de détail a pu être maintenu et développé au centre de la localité. En 2006, le projet a été récompensé par le European Enterprise Award.

suffisait; en temps de crise, ce n'est plus le cas. Chaque commerce qui ferme laisse un vide, chaque combinaison d'activités malencontreuse nuit à l'image de toute la rue. La question se pose donc de savoir comment les propriétaires et commerçants concernés peuvent adopter une attitude proactive partagée.

Il existe différents modèles de développement en commun. On connaît l'exemple américain des «Business Improvement Districts», qui sont aussi appliqués en Allemagne: les propriétaires d'immeubles (parfois aussi les commerçants) constituent ensemble une association de promotion qui vise à améliorer la marche des affaires grâce à un statut juridique spécial et à des redevances obligatoires. En Suisse, il n'existe pas de base juridique pour un tel modèle. Entrent en revanche en ligne de compte les modèles moins contraignants basés sur la coopération volontaire. Sont à cet égard envisageables des démarches comme les clubs de rue proposés par le Réseau vieille ville, ou d'autres formes d'association destinées à permettre aux propriétaires d'une même rue de

définir et défendre un positionnement commun (voir ch. 4.3).

- **L'exemple de Berthoud BE:** Le programme «Altstadt Plus» a pour but de soutenir et coordonner les activités à caractère public en vieille ville. Il prévoit une gestion stratégique des surfaces, dont la mise en œuvre repose sur un cadastre des locaux vacants et, surtout, sur les contacts personnels. Le budget annuel du programme, qui se monte à 150'000 francs environ, est pris en charge par la Ville, la Bourgeoisie et les privés¹³.
- **L'exemple de Lienz (Autriche):** Depuis une dizaine d'années, cette petite ville se profile comme un centre régional actif, très soucieux de son cœur de localité. Grâce à plusieurs collectifs de développement et à une habile combinaison entre planification et marketing urbain, la vocation commerciale du centre-ville s'est renforcée. Chaque rue possède sa propre association de promotion, qu'alimentent les cotisations des propriétaires d'immeuble (et non des commerçants)¹⁴.

3.4 Au niveau de l'immeuble

3.4.1 Conseil stratégique

Au niveau de l'immeuble, les mutations structurelles se traduisent par la modification de la situation en matière de recettes et par la vacance de certains locaux. Il s'agit donc de réévaluer le marché lié au rez-de-chaussée et aux étages et, le cas échéant, d'ouvrir ceux-ci à de nouvelles activités. La plupart du temps, les propriétaires doivent compenser un effondrement des revenus issus du rez-de-chaussée par des rentrées supplémentaires dans les étages. Cela requiert en général des investissements qu'il faut pouvoir reporter sur les loyers. Ce n'est pas chose facile dans une situation précaire, raison pour laquelle un conseil extérieur est souvent bienvenu.

- **L'exemple d'Appenzell Rhodes-Extérieures:** Le Canton n'est pas seulement aux prises avec les mutations qui affectent le commerce de détail, mais aussi avec les défis liés à une situation économique moins favorable et à une substance bâtie historique (la maison appenzelloise) difficile à adapter aux exigences actuelles en matière de hauteurs d'étage et de confort. Aussi a-t-il intégré dans son programme «Construire et habiter» l'«analyse d'immeuble» proposée par le Réseau vieille ville, qui aide les propriétaires de bâtiments historiques à en redéfinir l'utilisation. Canton et commune participent chacun aux coûts des prestations de conseil correspondantes – dont bénéficie désormais une centaine d'objets – à raison de 33 %, de sorte que, sur un prix forfaitaire de 6000 francs, seuls 2000 sont à la charge du propriétaire. L'outil a fait ses preuves et, dans une grande partie des cas, il a donné lieu à des investissements et réaffectations concrets¹⁵.
- **L'exemple de Porrentruy/Fontenais JU:** Entre 2008 et 2012, la Ville de Porrentruy et la commune de Fontenais ont soutenu divers projets de réhabilitation dans leurs centres, tant sur le plan financier qu'en termes de conseil aux propriétaires. Ces opérations s'ins-



Dans le canton d'Appenzell Rhodes-Extérieures, l'analyse d'immeuble a permis d'amortir les mutations structurelles affectant les centres historiques grâce à la rénovation des bâtiments et à la redéfinition de leur utilisation. La démarche est centrée sur l'évaluation des potentiels et des limites spécifiques de chaque immeuble. Après avoir été longtemps sous-utilisée, cette maison située à Trogen est désormais mieux exploitée, notamment à des fins d'habitation. Photo : Trogen AR

crivaient dans un projet-modèle soutenu par la Confédération (Office fédéral du développement territorial) et le Canton du Jura¹⁶.

13 L'association «ProBurgdorf», qui regroupe détaillants, prestataires de services et entreprises, est responsable du marketing du centre-ville. Voir: www.proburgdorf.ch

14 Pour une description détaillée de la première phase de projet, voir: WIRTH KLAUS/ HÖDL MARKUS / JANUSCHKE OSKAR, Innenstadt hat Zukunft. Praktische Ansätze und Entwicklungsperspektiven zur Stärkung der Innenstädte, Endbericht, KDZ, Zentrum für Verwaltungsforschung, Vienne 2007, p. 54 ss. Dans l'intervalle (état 2015), d'importantes étapes ont encore été franchies.

15 www.ar.ch/haus-analyse

16 Service de l'aménagement du territoire de la République et Canton du Jura, Réhabilitation de l'habitat dans les centres anciens: projet-pilote à Porrentruy et Fontenais 2008–2012. Bilan final, mai 2013.

Ein Städtchen lädt zur Besichtigung

KAISERSTUHL (tf) – «Egal, ob Sie als Handwerker oder Dienstleister ein Ladenlokal in der Agglomeration suchen, oder ob Sie sich für Ihre Familie ein neues Zuhause wünschen, wo Kinder ungefährdet auf der Strasse spielen können: Kaiserstuhl hat viel zu bieten.» Mit diesen und weiteren ähnlichen Slogans warb das kleine Städtchen am Rhein gestern um die Gunst der Besucher. Es wollte sich als möglicher künftiger Wohnort präsentieren – zum Beispiel für Menschen aus dem Raum Zürich, Winterthur und Bülach.

Dieser Wohntag war nicht zufällig auf Sonntag, den 31. Mai, gelegt worden. Gestern feierte der Zürcher Verkehrsverband (ZVV) sein 25-Jahr-Jubiläum und gewährte aus diesem Grund allen Passagieren einen ganzen Tag lang freie Fahrt, und das auf allen Strecken innerhalb des ZVV. Diese Chance wollte der Kaiserstuhler Stadtrat nutzen, denn die «letzte» Grenzstation im ZVV heisst bekanntlich Kaiserstuhl im Aargau.

Sehen wie es sich wohnt

Gelegenheit, dieses Kaiserstuhl – das ab-

ländlichem Gebiet hat schöne Reize und die dicken Hausmauern der mittelalterlichen Stadt müssen für das Wohnen und Leben im Städtchen keinen Abstrich bedeuten. Hinter dem Gemäuer tun sich oft sehr grosszügige und ausgesprochen charmante Welten auf. Und eines scheint garantiert: In der dicht bebauten Kaiserstuhler Altstadt ist jedes Gebäude einzigartig. Kein zweites Gebäude etwa, das nur annähernd identisch aussähe.

Neues Loft in historischem Gebäude

An der Rheingasse 4, dem markanten Gebäude mit dem bekannten «Nischenkeller», konnten die Besucher sehen, was aus einem alten Schulhaus alles werden kann, wenn es von Grund auf saniert wird. Wo einst Schüler die Schulbank drückten, sieht heute eine topmoderne Loftwohnung mit historischem Boden zur Miete.

Am anderen Ende der Stadt, dort wo eine der letzten freien Parzellen in der «Stadtmauer» liegt, entstehen sechs neue Einfamilienhäuser. Ein neues Haus in einer alten Stadt – auch das klingt vielversprechend. Wer aber eine kleine Ge-



Flanierort mit Idylle: Kaiserstuhl hat am Sonntag mit all seinen Vorzügen geworben.



La «Journée du logement» de Kaiserstuhl a incité certains propriétaires à reprendre en main l'avenir de leurs immeubles ou appartements et à les ouvrir au public. La couleur des ballons attachés aux portes informait les visiteurs de ce qu'ils pouvaient y voir ou y trouver. (Extrait de Die Botschaft, Die Zeitung für das Zurzibiet, 1^{er} juin 2015)

3.5 Au niveau des acteurs

3.5.1 Reconnaissance mutuelle et mise en réseau

La véritable cellule d'un centre-ville, c'est la personne ou l'entreprise qui possède ou loue les locaux. Il s'agit dès lors de mettre ces acteurs en relation et de faire en sorte qu'ils se portent une certaine estime réciproque. On n'est souvent pas conscient de ce que peuvent déclencher un contact personnel ou le simple fait de poser une question ou d'être à l'écoute.

Cette fonction de mise en réseau peut parfois être déléguée à l'organisme en charge du marketing urbain ou à un médiateur. Dans certains cas, cependant, le président de la commune ne pourra éviter de prendre lui-même contact avec les personnes concernées. Les concepts de revalorisation qui fonctionnent sont une affaire de chef(fe).

- **L'exemple de Kaiserstuhl AG:** Cette petite commune des bords du Rhin a organisé une «Journée du logement» destinée à rendre

la population attentive à la qualité du cadre de vie qu'elle offre. La campagne se concentrait sur les objets qui étaient alors à louer ou à vendre au centre de la localité. Comme le président de la commune s'était lui-même impliqué en discutant avec les différents propriétaires, l'opération s'est muée en une véritable fête de village, qui a connu un écho très réussissant¹⁷.

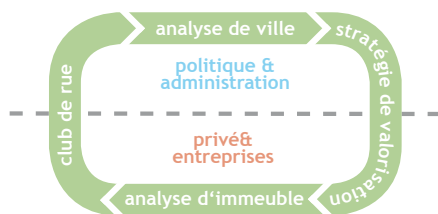
- **L'exemple de Richterswil ZH:** Avec son centre plein de cachet, cette localité jouit d'une bonne réputation dans toute la région. Cela n'a toutefois pas empêché le commerce de détail d'être mis sous pression. Grâce à la bonne entente qui règne entre les acteurs économiques et la commune, l'impulsion donnée par la stratégie de valorisation a dépassé le seul centre de la localité pour s'étendre à tout le village. Un site Internet ad hoc permet de suivre les discussions et d'en consulter les résultats intermédiaires¹⁸.

4. Les outils du Réseau vieille ville

Au cours des dix dernières années, le Réseau vieille ville a eu la chance de remplir une importante fonction de médiation au sein de nombreuses villes et communes. La confiance dont bénéficie ce centre de compétences s'explique par la neutralité et la qualité des prestations de conseil qu'il propose. Certes, il n'existe pas de recette pour remédier aux mutations structurelles en cours. Il reste néanmoins possible, dans le cadre d'une démarche conduite avec circonspection, de renforcer l'implication des acteurs concernés.

Le Réseau vieille ville est issu d'un projet de recherche de la Confédération. Entre 2007 et 2013, l'Office fédéral du logement a promu, avec l'aide d'autres services fédéraux et de l'Union des villes suisses, la constitution d'un savoir pratique lié aux mutations structurelles affectant les villes de petite et moyenne taille¹⁹. L'enjeu primordial était de maintenir la vitalité des centres de localité, considérée comme une condition essentielle de la densité urbaine et de la ville des courtes distances. Les mutations structurelles à l'œuvre offraient en outre l'occasion de revaloriser l'habitat dans les centres.

Les travaux de recherche se sont basés sur la collaboration établie avec les communes-pilotes qui s'étaient déclarées intéressées par l'offre de conseil proposée dans le cadre d'une enquête menée auprès de 155 localités suisses²⁰. À partir du savoir pratique accumulé ont été peu à peu développés quatre outils aptes à faire avancer le processus de repositionnement des centres. Aujourd'hui, le Réseau vieille ville est un organisme de conseil intégré à VLP-ASPAN, qui peut ainsi se mettre au service des collectivités membres de l'association dans toute la Suisse. L'activité du Réseau repose sur le constat que les meilleures prestations de conseil sont celles qui aident les communes à prendre leur propre destin en main. Les quatre outils proposés restent donc assez «com-



Les quatre outils du Réseau vieille ville entretiennent des rapports différents avec les sphères publique (administration et élus) et privée (propriétaires et commerçants en particulier). Ces différences de positionnement permettent d'aborder les problèmes des deux côtés et de faire ainsi émerger une compréhension des choses et des solutions partagées. Le travail commence en général par une analyse de la ville, que les autres outils peuvent venir compléter au besoin.

pacts», et reposent sur l'initiative des acteurs locaux.

4.1 Analyse de la ville

L'analyse de la ville montre de façon concise et sans fard où la commune en est, à quelles évolutions elle doit s'attendre et ce qu'elle peut entreprendre. Cet outil offre un regard extérieur et repose sur les vastes connaissances qui permettent aux experts d'établir des comparaisons

17 Cette «Journée du logement», qui a eu lieu le 31 mai 2015, pourrait être reconduite en 2016. Pour de plus amples informations à ce sujet, voir: www.prokaiserstuhl.ch/wohntag-am-31-mai-2015-so-lebt-es-sich-in-kaiserstuhl/

18 Projet de revitalisation du centre du village (abrégé RED en allemand): www.redrichti.ch

19 Les travaux de recherche ont été lancés par Urs Brülisauer et Paul Dominik Hasler, qui ont aussi développé les outils présentés ici. Urs Brülisauer, architecte ETH SIA et aménagiste, possède son propre bureau à Berthoud; Paul Dominik Hasler, ingénieur ETH NDS, dirige, à Berthoud également, son propre bureau spécialisé dans les processus sociaux.

20 Voir la note 1 et la brochure téléchargeable sous: www.netzwerk-altstadt.ch > Publications.



À Sempach, l'analyse de la ville a apporté, en 2010, d'intéressants éclairages sur le potentiel de développement de la vieille ville. Sur cette base, la commune a organisé une manifestation publique destinée à ouvrir le débat sur les thèses formulées dans le cadre de l'étude. Photo: Sempach LU

pertinentes. L'objectif est d'identifier des pistes d'action concrètes, qu'elles soient du ressort des autorités politiques, de l'administration ou des acteurs privés.

L'analyse de la ville se présente sous la forme d'un rapport d'une quinzaine de pages, traitant des thèmes de l'habitat, du commerce, de l'espace public et du trafic. Un lien est à cet égard établi avec la région et le reste du territoire urbain. Le prix forfaitaire de 9800 francs comprend la présentation et la discussion des résultats avec l'exécutif communal.

L'analyse de la situation actuelle permet d'engager un processus qui peut être, soit mené au sein même de la commune, soit dirigé par le Réseau vieille ville, et qui consiste à développer une stratégie de valorisation (voir ch. 4.2)²¹.

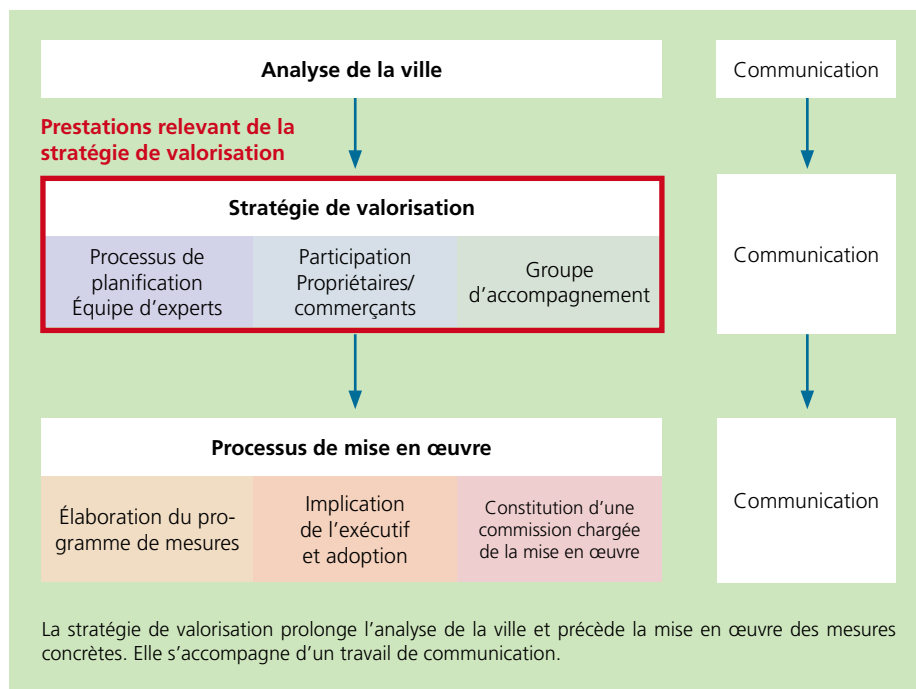
4.2 Stratégie de valorisation

La stratégie de valorisation repose sur l'analyse de la ville. Elle est destinée à approfondir le débat au sein de la population et parmi les acteurs concernés. Elle vise à vérifier, préciser et mettre

en œuvre les thèses énoncées dans le cadre de l'analyse. Il s'agit de déterminer, en dialogue avec les acteurs impliqués, comment le centre de la localité pourrait se positionner pour les années à venir, et quelles mesures cela nécessiterait, aussi bien de la part des autorités communales que de celle des privés. La stratégie de valorisation décrit quelles sont les évolutions possibles ou judicieuses dans quels secteurs, et ce qu'il faut entreprendre pour qu'elles se concrétisent. Elle garantit une certaine sécurité aux propriétaires et exploitants désireux d'investir, et esquisse la voie à suivre pour l'avenir.

Une telle stratégie s'élabore en plusieurs étapes:

- Analyse du marché, du contexte régional et de la ville dans son ensemble: Où résident les potentiels? Quelles sont les tendances générales observables? Sur quoi porte la demande? Où existe-t-il des niches? Une enquête auprès de tous les propriétaires et commerçants du centre permet d'obtenir une vue détaillée de la situation.
- Dans le cadre de deux ateliers avec ces mêmes propriétaires et commerçants, les principaux résultats de la phase précédente sont appro-



fondis et consolidés sous la forme de recommandations. Il s'agit ici de veiller à ne pas perdre de vue les grands objectifs, en évitant de laisser la discussion s'enliser sur la question des places de parc. Pour y parvenir, les acteurs impliqués sont invités à procéder à des arbitrages entre les différentes options envisageables.

- Sur la base de l'analyse et du processus participatif, les experts dégagent un ensemble de champs d'action liés aux trois grandes dimensions de la vieille ville comme lieu d'échanges, d'habitation et d'identification.

L'élaboration d'une stratégie de valorisation coûte environ 35'000 francs – montant qui peut varier selon la taille de la vieille ville – et s'étend sur une durée de six à neuf mois. Elle s'accompagne la plupart du temps de mesures de communication, pouvant par exemple prendre la

forme d'une série d'articles dans la presse locale.

À l'issue des deux premières étapes que constituent l'analyse de la ville et la stratégie de valorisation, la commune dispose en principe d'une charpente suffisamment solide pour engager la mise en œuvre et la suite du processus politique. Le développement de certains thèmes peut être confié à des urbanistes ou à d'autres spécialistes (trafic, commerce de détail, aménagements concrets). Le Réseau vieille ville se retire ici du processus, même s'il peut encore jouer, le cas échéant, le rôle d'observateur externe ou de coach.

21 Exemple d'analyse de ville: Weinfelden 2014, http://www.weinfelden.ch/documents/15_08_28_Stadtanalyse.pdf

4.3 Club de rue

S'il existe au centre de la localité une rue, un secteur ou un quartier caractérisés par des problèmes ou des enjeux de développement particuliers, le club de rue peut constituer une méthode appropriée pour esquisser des perspectives et élaborer des mesures. À la différence de la stratégie de valorisation, le club de rue se limite géographiquement à une rue ou à un périmètre déterminés, et implique rarement d'autres acteurs que les propriétaires d'immeuble.

Le club de rue est un instrument pragmatique. Il permet d'impliquer les propriétaires dans le processus de requalification du quartier et de les inciter à élaborer des stratégies de développement communes. Le but est de les rendre solidaires, afin de leur garantir une certaine sécurité d'investissement. Les séances du club se déroulent sans la participation des autorités politiques et administratives et sont animées par une équipe ex-

terne. La démarche se déroule d'ordinaire comme suit:

- Première séance du club: présentations, identification des problèmes
- Entretiens individuels avec les différents propriétaires
- Investigations internes et externes des experts
- Deuxième séance du club: discussion des enjeux centraux, définition des objectifs, identification des mesures envisageables
- Remise aux autorités locales d'un document de synthèse comportant des recommandations et domaines d'action concrets
- Si possible: transformation du club de rue en un collectif de développement pour le périmètre concerné

Selon le nombre de propriétaires que compte le secteur, une telle démarche coûte entre 14'000 et 20'000 francs et s'étend sur une durée d'environ six mois.



À Laufon, la stratégie de valorisation s'est surtout penchée sur le potentiel du petit commerce en vieille ville et sur les relations que cette dernière entretient avec les autres quartiers (faubourgs, secteur de la gare).
Photo: La vieille ville de Laufon BL



Le club de rue permet de réunir les propriétaires d'immeubles d'une rue ou d'un quartier autour d'une table et de créer un climat de confiance où ils puissent exprimer leurs idées. Les autorités locales n'y sont délibérément pas représentées pour ne pas générer de tensions.

4.4 Analyse d'immeuble

Une analyse d'immeuble est indiquée lorsqu'il se révèle difficile de compenser les pertes de revenus issus du rez-de-chaussée par des recettes supplémentaires issues des étages, que ce soit parce que le marché est défavorable, parce que la substance bâtie pose des exigences particulièrement élevées ou parce que sa valeur patrimoniale n'est pas reconnue.

L'analyse d'immeuble offre un aperçu standardisé de l'état d'un immeuble, de ses défauts et de son potentiel. Un calcul de rentabilité permet de déterminer quels sont les investissements et interventions supportables. L'objectif est d'assurer des recettes plus ou moins stables pour les vingt à trente prochaines années.

L'analyse d'immeuble apporte des réponses aux questions suivantes:

- Quel est le potentiel de l'immeuble par rapport au marché?
- Quelles sont les rénovations ou adaptations indispensables ou judicieuses?
- Quels sont les changements d'affectation envisageables?
- Que coûtent les interventions nécessaires et quels rendements peut-on escompter?

L'analyse d'immeuble est destinée aux propriétaires, à qui elle offre une base de décision pour les étapes suivantes. Ses résultats sont consignés dans un bref rapport (5 à 10 pages) qui est remis et présenté aux propriétaires.

Les analyses d'immeuble sont effectuées par des architectes qualifiés et expérimentés, qui sont formés par le Réseau vieille ville et travaillent sous la direction d'une association régionale. Une telle analyse coûte environ 6000 francs par immeuble – montant dont une partie est en général prise en charge par les pouvoirs publics. Les régions qui s'intéressent à cet instrument peuvent s'adresser directement au Réseau vieille ville pour faire analyser un ou deux objets à titre d'essai, et évaluer l'effet déployé dans le voisinage.



L'analyse d'immeuble vise à redéfinir stratégiquement l'utilisation du bâtiment concerné. Les éléments déclencheurs peuvent être les mutations structurelles en cours, mais aussi le retard pris dans l'entretien ou la survenue de grandes transformations dans le voisinage. Le marché local revêt à cet égard une importance primordiale, ainsi que la question de savoir quelles activités permettraient d'assurer la rentabilité de l'immeuble pour les dix à vingt prochaines années.

Les quatre outils du Réseau vieille ville constituent une bonne base pour prendre en main l'avenir des centres et élaborer des stratégies de requalification coordonnées. Ils ne sauraient toutefois remplacer une attitude active des autorités politiques et administratives et des acteurs privés locaux. Il ne faut pas perdre de vue non plus que les mutations structurelles sont un processus lent, qui s'attaque déjà depuis des décennies à la substance de nos centres de localité, et qu'il n'est pas possible d'inverser en quelques années. Il s'agit donc d'un travail de longue haleine, caractérisé par une grande incertitude.

4.5 Les limites de l'action

Aussi souhaitable que soit la revitalisation d'un centre de localité, il faut bien s'accommoder des réalités locales. Et celles-ci peuvent entraver le processus de requalification de multiples manières:

- Si le commerce de détail se porte encore relativement bien, il manque la pression nécessaire pour inciter les acteurs concernés à réagir. Les commerçants s'en tiennent aux modèles traditionnels et, s'ils se plaignent volontiers, ils ne sont pas disposés à engager ou tolérer des changements, ni chez eux, ni dans le voisinage. De plus, beaucoup estiment que leur entreprise est viable²².
- Si les affaires vont mal, nombre de commerçants ou de cafetiers-restaurateurs ne sont plus en mesure d'investir. Ils ne disposent plus des ressources financières et humaines nécessaires pour amorcer un repositionnement²³.
- Dans les petites communes, il est souvent difficile de surmonter les «vieilles histoires» qui ont provoqué certaines divisions. Dans de tels cas, seul un long processus participatif permet de franchir le cap à partir duquel on ne parle plus du passé, mais de l'avenir.
- Dans les communes d'une certaine taille, la faible participation de la population, voire des

acteurs directement concernés, peut se révéler problématique. On a parfois l'impression que les gens se sont déjà résignés à devoir s'en sortir sans commerces dans le centre, ou qu'ils sont persuadés de ne pas pouvoir infléchir le cours des choses²⁴.

- La filialisation croissante du commerce de détail constitue un phénomène particulier. Ici, en effet, ce n'est pas le propriétaire qui prend part aux discussions, mais le gérant de la filiale, qui a souvent peu de liens avec la localité et dispose de peu de compétences décisionnelles. De fait, il est fréquent que ces personnes ne participent pas du tout aux processus stratégiques²⁵.

La revitalisation d'un centre de localité impliquant un processus de longue haleine, souvent semé d'embûches, on peut être tenté de succomber à un certain fatalisme. Et dans la mesure où, en Suisse, les mutations structurelles à l'œuvre entraînent rarement la ruine complète de la substance bâtie historique, le fait de s'en remettre aux forces du marché peut tout à fait avoir un effet clarificateur. Ainsi, elles permettent de dépister les plus mauvais emplacements, qui sont souvent ceux où de nouvelles formes d'activités semblent traduire une amélioration, alors qu'elles entraînent en réalité une baisse des prix telle qu'un changement de mains ou une nouvelle réaffectation finit par devenir inévitable²⁶.

À l'attitude du laissez-faire s'oppose le constat que les centres de localité peuvent entrer dans une spirale aussi bien négative que positive, et que des mesures de revalorisation peuvent, selon la situation de départ, faire boule de neige. On ne devrait toutefois se reposer sur l'espoir d'un cercle vertueux, et d'une véritable «revitalisation»²⁷, que si les conditions sont vraiment réunies. La plupart du temps, il convient plutôt de viser une «stabilisation» ou une «réorientation» – un objectif qui mérite tout à fait d'être poursuivi.

5. Coup d'œil au-delà de la frontière

La Suisse n'est pas le seul pays à se préoccuper de la vitalité des centres de ses localités de petite et moyenne taille. Ainsi l'Allemagne et plusieurs de ses Länder ont-ils lancé des campagnes et des programmes d'action dont nous pouvons nous inspirer²⁸. Chez notre voisin du Nord a en outre été produite une abondante littérature spécialisée, qui s'attaque à la problématique de manière approfondie²⁹.

Aux États-Unis et au Canada aussi, divers organismes se consacrent à la thématique des centres. Certains le font d'ailleurs depuis plus d'une trentaine d'années, les comportements en matière de consommation et de mobilité ayant subi là-bas

des mutations bien plus précoces qu'en Europe. Des organisations comme le National Main Street Center³⁰, aux États-Unis, ou la Fondation Rues principales³¹, au Québec, témoignent de la manière dont la population y est exhortée, avec un pragmatisme et un élan tout occidentaux, à revenir s'établir au centre-ville. Chez nous, l'Union suisse des arts et métiers a élaboré, avec l'Association des communes suisses, un guide présentant un certain nombre de bons exemples³².

Quelles que soient toutefois les connaissances dont on dispose aujourd'hui, chaque commune doit suivre sa propre voie. Les exemples sont inspirants, souvent encourageants, mais ils ne permettent pas de faire l'économie du processus que la population doit elle-même accomplir. En effet, le problème n'est pas de nature technique, mais sociétale. Le centre existe, mais il n'est plus

22 Les enquêtes réalisées dans le cadre des stratégies de valorisation font souvent apparaître une différence considérable entre la manière dont les commerçants évaluent la marche des affaires dans leur propre entreprise et dans les commerces voisins. Ainsi perçoivent-ils en général l'évolution de l'ensemble du centre plus négativement que celle de leurs propres affaires, ce qui peut empêcher l'émergence d'une dynamique commune.

23 Cela s'applique en particulier aux nouveaux modèles d'entreprise (shop in shop, coopérations) et aux efforts de marketing collectifs.

24 Il est frappant de constater que, dans les petites communes, les manifestations publiques sont mieux fréquentées que dans les grandes, en termes relatifs aussi bien qu'absolus. Ainsi une soirée d'information consacrée à l'avenir du centre de la localité attire-t-elle souvent une centaine de personnes dans une commune d'environ 3000 habitants, alors que seule une cinquantaine se déplacera dans une commune de 20'000 âmes.

25 Le rôle que jouent les investisseurs institutionnels en tant que propriétaires d'immeubles en centre-ville se révèle en revanche souvent plus productif. La plupart d'entre eux ne sont certes pas très attachés au lieu non plus, mais ce sont des professionnels très au fait des défis que posent les mutations affectant les rez-de-chaussée.

26 À Berthoud, par exemple, la ville basse, qui revêtait encore un caractère artisanal, a dû se réinventer dès les années 1980, alors que la ville haute, qui bénéficie d'une situation bien plus favorable, est encore en train de se repositionner, avec l'appui soutenu des pouvoirs publics.

27 Par «revitalisation», on entend en général la réintégration du commerce de détail au centre de la localité. Or, les conditions requises sont rarement réunies: cela nécessite une attitude très active de la part des acteurs concernés, ainsi que la présence d'une offre commerciale encore viable, qu'il s'agit de soutenir et de développer.

28 Le Land de Rhénanie-du-Nord-Westphalie a par exemple engagé, avec son initiative «Ab in die Mitte», un vaste processus tirant profit de nombreuses expériences concrètes: www.abindiemitte-nrw.de. Au niveau fédéral, c'est le «Weissbuch Innenstadt» qui donne un aperçu des stratégies envisageables: www.bmub.bund.de/themen/stadt-wohnen/initiativen-und-projekte/weissbuch-innenstadt/

29 Dans la tradition du Séminaire allemand d'urbanisme et d'économie (DSSW), la plateforme du même nom traite des stratégies permettant d'assurer l'attractivité et la vitalité des centres-villes. Cette plateforme est un centre de compétences destiné aux transferts de connaissances, à l'échange d'expériences et à la mise sur pied de manifestations et de projets. Elle met à disposition de nombreuses publications spécialisées. Voir: www.deutscher-verband.org/aktivitaeten/netzwerk/dssw-plattform.html

30 www.preservationnation.org/main-street

31 www.fondationruesprincipales.com

32 Le guide «Revitalisation des centres de villes et de localités» peut être téléchargé sous www.sgv-usam.ch ou sous www.chgemeinden.ch > «Commune suisse» > Publications.

utilisé. Pour tous les détaillants, la stratégie idéale serait «davantage de clients». Mais lesdits clients sont ailleurs.

Les mutations structurelles nous obligent à repenser la question du rôle des centres de localité et, peut-être, à le réinventer. Si les vieilles recettes et habitudes ne fonctionnent plus, il faut réfléchir ensemble à la manière de les renouveler. Ce faisant, on découvrira peut-être que le centre est plus complexe qu'on ne l'imaginait. Le jardinage urbain illustre la manière dont une activité en soi banale peut donner une nouvelle dimension à la vie en ville. On pourrait sans doute en dire autant des «para-commerces»³³ qui ont discrètement fait leur entrée dans de nombreux centres de localité et vieilles villes. Ces entreprises d'un nouveau genre peuvent survivre sans le cadre commercial habituel, mais sont tributaires d'un public intéressé. Ce n'est plus ici l'acte d'acheter qui prime, mais celui de participer à la vie du lieu. Ainsi le centre devient-il davantage un lieu de rencontre qu'une zone commerciale.

D'autres impulsions viennent de l'habitat: on a des rues vivantes lorsque les gens ne passent pas tout leur temps à l'intérieur, mais mènent aussi des activités à l'extérieur, qu'il s'agisse de grilles, de tournois de pétanque ou de rencontres spontanées au coin de l'immeuble. Grâce aux mesures de modération du trafic, bien des centres offrent un cadre de grande qualité pour la vie de famille – sans parler de la crèche qu'on aménage dans l'ancienne boucherie.

Nos centres de localité présentent une étonnante capacité d'adaptation au changement. Sans doute sont-ils même mieux armés pour traverser le temps que bien des quartiers plus récents, et ils constituent une mine de formes et d'idées dont nous pouvons tirer grand profit dans le cadre de l'actuel débat sur la densification du milieu bâti.

6. SITES EN DIALOGUE: élargir le champ³⁴

Depuis que la révision de la loi fédérale sur l'aménagement du territoire (LAT) est entrée en vigueur, le 1^{er} mai 2014, l'élaboration des plans d'affectation est devenue, pour les communes, une tâche plus complexe. La nouvelle loi impose de privilégier le développement du milieu bâti vers l'intérieur par rapport à l'extension continue du territoire urbanisé – agglomérations, villes et villages devant dès lors se densifier au sein des zones à bâtir existantes. Cela soulève de nouvelles questions. Les communes de petite et moyenne taille ne peuvent plus miser de façon prépondérante sur les nouveaux classements en zone à bâtir et, dans le processus de développement vers l'intérieur qu'elles doivent engager, les mutations structurelles qui affectent leur centre constituent un défi majeur. Mais ce n'est pas le seul: les urbanistes sont toujours plus préoccupés par la question de savoir comment accroître la qualité du milieu bâti dans les quartiers périphériques anciens ou nouveaux.

Dans de nombreuses communes, on a pris conscience du fait que les mutations que subit le centre sont liées à l'évolution des secteurs périphériques, où ont vu le jour des quartiers pavillonnaires monotones, de vastes zones d'activités industrielles et tertiaires, ainsi que des centres commerciaux générant un trafic important.

6.1 Une problématique élargie

Pour répondre à ces enjeux, VLP-ASPAN a créé, en 2012, le centre de conseil SITES EN DIALOGUE, dont le Réseau vieille ville fait partie. En plus de celui-ci, une seconde équipe d'experts traite d'un vaste éventail de questions dépassant la problématique des centres de localité. Ces questions portent souvent sur l'aménagement des espaces publics ou sur des aspects esthétiques, mais plus encore sur la démarche de planification à adop-

ter: comment assurer un développement urbain dans lequel la population se reconnaisse, et où la qualité soit au rendez-vous?

Tout commence souvent par un sentiment de malaise. C'était par exemple le cas dans la commune saint-galloise de Benken, dont la demande a contribué pour beaucoup à la création de SITES EN DIALOGUE. Le responsable communal des constructions souhaitait obtenir une évaluation impartiale de la qualité urbanistique et architecturale d'un quartier récent. Une visite sur les lieux fit apparaître d'autres problèmes: des bâtiments mal utilisés et entretenus, l'absence d'une véritable place de village, une situation insatisfaisante en matière de trafic. Manifestement, la commune avait besoin d'un regard extérieur et d'un soutien technique dans la gestion de son développement. Elle opta finalement, en vue de trouver une solution pour le centre de la localité, pour une procédure de mandats d'étude parallèles.

Au cours des trois ans d'existence que compte aujourd'hui le centre SITES EN DIALOGUE, un grand nombre de communes se sont approchées de VLP-ASPAN au sujet de leur centre, parfois en rapport avec des problèmes de trafic ou des projets d'urbanisme d'une certaine ampleur. Dans d'autres cas, il s'agissait du développement d'un secteur proche de la gare, d'une zone d'activités située à proximité d'un site construit protégé, de la requalification-reconversion d'une zone industrielle, de la possibilité de supprimer les indices d'utilisation du sol ou d'un blocage interne dans le cadre de l'élaboration d'une conception directrice communale en matière d'urbanisme.

33 Le terme de «para-commerce» est un néologisme forgé par le Réseau vieille ville pour désigner un type de commerce ne fonctionnant pas de manière traditionnelle. Il s'agit souvent de magasins auxquels leurs exploitants consacrent une bonne dose de passion, de temps libre et de travail manuel, ce qui ouvre de nouvelles perspectives et relativise quelque peu les visées purement commerciales.

34 L'auteur de ce chapitre est ANNEMARIE STRAUMANN, en collaboration avec HEIDI HAAG, SITES EN DIALOGUE, VLP-ASPAN.

La visite sur place révèle souvent que la commune est confrontée à toute une série de questions non résolues, qui sont abordées indépendamment les unes des autres. Par exemple: Faut-il construire des logements pour personnes âgées? Ne faut-il pas aussi créer des logements abordables pour les familles? Comment améliorer la situation en matière de stationnement? Un conseil externe permet souvent de traiter ces différents aspects dans le cadre d'une approche globale.

6.2 Exemples

6.2.1 Illgau SZ

À Illgau, localité schwyzoise de 800 habitants, le projet qu'avait la commune de moderniser le restaurant de l'ancienne maison du sacristain (Sigrisghaus) et de transformer ce bâtiment classé, en l'agrandissant, en un centre culturel avec restaurant et hôtel, suscitait doutes et interrogations. De premiers plans de projet avaient été élaborés, mais ils ne convainquaient pas les ser-

vices cantonaux de l'économie et des monuments historiques, à qui les nouvelles constructions semblaient surdimensionnées et mal intégrées. Un regard extérieur était donc requis. L'expertise sollicitée confirma l'impression des services cantonaux et incita la commune à redimensionner le projet. Mais pas seulement: il s'agissait aussi de mieux mettre en valeur la «Stube», la pièce de vie principale du bâtiment. La commune fit appel à un professionnel du tourisme connaissant bien la localité, qui produisit, en collaboration avec un bureau d'architecture, de nouvelles esquisses. Sur cette base, la commune prévoit aujourd'hui, conformément aux conseils des experts, de lancer une procédure de mise en concurrence destinée à obtenir un projet de grande qualité. D'ici fin 2015, elle confiera des mandats d'étude parallèles à deux ou trois bureaux d'architecture. Par ailleurs, la commune envisage notamment, pour financer le projet, de lancer une souscription en vue de constituer une société anonyme ad hoc, ainsi que de rechercher des sponsors.

Les prestations proposées par SITES EN DIALOGUE

17 experts, la plupart architectes ou aménagistes, travaillent pour SITES EN DIALOGUE et pour le Réseau vieille ville. Les experts du Réseau conseillent surtout les communes dont le centre souffre des mutations structurelles affectant le commerce de détail. Ils sont rompus à la mise sur pied et au suivi de processus participatifs. La seconde équipe de SITES EN DIALOGUE traite de toutes les autres questions liées à la qualité du milieu bâti et à son développement vers l'intérieur, l'accent étant porté sur les démarches de planification envisageables. Les deux équipes proposent:

- une première consultation accessible et compétente;

- un regard extérieur neutre;
- des impulsions en cas de blocage dans le processus de planification;
- des suggestions relatives aux démarches possibles et à la manière de les engager;
- l'accès à de bons exemples liés aux problèmes rencontrés;
- bases pour d'autres travaux de planification.

Recourir aux conseils de l'équipe de SITES EN DIALOGUE coûte environ 6000 francs pour les collectivités membres de VLP-ASPAN. Les prestations comportent en général une visite des lieux par deux experts, l'établissement d'un rapport comprenant des recommandations, ainsi que la présentation de ces résultats dans la commune.



A Illgau SZ, le regard externe des experts a permis de prendre conscience de la valeur «scénique» du torrent qui traverse le village. (Photos: H. Haag).

Indépendamment de cela, l'expertise a eu deux effets secondaires importants:

- D'une part, elle a amené la commune à inscrire le projet en question dans une démarche globale de développement du centre du village, et à l'intégrer dans un concept tenant compte des principaux besoins de la localité. À cet égard, Illgau a, en une année à peine, accompli une étape décisive en établissant, avec l'appui d'un coach externe, un masterplan³⁵ pour le centre du village et ses abords. Ce document présente de manière concise les perspectives de développement de la commune, notamment – en plus du Sigristenhaus – la réalisation d'un centre destiné à la formation, à la culture et au sport, le déplacement de l'école, la création de logements intergénérationnels ou encore l'aménagement d'un «espace nature» autour du torrent traversant le centre du village.
- D'autre part, l'expertise sollicitée a fait prendre conscience à la commune que la bédrière et le moulin glaciaire situés au cœur du village constituaient une curiosité méritant d'être mieux mise en valeur, tant du point de vue

touristique qu'urbanistique. Il est désormais prévu de rendre le torrent – actuellement caché – visible depuis le Sigristenhaus transformé, voire depuis une terrasse de restaurant. La réalisation d'une passerelle longeant la cascade semble possible également.

6.2.2 Spiez BE

La commune de Spiez, dans l'Oberland bernois, disposait de terrains récemment classés en zone à bâtir, qu'elle entendait développer. La demande de logements étant forte, de grandes opérations urbaines étaient prévues. Il ne fallait cependant pas que celles-ci semblent parachutées sans égard pour le contexte. Les autorités locales voulaient s'assurer que les projets soient de bonne qualité. Mais qu'est-ce qui caractérise un «bon projet» de logement? Comment garantir un certain niveau qualitatif? Jusque-là, la commune

35 www.illgau.ch > Suche: «Masterplan» > «Ein Masterplan für die Dorfkernentwicklung» (18 mai 2015).



Spiez entend veiller à la qualité de l'urbanisation des surfaces nouvellement mises en zone (ci-dessus le secteur «Ahorni»).

examinait les demandes de permis de construire à l'aune de critères juridiques, écologiques et énergétiques. Jamais une démarche d'assurance qualité n'avait toutefois été menée de façon approfondie, bien que le règlement communal sur les constructions le prévoie. La commune disposait certes d'une base stratégique, prenant la forme d'une conception directrice (REK 2013), mais celle-ci comportait surtout des indications quantitatives, et très peu sur les aspects qualitatifs.

Dans le cadre d'une retraite, les experts de SITES EN DIALOGUE exposèrent à l'exécutif communal quels étaient les critères de qualité à prendre en compte et quelles procédures pouvaient permettre d'en assurer le respect. Ils préconisèrent, entre autres, d'instituer un comité consultatif composé de professionnels externes, qui soit chargé d'évaluer les projets de manière indépen-

dante, de conseiller les autorités et de formuler des recommandations à l'intention de la commission de construction. Sur ce, la commune a constitué un comité formé de deux architectes et d'un aménagiste susceptibles d'apporter un regard extérieur.

Les autorités communales ont également donné suite à d'autres suggestions. Ainsi ont-elles décidé d'organiser, pour définir l'avenir d'un site à la topographie difficile (Ahorni), des ateliers impliquant, en plus des membres de l'exécutif, des aménagistes et des architectes. L'objectif est ici de déterminer quelle serait la meilleure forme urbaine – typologie, morphologie, réseau viaire – pour le secteur.

Pour un autre site bien centré aux mains de la commune (Bühl Nord), l'exécutif compte commander une étude de faisabilité destinée à déterminer quels volumes, densités, typologies et acti-

vités entreraient en ligne de compte. Cette étude aidera aussi la commune à décider si elle préfère construire elle-même, céder les terrains en droit de superficie ou vendre ces mêmes terrains en imposant à l'acquéreur d'organiser un concours d'architecture – toutes ces options visant à assurer la réalisation d'une opération de qualité.

Comme le disait une conseillère communale, les prestations de conseil qu'a sollicitées la commune ne lui ont pas seulement fourni des apports de nature technique, mais lui ont aussi permis de mieux cerner les questions de planification auxquelles elle doit être attentive, et celles sur lesquelles elle peut influencer. En font notamment partie les procédures destinées, comme mentionné ci-dessus, à assurer la qualité des projets de construction, mais aussi les problèmes structurels dont souffre le centre de la localité, et auxquels la commune souhaite désormais s'attaquer.

solutions viables ne peuvent être développées qu'en concertation avec les habitants, les propriétaires et les autres acteurs-clés. À cet égard, un appui technique extérieur se révèle souvent utile. Les autorités communales sont souvent réticentes à engager des processus participatifs. Il arrive cependant qu'un déclic se produise et qu'elles se rendent compte que l'aménagement local peut aussi être gratifiant.

Que le processus aboutisse ou non à des solutions viables dépend bien entendu des personnes impliquées. Clairvoyance, endurance, ténacité et capacité d'enthousiasme sont requises. Les experts du Réseau vieille ville et de SITES EN DIALOGUE peuvent proposer des pistes et suggérer quels processus et démarches engager. C'est cependant à la commune elle-même de décider de la voie à suivre.

6.3 Bilan préliminaire

Les activités de conseil du Réseau vieille ville et de SITES EN DIALOGUE montrent que les communes disposent encore de nombreuses possibilités d'intervention dans le cadre de leur aménagement local. La révision de la LAT n'a restreint l'autonomie communale qu'en matière d'extension des zones à bâtir. Au sein du milieu bâti existant, il est d'autant plus crucial que les acteurs concernés aient la volonté d'agir.

Il importe de prendre conscience qu'un aménagement local pertinent présuppose des perspectives de développement claires. La commune doit savoir ce qu'elle veut offrir en matière d'habitat, d'activités économiques et de loisirs, quelle importance elle entend accorder à la nature et au paysage, et comment elle compte répondre aux besoins en matière de mobilité. Il vaut la peine d'aborder ces aspects dans une conception globale et à long terme avant de lancer des projets spécifiques à tel ou tel endroit.

L'aménagement local requiert de la créativité, car il s'agit d'esquisser des scénarios d'avenir. Des

7. Conclusions

L'exigence de développer le milieu bâti vers l'intérieur impose de maîtriser deux grands défis: les mutations structurelles affectant les centres de localité et la nécessité d'une densification de qualité.

Dans les petites villes comme dans les villages, l'ère d'un développement purement quantitatif est révolue. D'un côté, les mutations structurelles en cours mettent les centres de localité en crise; de l'autre, l'obligation de densifier confère à ces mêmes centres une importance de premier plan dès lors qu'il s'agit de créer un cadre de vie à la fois dense et de qualité. Dans ce contexte, le Réseau vieille ville et SITES EN DIALOGUE aident les communes et les villes à définir leurs propres stratégies, en prenant la mesure des enjeux qualitatifs.

Au cours des dix dernières années, le Réseau vieille ville a accumulé des expériences dans plus d'une trentaine de collectivités. De cette activité peuvent être tirés les grands enseignements suivants:

- Les mutations structurelles à l'œuvre ne peuvent être stoppées, encore moins renversées. L'évolution des habitudes de consommation, liée à l'accroissement de la mobilité, est un phénomène qui se poursuivra. Actuellement, ce sont les centres de petite et moyenne taille qui en font les frais.
- Dans les centres de localité, les mesures de stabilisation ou de renouvellement des activités commerciales sont importantes et nécessaires. Elles doivent cependant s'écarter des solutions trop conventionnelles. Nos centres deviennent des niches qui peuvent tout à fait se révéler prospères, tout en conservant leur cachet et leur fonction identitaire. Ils doivent cependant pour cela se repositionner.
- Le recul de la vie publique observable dans les centres ne peut être compensé que dans une mesure limitée. Ni les cafés-restaurants, ni les événements ou autres activités à carac-

tère public ne peuvent remplacer l'animation qu'apportait le commerce de détail. Il convient d'ailleurs de se montrer prudent à l'égard des activités qui tirent certes parti du décor qu'offrent les centres, mais ne sont guère en mesure de contribuer durablement à leur vitalité.

- L'habitat constitue à tout le moins une fonction propre à assurer la viabilité économique des centres. Rénover les immeubles avec doigté représente une étape importante dans la lutte contre le déclin. Si les habitants investissent aussi l'espace-rue, cela peut conférer aux centres une nouvelle convivialité.

Comme dans toute crise, un certain bon sens est de rigueur. Les problèmes ne peuvent pas être abordés aux seuls niveaux de la planification et de l'administration. Compte tenu de l'importante fonction identitaire des centres, leur réorientation doit se définir dans le cadre d'un processus de prise de conscience collectif. Outre le public, les propriétaires d'immeuble et les commerçants du centre ont ici un rôle primordial à jouer. Il s'agit donc de les convaincre de s'engager, en leur montrant les avantages d'un développement concerté. Les outils du Réseau vieille ville tentent d'encadrer et d'alimenter les volets stratégique et participatif d'un tel processus.

En ce qui concerne la mise en œuvre des mesures, il se révèle possible et nécessaire d'intervenir à différents niveaux:

- Au niveau régional, il convient de regrouper autant que possible les activités à caractère public et de gérer le trafic qu'elles induisent.
- Au niveau communal, il s'agit d'élaborer des stratégies aptes à donner aux propriétaires et aux commerçants des perspectives claires et à les aider à investir de façon judicieuse.
- Au niveau de la rue ou du périmètre commerçant, il convient de développer un modèle de coopération permettant de mieux définir le profil du secteur et de renforcer la collaboration.
- Au niveau de l'immeuble, les propriétaires désireux de réaffecter et rénover leurs surfaces

doivent être informés de l'état du marché, du potentiel de leur bâtiment et des risques liés à un investissement.

- Au niveau des différents locaux (commerces, cafés-restaurants), les acteurs concernés doivent être incités à se positionner au sein du système et à rester innovants.

Bien que beaucoup de choses dépendent en fin de compte des propriétaires et des commerçants, ce sont les niveaux stratégiques qui comportent les plus grandes chances – mais aussi les plus grands risques de passer à côté. La gestion des activités ayant leur place au centre a toujours été le parent pauvre de l'aménagement du territoire, entraînant par endroit des dégâts irréversibles. Beaucoup d'exemples mettent en évidence l'absence d'une politique et d'une culture de l'aménagement du territoire favorables aux centres. On a longtemps pointé du doigt les États-Unis en mettant en garde contre les évolutions qui sévissaient là-bas. Or, aujourd'hui, elles sont aussi devenues une réalité chez nous.

Aussi tenter de redynamiser les centres consiste-t-il, à bien des égards, à lutter contre des symptômes – ce qui n'enlève rien à l'importance ni au caractère plaisant de ce travail. Il ne s'agit pas seulement de défendre et promouvoir les activités commerciales, mais aussi de renouveler la notion même de centre. Nous sommes tous appelés à discuter de nos attentes à l'égard des centres, ce qui ne saurait être la tâche des seuls professionnels. Il faut que les gens aient l'occasion de faire valoir leurs intérêts et d'exprimer leurs idées dans un processus collectif – que ce soit autour d'une fondue ou d'un feu de camp «interquartiers», ou dans le cadre de débats urbains productifs. Il s'agit de déterminer pourquoi nous aurons encore besoin de nos centres de localité à l'avenir. Nous leur devons une telle discussion.



Paul Dominik Hasler,
ingénieur ETH NDS,
co-fondateur du Réseau vieille ville

Impressum

Territoire & Environnement

VLP-ASPAN

Documentation dans le domaine du développement territorial pour les membres de l'Association suisse pour l'aménagement national, paraît quatre fois l'an en français et en allemand

Rédaction

Lukas Bühlmann, Directeur VLP-ASPAN,
Annemarie Straumann

Photos VLP-ASPAN

Paul Dominik Hasler

Traduction

Léo Biétry

Réalisation

Ludwig Zeller

Impression

Multicolor Print, Baar

Photo de titre

Yverdon-les-Bains VD

Reproduction des textes et illustrations autorisée moyennant l'indication de la source



Association suisse pour
l'aménagement national
Sulgenrain 20, CH-3007 Berne
Tél. +41 (0)31 380 76 76
Fax +41 (0)31 380 76 77
info@vlp-aspan.ch
www.vlp-aspan.ch