



## Centres-villes vides? Il existe des solutions!

Un changement structurel qui a du potentiel: apportez de la vie dans les villes! – Journée des villes 2019



# Centres-villes vides: où est le problème?



Berne



Locarno



Rapperswil SG

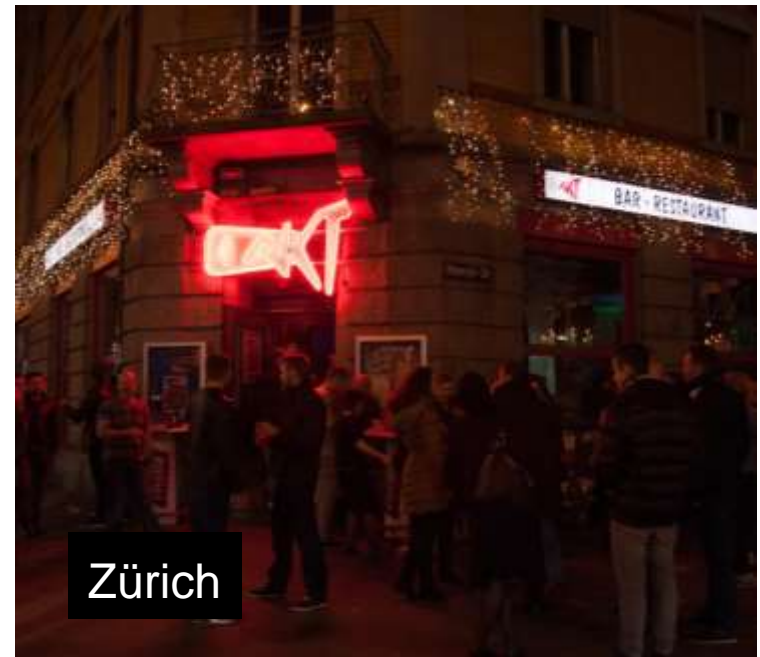


Neuchâtel

Centres-villes vides

# Les problèmes existent....

Commerce de détail



Nuisances nocturnes



Il existe «deux villes»

## La ville «des rez» et la ville «des étages»



**Bureaux à louer**

privé

Les deux secteurs de la ville sont marqués par un changement structurel.

public

**Locaux commerciaux à louer**

Rheinfelden AG

La ville «des étages»

## Les bureaux redeviennent des logements



Là où la demande est faible, les loyers des logements des étages permettent de subventionner les utilisations des rez.



La ville «des rez» - Les rez-de-chaussée

## Changement structurel dans le commerce de détail



### **Einkaufstourismus ist im Schweizer Detailhandel eine feste Grösse**

Der physische Einkauf im Ausland hat sich stabilisiert – zur neuen Gefahr für den hiesigen Einzelhandel könnte das via Internet getätigte Ausland-Shopping werden.



La ville «des rez»

## Rez-de-chaussée vides – que faire?

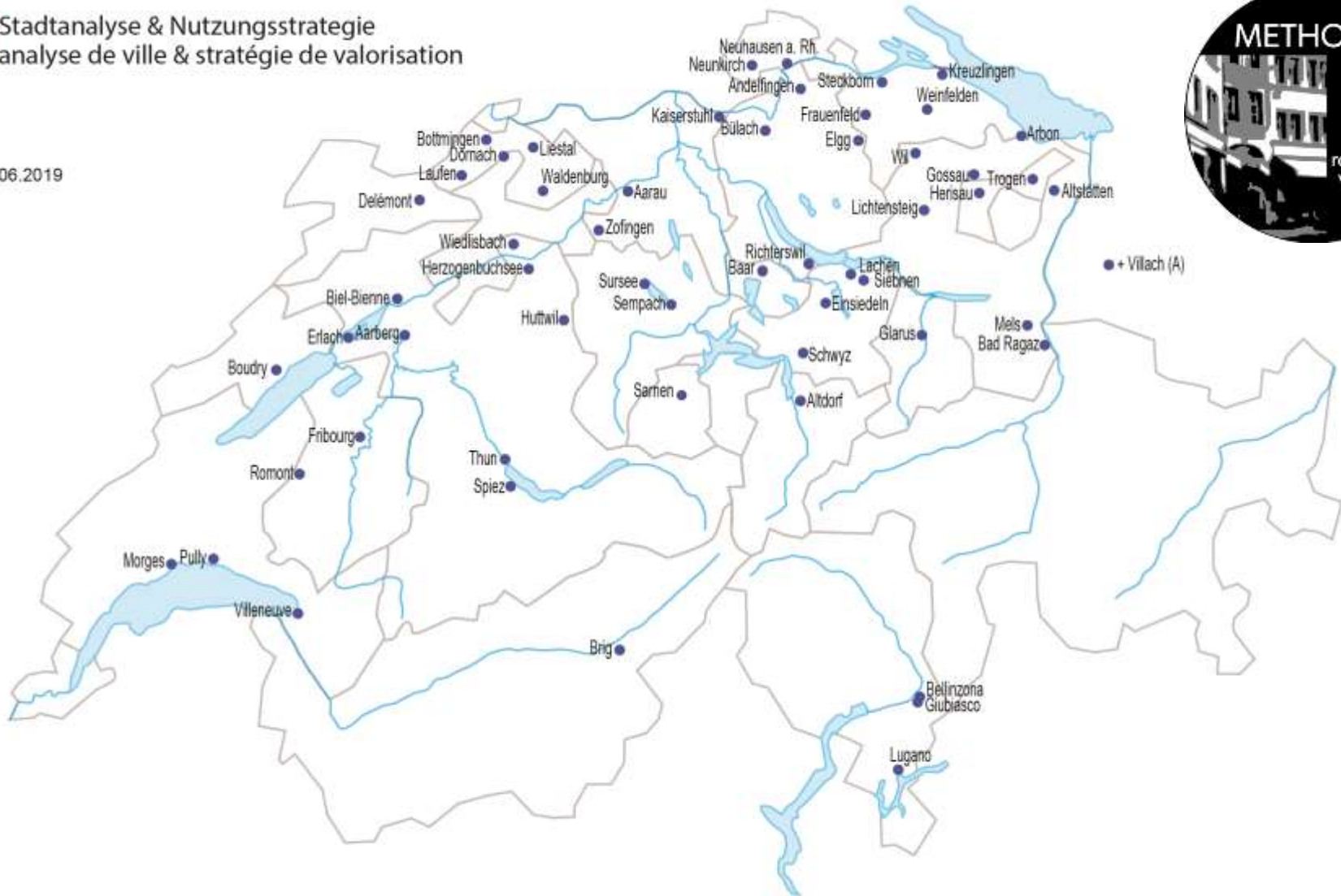


# Changement structurel dans le centre des villes et des localités

## Longue expérience dans le domaine du conseil

- Stadtanalyse & Nutzungsstrategie
- analyse de ville & stratégie de valorisation

06.2019





Pas de retour des commerces, du moins sous leur ancienne forme...

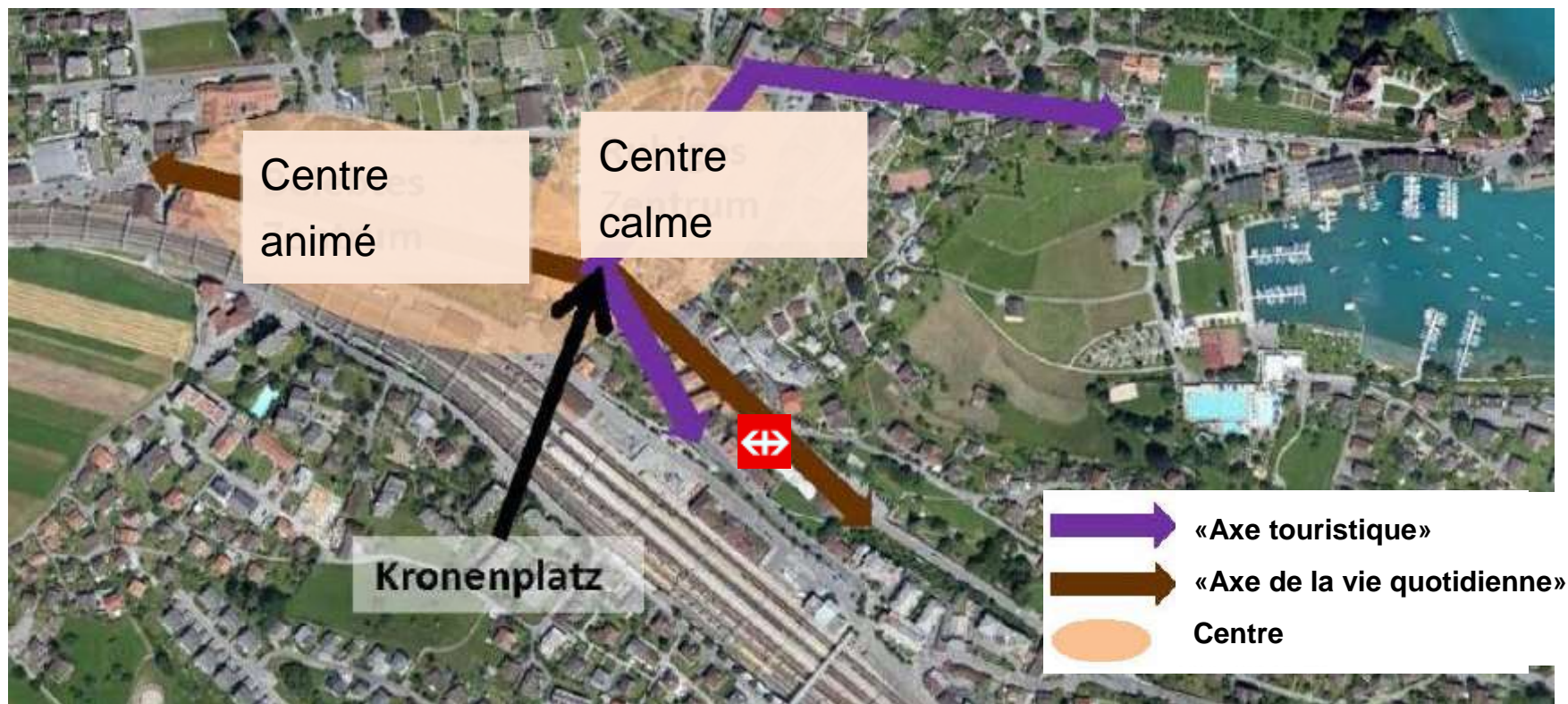
## Que pouvons-nous faire?

- 1** Concentrer localement les commerces et les utilisations publiques; on ne peut plus «animer» toutes les ruelles et les rues commerçantes.
- 2** Requalifier les espaces extérieurs, créer de la qualité résidentielle, permettre les rencontres.
- 3** Attirer au centre les grands distributeurs et générateurs d'affluence, comme Migros et Coop, limiter les surfaces commerciales dans les zones industrielles (périphériques).
- 4** Veiller à la mixité fonctionnelle en proposant des magasins du commerce hybride et parallèle.
- 5** Développer des stratégies, des processus participatifs avec les personnes concernées; chaque ville est différente.

# 1 Concentrer les utilisations commerciales et publiques

Clarifier la situation du centre, concentrer localement les affectations et réduire leurs surfaces. Concilier les souhaits et la réalité (économique).

Spiez BE





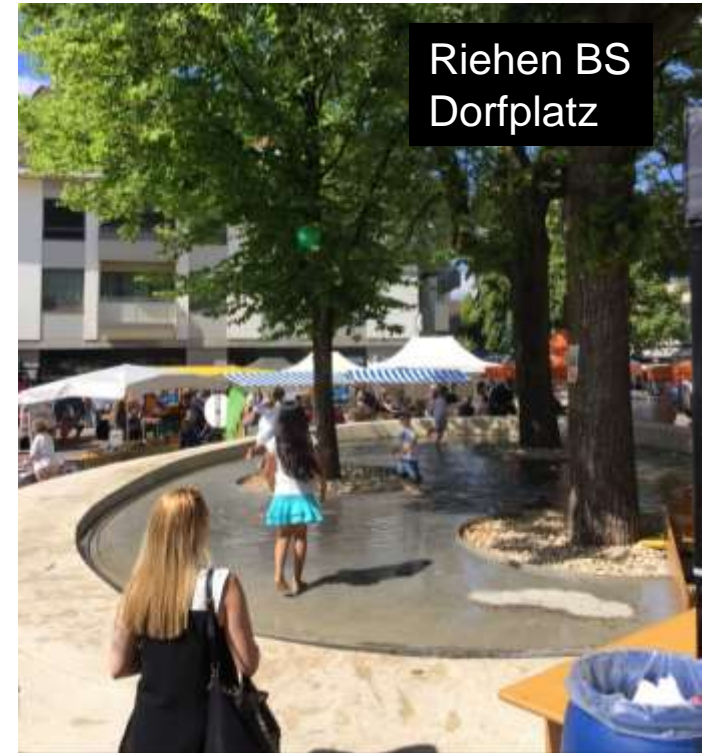
# Concentrer les utilisations ...un thème récurrent aussi dans les nouveaux quartiers!



2

## Requalifier les espaces publics Permettre les rencontres

Identifier les potentiels et les utiliser





## 2

# Requalifier les espaces publics – Permettre les rencontres

Ne pas laisser les discussions stériles sur la modération de trafic et les places de stationnement bloquer la situation!

Créer des oasis de calme...



Permettre le provisoire...



## Réaménager l'espace routier – Créer de la qualité résidentielle





## Réaménager l'espace routier– Permettre la cohabitation



## 2

# Améliorer l'accessibilité des centres

Aménager de la place pour les piétons et les cyclistes



Maintenir et étendre les réseaux de chemins existants





2

## Permettre aux riverains d'utiliser l'espace extérieur



Liestal BL



Pully VD

### 3 Attirer au centre les grands distributeurs





## 4 Miser sur la mixité fonctionnelle



EspaceSuisse





Commerces parallèles

**Ne vivent pas de leurs recettes...**





4

## Encourager les affectations transitoires

Lichtensteig SG  
Espace culturel à l'Hôtel de ville



Lausanne



Zürich



## 4 La restauration anime les sites



Restauration/culture et habitat

**....une cohabitation non dénuée de conflits!**



Les mégatendances (individualisation, démographie, changement climatique...) vont attiser les conflits.



# Restauration/culture et habitat Par ex. Delémont

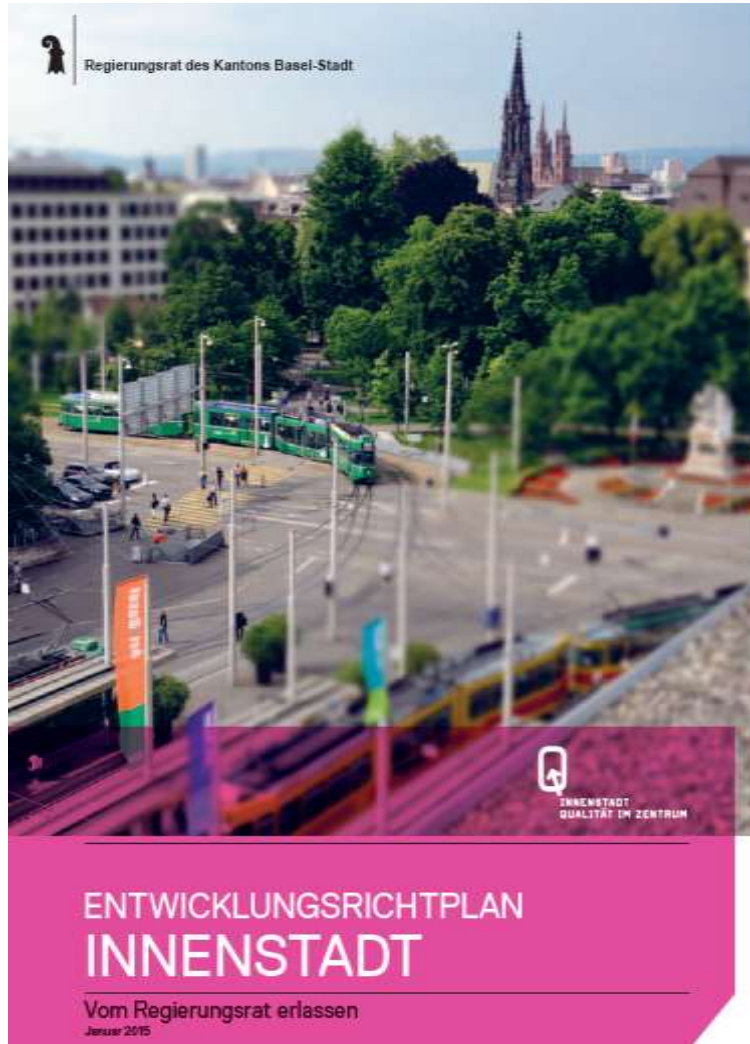


Les trois piliers du concept  
de la vie nocturne:



- La prévention
- L'accompagnement,  
le dialogue
- La répression  
→ Centre de l'espace public (ZORA)

## Par ex. Bâle – une véritable caisse à outils



Identifier les potentiels/les limites des différentes places et espaces publics; développer des stratégies et définir des mesures.

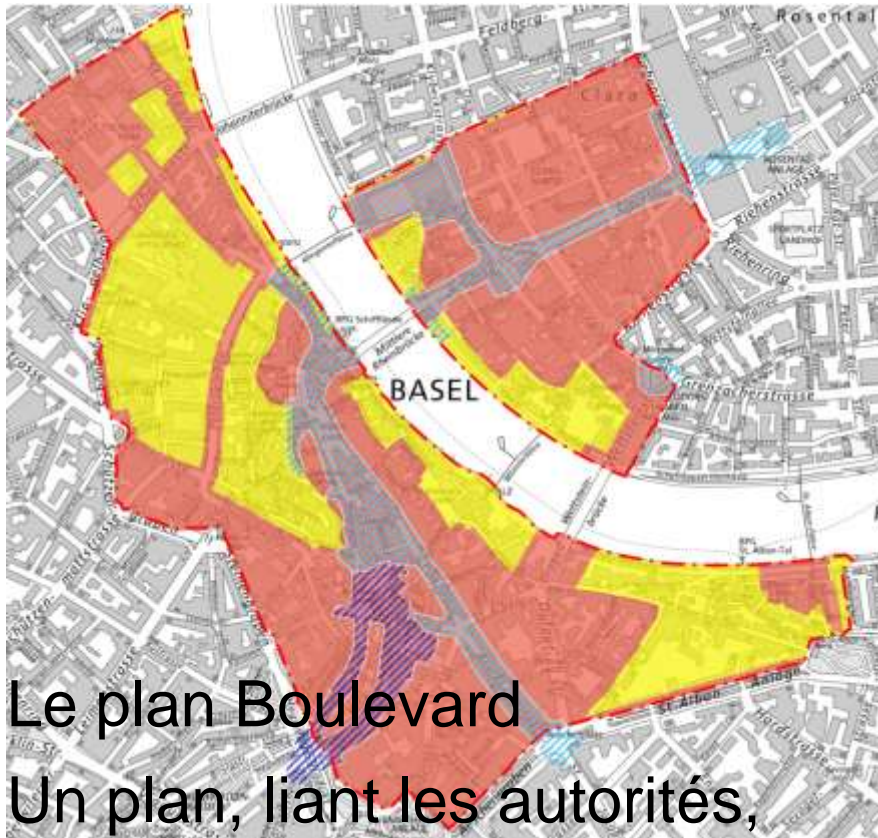
Avoir une vision globale tout en gardant un équilibre entre:

- les différents intérêts et groupes cibles ...
- la ville (dans son ensemble) et le quartier...
- l'animation/la vie nocturne et le besoin de calme



Restauration/culture et habitat

# Le plan Boulevard centre-ville et l'instrument d'évaluation «gastronomie et bruit secondaire» (GASBI)



Le plan Boulevard  
Un plan, liant les autorités,  
relatif aux heures d'ouverture  
des établissements publics

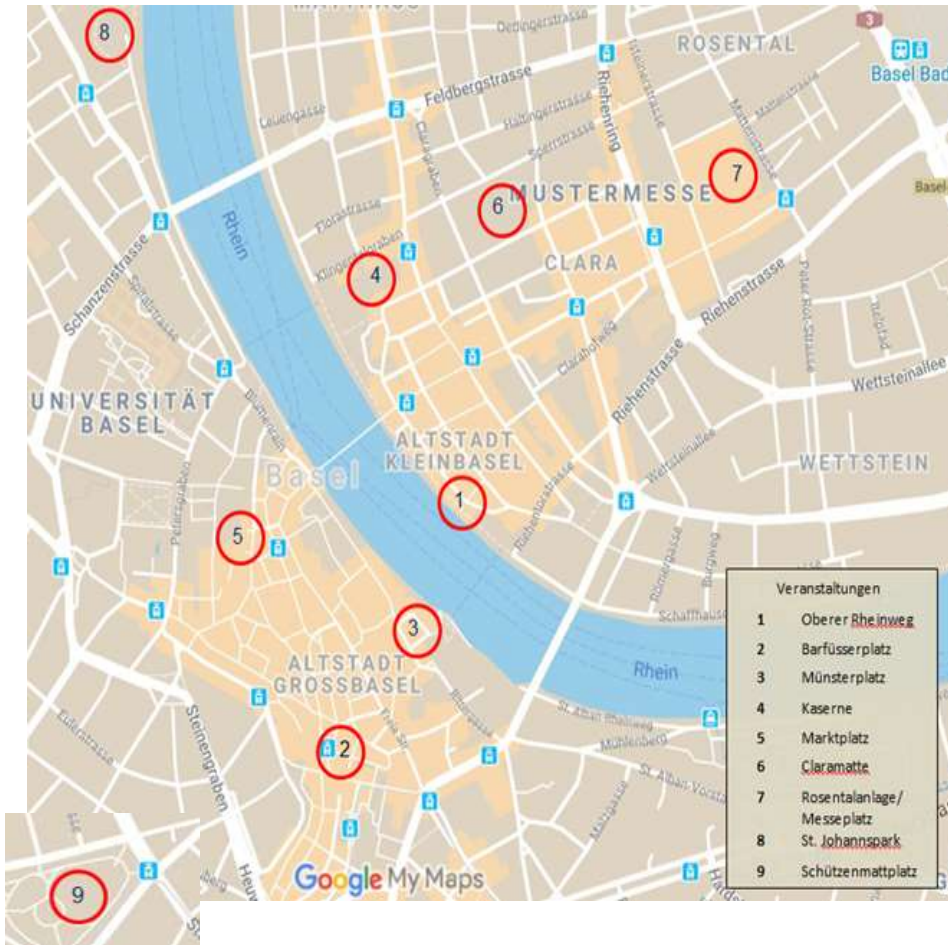
Bewilligungsverfahren für Gastrobetriebe und Veranstaltungsorte							
Beurteilung der Sekundärlärm-Immissionen							
Objektbezeichnung		Name des Betriebes					
Baugesuchsnummer		BBG 9091681					
Adresse/Lage		Marktplatz 34					
Gesuchsart		Vorabklärung				<input type="checkbox"/>	
		Änderung der Öffnungszeiten				<input checked="" type="checkbox"/>	
		Änderung Betriebscharakter				<input type="checkbox"/>	
		Baugesuch / Betriebsbewilligung				<input type="checkbox"/>	
Weitere Abklärungen / Auflagen							
LSV, Anhang 6, Gewerbelärm		[Prognose/Auflage]				<input type="checkbox"/>	
SIA 181, Schallschutz im Hochbau		[Schallschutznachweis]				<input type="checkbox"/>	
Cercle Bruit <sup>1</sup> , Richtlinie		[Auflage für Betriebskontrolle]				<input type="checkbox"/>	
Schall- und Laserverordnung		[Auflage für Betriebskontrolle]				<input type="checkbox"/>	
zulässiger Störgrad							
zulässiger Störgrad gemäss Plan		32				32	
Empfindlichkeitsstufe		III					
berechneter Störgrad							
Publikum, Besucherategorie		"Beizengänger", Alkohol ist ein v				9	
Nutzung:							
Take Away		kein Take Away				0	
Erschliessung		<input checked="" type="checkbox"/> gute öV-/MIV-Erschliessung				-1	
Kapazität		> 500				5	
Betriebszeiten		Betriebszeiten gem. Cercle Bruit <sup>1</sup> / GGG <sup>2</sup>				20	
Mo - Do	durchgehender Betrieb (bereits vor 05:00 geöffnet)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> 05-07	<input checked="" type="checkbox"/> 07-19	<input checked="" type="checkbox"/> 19-22	<input checked="" type="checkbox"/> 22-01	<input checked="" type="checkbox"/> 01-05
Fr / Sa		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> 05-07	<input checked="" type="checkbox"/> 07-19	<input checked="" type="checkbox"/> 19-22	<input checked="" type="checkbox"/> 22-02	<input checked="" type="checkbox"/> 02-05
Sonntag		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> 05-07	<input checked="" type="checkbox"/> 07-19	<input checked="" type="checkbox"/> 19-22	<input checked="" type="checkbox"/> 22-01	<input checked="" type="checkbox"/> 02-05
zeitl. Konzentration Besucherstrom ?		<input type="checkbox"/>				0	
Neuanlage / Umnutzung ?		<input type="checkbox"/> Neuanlage				0	
öffentliches Interesse		<input type="checkbox"/>				0	
Summe Störgrad						33	
Beurteilung							
Der berechnete Störgrad liegt im Toleranzbereich von $\pm 10\%$ um den zulässigen Störgrad. Aus diesem Grund ist eine einzelfallweise Prüfung des Gesuches durchzuführen.							

<sup>1</sup> Cercle Bruit: Vollzugshilfe vom 10. März 1999

<sup>2</sup> GGG: Gastgewerbegesetz

Restauration/culture et habitat

## Plan d'animation et plans d'affectation spéciaux pour les grandes manifestations



- ✓ Répartition des (grandes) manifestations sur le territoire urbain, contingentement des manifestations
- ✓ Vue d'ensemble
- ✓ Participation de la population, transparence, objectivation, protection juridique
- ✓ Prévisibilité et sécurité juridique et de la planification



# 5 Analyse et stratégies

## Analisi urbana Lugano

Novembre 2018



## Fribourg Analyse de ville

Document final pour l'assemblée publique du 26.06.2018



Detailhandelsbarometer Innestadt Glarus (12'500 Einwohner, 2017)				
Aspekt	Beurteilung vorteilhaft mittel unvorteilhaft	Kommentar / Begründung	Vergleich	
			Solothurn 16'000 Einw.	Delémont 12'000 Einw.
<b>Aktuelles Angebot</b>				
Anzahl Geschäfte	Green	+ Detailhandel ist "noch" vielfältig - Strukturveränderungen spürbar - Leerstände entstehen	Green	Orange
Dichte der Einkaufszone	Orange	+ Konzentration im Zentrum - Eine zusätzliche Konzentration tut gut	Green	Orange
Ladengrößen	Orange	- eher klein strukturiert	Green	Orange
Ladenmix	Green	+ interessante Vielfalt + neue Formen entstehen, Wochenmarkt	Green	Orange
Image und Marketing	Red	- Gemeinsames Marketing kaum spürbar - Zusammenarbeit auf keinem guten Level	Green	Orange
Leerstände & Nachnutzungen	Green	+ Nicht viele empfindliche Leerstände	Green	Orange
<b>Einkaufsgefühl</b>				
Einkaufsumgebung	Orange	+ Schöne Angebote - Frequenzschaffer fehlt	Green	Orange
Flanierqualität	Red	- Atmosphäre kaum vorhanden - Strasse trennt und stört - Kein Wasserzugang	Green	Orange
Aufenthaltsqualität	Red	+ Schöne Plätze (Potenzial) - Plätze laden nicht ein - Zaunplatz mit Fahrzeugen zugestellt	Green	Orange
Gastronomie und Sehenswürdigkeiten	Orange	+ Gastronomie vorhanden, ausbaufähig - Sehenswürdigkeiten zu wenig inszeniert - Kein Leuchtturm vorhanden	Green	Orange
<b>Erreichbarkeit</b>				
Lage innerhalb Stadtgebiet	Green	+ Altstadt liegt zentral + Bahnhof liegt nahe, Fusswegdistanz	Orange	Red
Parkplatzangebot	Orange	+ Viele Parkplätze vorhanden	Orange	Green

## 5 Stratégie avec mesures concrètes (participative)

Stossrichtung	Ziel	Massnahmenfelder
A Das Zentrum erlebbar machen	Weinfeld positioniert sich als attraktive Zentrumsgemeinde.	A1 Den Bahnhofplatz zum Eingang machen
		A2 Den Markplatz zum Stadtplatz machen
		A3 Den historischen Ortskern in Szene setzen
		A4 Die untere Rathausstrasse aufwerten
		A5 Das Flanieren verbessern

B-2	Réaménager la Grand-Rue
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Augmenter la qualité de l'espace public</li> <li>Favoriser les usages et les mobilités douces</li> <li>Valoriser le patrimoine architectural et urbain</li> </ul>
<b>Description de la mesure</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réaménagement de la Grand-Rue : suppression des trottoirs, surface uniforme de façade à façade, récolte des eaux centrale à l'aide d'une cunette, récupération des pavés reposés de manière unitaire afin de mettre en scène les façades historiques</li> </ul>

C-1	Créer une association du Bourg						
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Représenter les acteurs du Bourg</li> <li>Constituer un groupe d'intérêt de référence pour les questions liées au Bourg</li> <li>Fédérer les forces</li> <li>Développer, organiser et soutenir des idées d'animation</li> </ul>						
<b>Description de la mesure</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Définition des objectifs et des moyens</li> <li>Mise en place d'actions concrètes</li> </ul>						
<b>Premier pas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organisation d'une assemblée constituante</li> </ul>						
<b>Type de mesure</b>	<table border="1"> <tr> <td>Développement</td> <td>Priorité</td> <td>Haute</td> </tr> <tr> <td>Coordination</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	Développement	Priorité	Haute	Coordination		
Développement	Priorité	Haute					
Coordination							
<b>Direction</b>	<table border="1"> <tr> <td>Comité associatif</td> <td>Collaboration</td> <td>Municipalité ; Autres associations ; Propriétaire</td> </tr> </table>	Comité associatif	Collaboration	Municipalité ; Autres associations ; Propriétaire			
Comité associatif	Collaboration	Municipalité ; Autres associations ; Propriétaire					



## 5 Implicare les commerçants et la population



12

LUGANO

### Glarus diskutiert die Zukunft seiner Innenstadt

Eine «Macher-Gruppe» aus Detailhandel, Bewohnerinnen und Hauseigentümern, Gastronomie und Tourismus, Politik und Kultur hat sich zur Stadtentwicklung in Glarus getroffen.

von Fridolin Rast

Mit der Stadtanalyse Glarus haben Experten von aussen auf die Stadt geschaut. Innen, im Dachstock des Zaunschulhauses, haben nun die Autoren Daniel Bauer und Christof Tscharland vom Netzwerk Altstadt informiert und mit rund 70 Beteiligten diskutiert. Im Dachstock des Zaunschulhauses haben sie sich getroffen, und in Arbeitsgruppen gesagt, was sie gut finden und wo sie skeptisch sind.

Daniel Bauer zeigte den Rahmen auf: Einkaufszentren und Internet haben dem Stadtzentrum Kaufkraft weggenommen, und die Onlinekonkurrenz wird noch stärker werden. Sein Rezept gegen das einsame Sterben im Ladengeschoss: Zusammenrücken im Raum zwischen Rathaus und Gemeindehaus, den Einkauf in Glarus mit Atmosphäre und hoher Qualität zu einem positiven Erlebnis machen. Wohei die Kantonastrasse eine Schlüsselrolle spielt: Nach dem geplanten Betriebskonzept soll der Verkehr stetiger und flüssiger fliessen, aber nicht mit einem tieferen Tempolimit von Tempo 30 statt Tempo 50.



Was kommt an, was ist umstritten? Eine Arbeitsgruppe stimmt über Vorschläge der Netzwerk-Altstadt-Experten zur Zukunft der Innenstadt von Glarus und über Ideen aus der Gruppe selbst ab.

Bild: Fridolin Rast

## Negozi «Non abbiamo più voglia di lamentarci»

I rappresentanti dei commercianti del centro dicono la loro sulla crisi del settore e le aperture straordinarie «Lo studio di EspaceSuisse sulla città? Riassume ciò che noi viviamo tutti i giorni ed è una cosa positiva»

CHIARA NACAROGLU

«Oggi va di moda lamentarsi, ma noi abbiamo voglia di smettere di farlo». E noi-

deve tenere in considerazione che lo spostamento potrebbe dare il la ad altri movimenti fuori dal centro. Secondo Poretti, quindi «andranno trovate soluzioni per

na scorsa (oltre la metà ha detto di non essere interessato, cfr. CdT 29/3). Poretti e Tallarini non sono stupiti né sorpresi dall'esito del nostro reportage, che vede



# Le commerce local doit aussi se remettre en question!

## Reconnaître ses propres faiblesses...

	Centre-ville / du village	Centres commerciaux
Heures d'ouverture harmonisées	–	☐
Publicité commune	☐	☐
Mix des branches ciblé	–	☐
Placement des commerces	–	☐
Flâner (sans trafic)	–	☐

**... et corriger le tir!**



Initiative privée  
**Association de commerçants  
innovante à Burgdorf**



Projekte in Zukunft   Märitstadt Burgdorf   Freiräume   Flanierzone

# Projekte in Zukunft

---

## **Power für Burgdorf**

Pro Burgdorf behält die Stadt als Ganzes im Blick. **Unser Ziel ist es die Innenstadt wie ein hochfrequentes Einkaufszentrum zu vermarkten und regional zu platzieren.** Wir erreichen dies durch Vernetzung der Anbieter, Veranstaltungen zur Steigerung der Kundenfrequenz und gemeinsame Marketing-Aktionen.

Initiative privée

## Le marché couvert de Glaris dans l'ancienne poste





Initiative privée

## First Friday à Biel-Bienne



# LE **VENDREDI** BOOSTE TOUT UN QUARTIER

**COMMERCE** Une braderie mensuelle strictement réservée aux commerçants locaux, c'est un concept qui s'est imposé en vieille ville de Bienne au point d'intéresser d'autres cités.

Stefan Meyer, DR

FIRST  
friday  
biel/bienne

DIE BIELER ALTSTADT BEWEGT

Dernière remarque:

## Taxe d'incitation sur les locaux vides?

Interventions politiques à St-Gall et dans des villes romandes

**St.Galler SP will Bussen für leere Ladenlokale in der Innenstadt prüfen**



Pression sur les prix de location

Viabilité accrue des commerces existants, chances pour de nouveaux formats...

→ moins de locaux vides



Une taxe ne remplace pas la recherche de stratégie. Elle peut bloquer ou freiner l'envie d'agir...



# Interventions politiques

## Taxe d'incitation sur les locaux vides?

Problème de mise en œuvre: quand un local est-il sous-utilisé?



Toutes les utilisations ne sont pas sources d'animation.



# EspaceSuisse

Verband für Raumplanung

Association pour l'aménagement du territoire

Associazione per la pianificazione del territorio

Associaziun per la planisaziun dal territori



Biel - Bienne

**Merci de votre attention!**