

Commerces et centres-villes parés pour tirer à la même corde

D'où viennent les personnes qui fréquentent les rues et les commerces de centres-villes et par quel moyen de transport ? Une étude menée en 2021 fait la lumière sur ces questions dans six villes moyennes de Suisse romande, dont Lancy et Carouge. Les résultats publiés le 30 mai orientent la gestion des accès aux centres-villes et l'aménagement des espaces publics. Ces enjeux ont été débattus lors d'ateliers dans le but de créer des synergies puisque villes et commerces partagent un enjeu commun : avoir un centre animé et fréquenté.

L'accès aux commerces de détail des centres-villes est une thématique très débattue. Or les données disponibles en Suisse pour Genève ou Zurich remontaient jusqu'à une vingtaine d'années ! Les résultats d'une étude y remédient.

Lancy et Carouge font partie des villes ayant participé au projet avec Yverdon-les-Bains, Vevey, Bulle et Fribourg. L'enquête s'est intéressée aux petits commerces, confrontés à des défis plus élevés que les grandes surfaces. Une rue commerçante a été retenue dans chaque ville en fonction d'enjeux locaux. Pour Lancy, c'était l'occasion de mieux comprendre le fonctionnement du quartier des Palettes, transformé par l'arrivée du tram, et pour Carouge, le fonctionnement de la rue Saint-Joseph, dont la piétonnisation était sur le point d'être mise en œuvre au moment de l'étude.

Enquête et dialogue avec les commerces

Une enquête a été effectuée auprès de 1 500 personnes dans la rue (202 à Lancy, 266 à Carouge). La particularité de l'étude tient au fait que les questions puis les résultats ont été discutés avec les commerces, puisqu'ils partagent avec les autorités le défi d'entretenir la fréquentation du centre-ville. Parmi les personnes interrogées, 63 % avaient effectué un achat ou bénéficié d'un service.

Une fréquentation avant tout locale et piétonne

En moyenne dans les six villes, les trois quarts des personnes interrogées habitent ou travaillent dans la commune même.

C'est à pied que la majorité des gens vont jusqu'au quartier des Palettes (53 %) ou jusqu'à la rue St-Joseph à Carouge (41%). Les personnes venues à pied et à vélo sont celles qui fréquentent les rues commerçantes le plus souvent. Les personnes venues en voiture ne transportent pas un volume plus important et n'effectuent pas plus d'achats que les autres. Les rues piétonnes sont particulièrement appréciées par les personnes interrogées, ce qui conforte les autorités dans leur politique d'aménagement. Et si la proximité immédiate du stationnement demeure un enjeu aux yeux de certains commerces, elle ne cristallise plus le débat dans plusieurs des communes étudiées.

Enfin, les commerçant-es surestiment dans toutes les villes la part de leur clientèle venue en voiture. Une information précieuse qui ouvre la voie aux communes pour réaménager leurs rues commerçantes.

S'inscrire dans la ville des courtes distante et renforcer le plaisir de flâner

S'appuyant sur ces résultats, les auteur-es de l'étude, la HEIG-VD, Mobilité piétonne Suisse et le bureau d'architectes urbanistes Fischer et Montavon + Associés, dressent des recommandations afin d'inciter les gens à venir au centre-ville. Une fiche synthétique relève les principaux leviers à saisir dans chaque localité.

Pour Lancy, il s'agit en particulier de :

- Susciter de nouvelles habitudes de mobilité à l'occasion des travaux du tram. Saisir cette opportunité d'adapter l'espace public pour développer le recours au vélo et au tram.

- Faciliter l'accès à vélo depuis les communes limitrophes.
- Modérer le trafic sur les contre-allées pour offrir une déambulation plus calme et améliorer les traversées.
- Communiquer sur l'offre de stationnement en ouvrage existant à proximité des commerces et manifester méconnaissance et exploiter les possibilités de réduire l'offre en surface au profit des modes actifs et des qualités de séjour.
- Renforcer le motif de promenade/shopping sur le plan de l'aménagement de l'Avenue des Communes-Réunies.
- Agir face au bruit, offrir des oasis de calme et propices aux interactions sociales, y compris libres de consommation, en cohérence avec la composition socio-économique du quartier.
- Envisager des mesures d'animation et de valorisation de l'espace public en partenariat avec les commerces ou les propriétaires fonciers qui possèdent des surfaces devant leurs locaux.
- Mettre en avant la nouvelle centralité urbaine en devenant en coordonnant les projets publics ainsi qu'avec les projets privés.
- Identifier les atouts du quartier, renforcer son identité et le sentiment d'appartenance, pour faire rayonner une image plus positive et attractive au-delà du secteur étudié et étendre le bassin de chalandise.

Pour Carouge, il s'agit en particulier de :

- Poursuivre l'amélioration de l'accessibilité à pied (boucles cheminatoires, traversées, suppression d'obstacles), à vélo (maillage, stationnement) et en transports publics (accessibilité à pied aux arrêts) pour convaincre la clientèle motorisée de se reporter vers les autres modes plus favorables au climat et à la qualité de vie.
- Encadrer et prévenir les nuisances dues au bruit nocturne (terrasses et bars).
- Renforcer les possibilités de séjour et la végétation, y compris dans la nouvelle zone piétonne. Il y a quelques terrasses, mais pas de bancs publics qui pourraient être ajoutés aux alentours de la Place du Marché et de la Place du Temple.
- Mettre en valeur les bâtiments et le cadre historique.

Le projet a bénéficié du soutien du Bureau de coordination pour la mobilité durable COMO, de la Loterie romande, du canton de Genève, Vaud et Fribourg et des villes de Carouge, Lancy, Vevey, Yverdon-les-Bains, Fribourg et Bulle.

Rapport et publication synthétique

<https://heig.ch/centresvillesattractifs>

Illustration des rues © Mobilité piétonne Suisse

Étude « Attractivité des centres villes pour le commerce » :

Jenny Leuba, Cheffe de projet, Mobilité piétonne Suisse

043 488 40 33, jenny.leuba@mobilitepietonne.ch