18 déc 2006 S'ABONNER AU TEMPS

LETEMPS.CH

LE JOURNAL
Sommaire complet
Editorial
Zooms
Temps fort
International
Suisse
Régions
Economie
Finance
Sports
Société
Culture
Eclairages
Courrier lecteurs
Météo

FINANCE
Finance
Fonds placement
Marchés
Economie

LES RENDEZ-VOUS
Emploi, formation
Sortir
Samedi culturel
Disques
Livres
Sciences
Multimédia

LES PLUS DU WEB
Dossiers
Blogs
Forums
Archives
Galeries de photos
Revue de presse
Newsletters
Hors-séries
Edition RSS
Edition PDF
Edition ePaper

LES SERVICES
Abonnements
Espace abonnés
Boutique
Events
SMSAnnonces
WebAdresses
Publicité
Voyages
Rencontres

LE TEMPS SA
Présentation
Visite
Contacts

RECHERCHE
OK
PAR DATE ANNONCE

Sommaire
REGIONS

Dernier gri-gri urbain, le «city management» déferle sur la Suisse romande

Champignac 2006 à une Genevoise

Aux petits soins des trains vaudois

Dernier gri-gri urbain, le «city management» déferle sur la Suisse romande

SUISSE ROMANDE. De plus en plus de villes mettent en place des stratégies pour renforcer leurs centres face à la concurrence des grandes surfaces des périphéries. Tour d'horizon d'une tendance lourde initiée au Canada.

Pierre-Emmanuel Buss
Lundi 18 décembre 2006

Les centres-villes peuvent-ils faire le poids face à l'attractivité toujours plus forte des grandes surfaces de la périphérie? A Neuchâtel, l'inauguration du nouveau centre commercial de la Maladière, le 25 octobre dernier, a dopé l'inquiétude des commerçants de la zone piétonne du centre-ville. Beaucoup craignent que cette concurrence nouvelle leur fasse perdre une partie non négligeable de leur chiffre d'affaires.

Longtemps hésitantes, les autorités politiques du chef-lieu ont décidé de réagir. Début décembre, le Conseil général (parlement) a octroyé une subvention de 120000 francs sur trois ans pour lancer un programme de city management. «Les commerçants mettront leur part, probablement via une taxe», explique Nadia Bavaud, présidente de l'Association revitalisation Neuchâtel centre-ville (ARNCV). Cette décision permettra d'engager, selon la terminologie retenue, un «manager du centre-ville». De quoi redonner un nouvel élan à la vielle ville, qui a perdu plusieurs de ses enseignes ces dernières années.

Romands en queue de peloton

Le projet est loin d'être inédit. Le city management est né au Canada dans les années 80, avant d'être repris progressivement dans la plupart des pays européens. La tendance a atteint la Suisse romande ces dernières années seulement, avec des projets à Viège, Bienne, La Chaux-de-Fonds, Delémont et Lausanne, toujours sur la base d'un partenariat public-privé.

Le recours à une gestion intégrée du centre-ville est toujours lié au constat, effectif ou diffus, d'une déperdition du commerce urbain. A Lausanne, où municipalité et commerçants se livraient une guerre larvée depuis plusieurs années, une double étude a fait office de détonateur. Commandée par Déclic, organisation faîtière qui réunit les associations économiques de la ville, elle a révélé que la capitale vaudoise a perdu 19,8% de ses commerces entre 1985 et 2001. Dans le même temps, l'Ouest lausannois en a gagné 13,8%, essentiellement via la construction de centres commerciaux.

Valoriser pour appâter

Selon Christine Moichon et Marine Morvan Lembert, auteurs d'un travail de diplôme sur le city management à la Haute Ecole de gestion de Neuchâtel, ces chiffres ne constituent pas une fatalité. Elles en veulent pour preuve plusieurs expériences de terrain en Europe, où un concept commun de city management public-privé s'est peu à peu mis en place. Avec des résultats jugés «tangibles et probants»: 87% des soixante city managers allemands considèrent par exemple que leur action a débouché - anglicisme oblige - sur une «success story».

Nouveau gri-gri urbain, le city management ne peut pas être réduit à un simple effet de mode. Selon ses promoteurs, c'est au contraire un outil indispensable pour fédérer les énergies afin de valoriser et diversifier l'offre commerciale. Avec une idée forte: le visiteur d'une ville, qu'il soit touriste ou indigène, est un consommateur en puissance qu'il faut appâter. Et là, tous les coups sont permis. «Le travail d'un city manager ressemble beaucoup à celui d'un directeur de centre commercial», concède Christian Masserey, secrétaire général de Déclic et city manager lausannois.

Pour atteindre son objectif, le gestionnaire de centre-ville doit agir sur plusieurs paramètres. Il doit tout d'abord veiller à présenter une offre commerciale aussi large que possible. Pour cela, un travail de recensement est nécessaire afin de mettre en place un plan directeur du commerce. Ce dernier permet d'obtenir une vision d'ensemble, indispensable pour aiguiller les nouvelles installations de magasins. Avec une double contrainte: développer la diversité du centre-ville et la spécialisation des quartiers moins accessibles, «où on ne va pas par hasard».

Tergiversations genevoises

Autre champ d'action très important: l'animation des rues commerçantes. «En 2002, lors des nocturnes précédant les fêtes de fin d'année, nous avions trouvé des moyens pour mettre 400 artistes dans la rue, reprend Christian Masserey. Le chiffre d'affaires des commerçants a augmenté de 40% par rapport à 2001, où rien n'avait été fait. C'est énorme. Cela prouve que cela fonctionne.»

L'expérience lausannoise suscite un vif intérêt à Genève. Députée libérale au Grand Conseil et présidente de l'Union des intérêts de la place financière lémanique, Fabienne Gauthier veut faire le pas. Elle a déjà un projet de city management dans sa manche, préparé en collaboration avec l'Office cantonal de l'inspection du commerce. «Il faut animer les rues commerçantes le soir et le week-end, considère-t-elle. Genève est trop souvent une ville morte. Malheureusement, nous avons pris du retard. Car si le canton et les commerçants nous suivent, la Ville a toujours mis les pieds contre le mur. Le projet devrait partir en 2007, après les élections municipales...»

LE TEMPS
Place de Cornavin 3
Case postale 2570
1211 Genève 2
tel: +41(0)22 799.58.58
fax: +41(0)22 799.58.59

© Le Temps, 2006 . Droits de reproduction et de diffusion réservés.
PUBLI-© Acheter les droits de reproduction de cet article.

UTILISATEUR
Bienvenue Christine
Vous êtes abonné à l'édition en ligne
Votre espace:
Portefeuille fin.
Exclusivités web
Newsletters
Journal ePaper
Edition PDF
Archives lues
Gérer mon compte
Déconnecter

Agrandir le texte
Réduire le texte
Imprimer l'article
Transmettre

Annonces Google Votre publicité ici

Suisse
Voyages, séjours, vols, voitures, hôtels: ebookers l'agence de voyage
www.ebookers.ch

Travail Suisse
Frontalier CH profiter des tarifs à la minute 50-70% plus avantageux
www.orangeclick.ch

Téléphonez moins cher
Appeler le monde pour presque rien Appels gratuits CH / UK / DE USA
www.switzernet.com

e-mail
info@letemps.ch
www.letemps.ch

© Le Temps. Droits de reproduction et de diffusion réservés.
→ A propos → Nous contacter → Lire notre charte → RSS

top