



Article scientifique

Article

2013

Published version

Open Access

This is the published version of the publication, made available in accordance with the publisher's policy.

Qualification de l'espace public, commerce et urbanisme durable : notes
sur le cas lausannois

Alonso Provencio, Marta; Da Cunha, Antonio

How to cite

ALONSO PROVENCIO, Marta, DA CUNHA, Antonio. Qualification de l'espace public, commerce et urbanisme durable : notes sur le cas lausannois. In: Revue géographique de l'Est, 2013, vol. 53, n° 3-4.

This publication URL: <https://archive-ouverte.unige.ch/unige:88543>



Revue
Géographique
de l'Est

Revue Géographique de l'Est

vol. 53 / 3-4 | 2013

Fonctions urbaines et respiration patrimoniale de la ville

Qualification de l'espace public, commerce et urbanisme durable : notes sur le cas lausannois

Achieving quality in the public realm through retailing and sustainable planning: an enquiry concerning the case of Lausanne

Aufwertung des öffentlichen Raumes durch den Handel und die nachhaltige Urbanisierung: Eine Untersuchung des Falles von Lausanne

Marta Alonso-Provencio and Antonio Da Cunha



Electronic version

URL: <http://rge.revues.org/5070>
ISSN: 2108-6478

Publisher

Association des géographes de l'Est

Printed version

Date of publication: 30 décembre 2013
ISSN: 035-3213

Electronic reference

Marta Alonso-Provencio and Antonio Da Cunha, « Qualification de l'espace public, commerce et urbanisme durable : notes sur le cas lausannois », *Revue Géographique de l'Est* [Online], vol. 53 / 3-4 | 2013, Online since 05 July 2014, connection on 30 September 2016. URL : <http://rge.revues.org/5070>

This text was automatically generated on 30 septembre 2016.

Tous droits réservés

Qualification de l'espace public, commerce et urbanisme durable : notes sur le cas lausannois

*Achieving quality in the public realm through retailing and sustainable
planning: an enquiry concerning the case of Lausanne*

*Aufwertung des öffentlichen Raumes durch den Handel und die nachhaltige
Urbanisierung: Eine Untersuchung des Falles von Lausanne*

Marta Alonso-Provencio and Antonio Da Cunha

I. Introduction

- 1 Les projets urbains contemporains accordent une place de plus en plus importante à des préoccupations environnementales mais aussi à la mixité des fonctions et à la diversité des usages des espaces publics. Alors que la grande surface commerciale a été pendant des décennies le corollaire de l'étalement résidentiel, de l'écartement fonctionnel, autant que le résultat de la transformation des comportements commerciaux et de la motorisation individuelle, le référentiel durabiliste obéit à une autre logique : le détournement des flux vers des espaces de proximité, des microcentralités reliées par des espaces publics de qualité capables de reconstituer la vie et l'animation urbaine dans l'agglomération consolidée.
- 2 L'urbanisme durable interroge la viabilité des mégastructures commerciales autonomes, isolées au milieu d'immenses parkings, génératrices de trafic automobile et repliées sur elles-mêmes pour repenser l'avenir des rues et des places commerçantes d'une ville à reconstruire vers l'intérieur. La qualité des espaces publics, leurs formes, la spatialisation et le fonctionnement de leurs équipements et dispositifs économiques, leurs ambiances, leurs modes d'intégration dans le système des centralités intra-urbaines sont au cœur de la réflexion sur les devenirs de la ville contemporaine. L'urbanisme commercial est un des

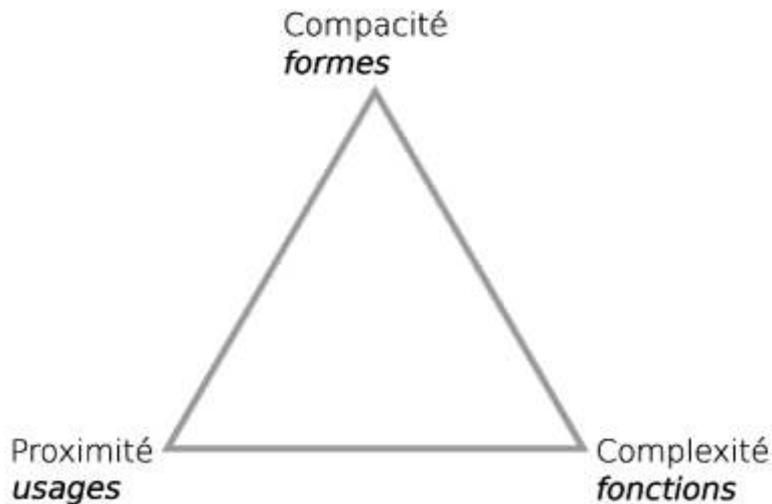
éléments pouvant structurer et moduler favorablement l'intensité urbaine, les pratiques de mobilité, le lien social, l'animation et l'identité des quartiers.

- 3 En Suisse, la réflexion sur l'urbanisme commercial n'a pratiquement pas d'expression académique et jusqu'à récemment le commerce a été pratiquement absent dans les documents de la planification spatiale. Issu d'une thèse de doctorat en cours de rédaction sur l'agglomération lausannoise, l'article explore quelques pistes de réflexion relatives à la manière dont les activités commerciales peuvent participer à la mise en place de stratégies de développement urbain durable. Quelques constats majeurs ouvrent sur plusieurs questionnements : de quelles manières la géographie du commerce peut-elle contribuer à la réflexion sur la mutation des formes urbaines ? Quelle place doivent prendre les structures du commerce dans une nouvelle programmation urbaine permettant d'assurer une attractivité redéfinie des espaces urbains ? De quelles manières le commerce de proximité peut-il participer à la qualification des espaces publics ? Comment intégrer les acteurs du système commercial aux politiques de renouvellement des espaces publics dans une perspective d'urbanisme durable ?

II. Qualité urbaine et commerce : une problématique multidimensionnelle et multiscale

- 4 L'offre commerciale est omniprésente dans tous les compartiments de la ville de manière diffuse ou groupée. Elle participe à l'offre urbaine des centres anciens requalifiés, à l'agencement des centralités secondaires dans les espaces suburbains et périurbains ou encore au renforcement des centralités de proximité. Notre hypothèse principale est que l'offre commerciale peut participer à la création d'un espace urbain attractif et habitable dans les centres comme dans les quartiers périphériques. La qualité urbaine est en partie dépendante de l'organisation spatiale de la diversité des structures de commerce.
- 5 Pour mieux cerner le rapport commerce-ville on mobilisera un cadre analytique reposant sur trois pôles, les trois dimensions principales des structures du commerce qui pourraient contribuer à améliorer la durabilité urbaine : la compacité (relation entre les structures de localisation du commerce et la spatialisation des formes urbaines), la complexité (relation entre le nombre et la diversité des fonctions commerciales et les lieux) et la proximité (le rapport aux usages). À ces trois dimensions on associera une autre, transversale, celle du sens, des significations attribuées aux espaces commerciaux par les usagers et les habitants des quartiers urbains.

Figure 1 : Structures commerciales et qualité urbaine : dimensions analytiques

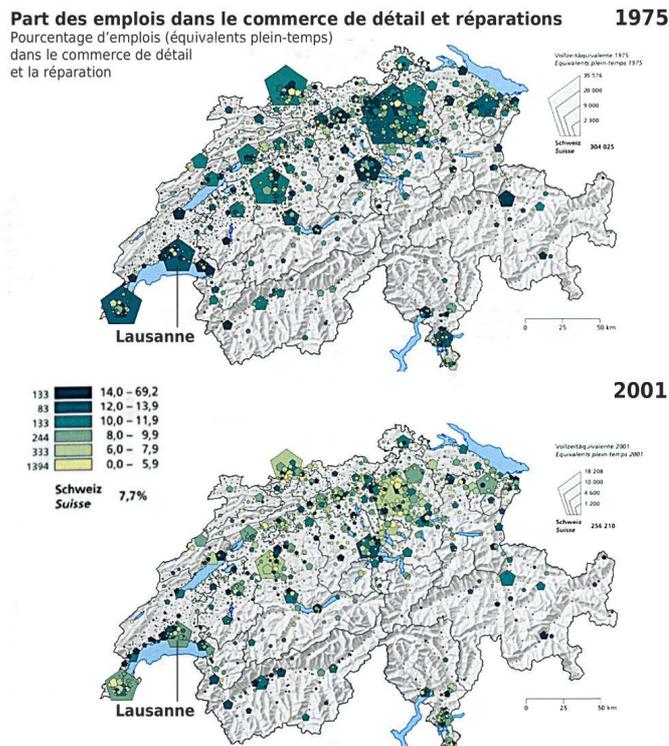


- 6 La question des relations entre la qualité urbaine et les transformations du commerce dans leurs spatialités ainsi que dans la forme et matérialité des lieux se pose aux différentes échelles spatiales d'analyse et d'aménagement. L'imbrication entre les dimensions retenues et les échelles spatiales d'analyse et d'aménagement urbain décline et organise différents thèmes de recherche principaux.

A. Forme urbaine, organisation des localisations commerciales et polycentralité : l'échelle de l'agglomération

- 7 Premièrement, à l'échelle de l'agglomération lausannoise, le rôle du commerce peut être considéré dans l'organisation spatiale des centralités urbaines et dans ses relations aux pratiques de mobilité. À Lausanne, comme dans d'autres agglomérations urbaines, la géographie du commerce de détail et son histoire récente sont marquées par la délocalisation du commerce en périphérie et l'accroissement de la motorisation des ménages. Cinquième ville de Suisse, avec Zurich en tête, Lausanne semble bien être représentative des mutations du commerce. En 1975, l'emploi commercial reproduisait fidèlement la hiérarchisation du réseau de villes de l'époque, sans écarts majeurs. Cependant, Schuler (2007) identifie certaines zones bien précises à forte intensité d'emploi commercial dans les couronnes des grands centres: l'Ouest Lausannois, Schönbühl au nord de Berne, le Limmattal (y compris Spreitenbach où s'établit le premier centre commercial de Suisse en 1967), Wallisellen au nord de Zurich et Emmen à Lucerne. La suburbanisation du commerce de détail avait déjà débuté en 1975, quand la Suisse atteint le sommet pour les emplois du commerce de détail. Le volume d'emplois stagne autour de 300'000 emplois jusqu'en 1991; depuis, la tendance s'est orientée légèrement à la baisse tant en termes absolus qu'en termes relatifs (cf. figure 02).

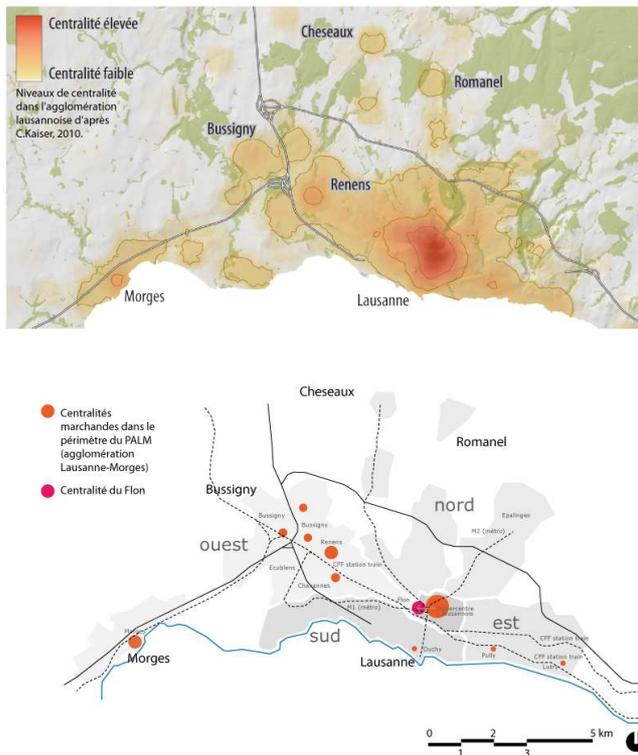
Figure 2 : Emplois dans le commerce de détail



Source: Choros, EPFL-OFS dans Schuler, 2007 (figure adaptée)

- 8 Dans le cadre spatial de référence de l'agglomération, l'organisation multipolaire des grandes surfaces commerciales et les comportements motorisés des ménages ont détourné la demande des consommateurs lausannois du commerce de leur quartier et du centre-ville au profit de l'offre périphérique principalement concentré à l'ouest. Le mouvement d'étalement résidentiel de la population, du centre vers la périphérie, initié vers la fin des années 1960, a été accompagné par une relocalisation des surfaces commerciales et une restructuration de l'offre commerciale de la ville-centre touchant essentiellement le commerce indépendant et l'érosion du commerce de proximité dans les quartiers péri-centraux (Da Cunha 1994, Da Cunha et al. 2005, Bochet et al. 2005). D'après Schuler (2007) la sélectivité spatiale des grandes surfaces était très forte: seule une commune sur huit abritait alors une telle enseigne. Pour l'essentiel ces communes étaient urbaines. Le processus d'exurbanisation des emplois dans les grandes unités commerciales était dès 1975 bien engagé. Le cas de l'aire suburbaine à forte densité des grandes surfaces de l'Ouest lausannois illustre parfaitement cette sélectivité.
- 9 La problématique de l'articulation entre l'organisation des polarités commerciales, la multi-modalité d'accès et l'aménagement des axes de transports publics structurants s'est posée à l'échelle du projet d'agglomération dans une perspective de complémentarité entre les activités du centre et celles de la périphérie. Dans les années 1990, une course entre les communes de l'Ouest lausannois s'est engagée pour attirer le premier multiplexe autour d'un axe de circulation déjà fortement investi par une vague d'implantations de grandes surfaces dans le secteur de l'Arc-en-ciel autour du croisement autoroutier (SDOL, 2012).

Figure 3 : Niveaux de centralité (Kaiser 2010) et implantation des grandes surfaces dans l'agglomération lausannoise (Alonso 2012)



- 10 La concurrence intercommunale a eu comme conséquence le décret d'un moratoire par les autorités cantonales de planification stoppant la construction de ce qui avait été appelé les «grands générateurs de trafic». Trois ans plus tard naissait le SDOL (Schéma Directeur de l'Ouest Lausannois), qui a été ensuite intégré au Projet d'agglomération Lausanne-Morges (PALM) soutenu par la Confédération.
- 11 La volonté des pouvoirs publics est de promouvoir des schémas polycentrés reliés par un système de transports publics performant, autour desquels viendront se greffer les nouvelles densifications (populations et emplois). L'implantation d'activités commerciales doit désormais participer à l'objectif de compacité distribuée afin d'encourager la mixité et de permettre un usage optimal des infrastructures collectives. En Suisse comme ailleurs, les régulations territoriales à l'échelle des agglomérations s'inscrivent désormais de manière forte dans une perspective d'aménagement favorisant une redistribution des intensités urbaines, permettant de réduire les déplacements motorisés individuels et l'usage des ressources critiques sans préjudice d'une offre décentralisée de services. Cette vision intègre planification des transports et développement spatial dans une visée de qualification des différents compartiments de l'agglomération. Cette stratégie passe aussi par une requalification des espaces publics du centre de l'agglomération.

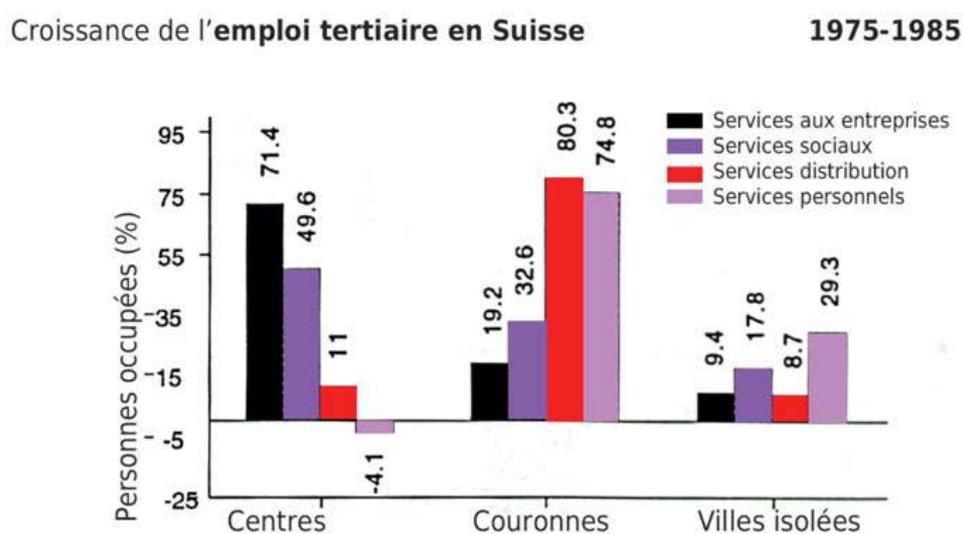
B. Offre commerciale, morphologie urbaine et espace public : l'échelle de la ville-centre, le quartier du Flon

- 12 Les échelles de l'agglomération, de la ville et des quartiers ont des volumes d'agrégation différents mais sont tous également pertinents pour prendre en compte la compacité

mais aussi la complexité de l'urbain. L'idée de complexité peut être ici indexée par la densité et la diversité des activités. La complexité des fonctions commerciales a été mesurée (Porta, 2012) comme une synthèse de la mixité fonctionnelle (proportion entre emplois-habitants), la proportion d'activités commerciales à haute valeur ajoutée, le nombre total d'activités marchandes et le nombre de commerces par surface de vente totale (efficacité par m² de surface commerciale). Sans être exhaustifs, ces paramètres permettent d'attirer l'attention sur certains aspects primordiaux d'organisation structurelle des tissus urbains dans leurs rapports à l'intensité commerciale.

- 13 Les enjeux relatifs à l'articulation entre offre commerciale, morphologie urbaine et qualification de l'espace public sont au cœur de l'analyse. L'échelle de la ville-centre et de ses quartiers permet de considérer la problématique de la diversité de l'offre commerciale et des centralités de proximité. L'échelle des quartiers est particulièrement intéressante pour l'analyse des paramètres morphologiques. Elle permet également de mettre en évidence les relations entre offre commerciale et qualité des espaces publics.
- 14 Comme dans nombreuses autres agglomérations suisses, le processus d'affinage ou de sélectivité des centres (voir figure 4) a conduit à Lausanne au transfert d'une large part des équipements commerciaux de détail en périphérie et à la disparition progressive du commerce de proximité dans les quartiers périurbains. Comme le soulignait déjà Da Cunha en 1993, la perte qu'enregistraient les centres en matière de services personnels est significative et elle ne pouvait manquer de nourrir l'inquiétude des petits commerçants enracinés en ville, qui voient progressivement s'échapper d'anciennes forces vives traditionnellement associées au centre-ville. Les dynamiques urbaines des dernières décennies et l'influence des approches fonctionnalistes ont affecté la distribution des fonctions commerciales en réduisant le rôle des centralités de proximité et leur complexité. L'urbanisme de secteurs a produit des modèles de production urbaine simplificateurs, où les activités sont séparées physiquement dans l'espace et où le commerce est séparé de l'habitat.

Figure 4 : Répartition de la croissance de l'emploi tertiaire selon la catégorie entre 1975-1985



Source : Da Cunha, 1993, (figure adaptée)

- 15 En se focalisant sur les transformations de la ville-centre dans le cas de Lausanne, de son hypercentre gentrifié et de ses quartiers, on peut appréhender les enjeux liés au maintien et au développement du commerce de proximité, au renforcement des centralités à l'échelle des quartiers et à l'usage de modes de déplacement alternatifs à la voiture individuelle. Le besoin du centre lausannois d'accroître l'attractivité et d'offrir une véritable valeur ajoutée par rapport aux grandes surfaces se reflète dans la volonté de requalification des espaces laissés en friche dans l'hypercentre (Flon, Rôtillon, Sébeillon, etc) mais aussi dans des initiatives, par ailleurs fortement controversées (Lausanne Préavis Municipalité, 2006 ; Walther, 2007 ; Curchod, 2008 ; Danesi, 2009 ; Signorelli, 2011 ; Cachin, 2012).de mise en œuvre d'une cellule locale de City Management. La municipalité lausannoise a ainsi voulu donner le signe d'une volonté de privilégier l'implantation d'activités nouvelles comme des restaurants, des services, des divertissements pour attirer la clientèle et stimuler les achats et l'animation.
- 16 Le quartier du Flon à Lausanne constituait une ancienne plateforme de stockage créée à la fin du XIXème. Il se détériore dès les années 50 quand la gare de marchandises qu'y était installée cesse d'exister : des bâtiments se vident, certains se transforment en bureaux, d'autres, grâce à un loyer très bas, accueillent un certain nombre d'artisans et d'ateliers d'artistes. Pendant une cinquantaine d'années ce quartier a été une friche en veille (Andres 2011). Les projets de reconversion du quartier pendant cette période étaient marqués par le déni de l'existant. On pourrait notamment relever le projet de Mario Botta et Vincent Mangeat, qui proposait une mégastructure architecturale réduisant le site à une tabula rasa où le paysage naturel et construit ainsi que la mémoire du lieu étaient à effacer.

Figure 5 : Schémas de la plaquette du projet Botta-Mangeat : absence du dialogue avec l'existant (1989)

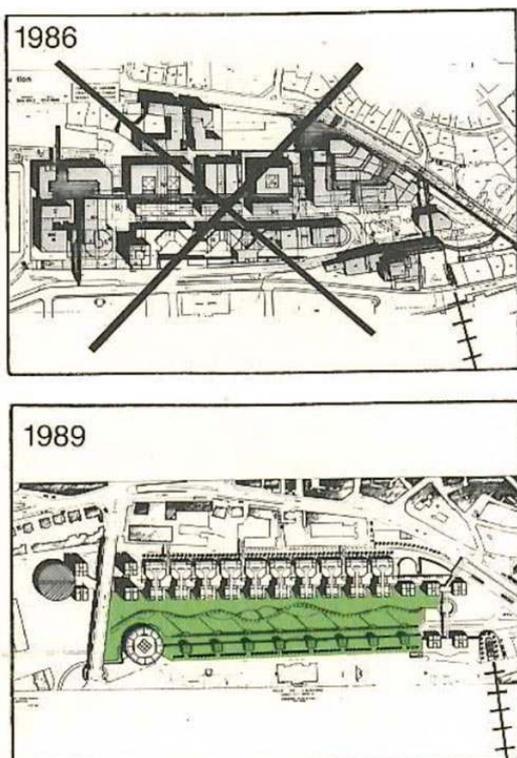
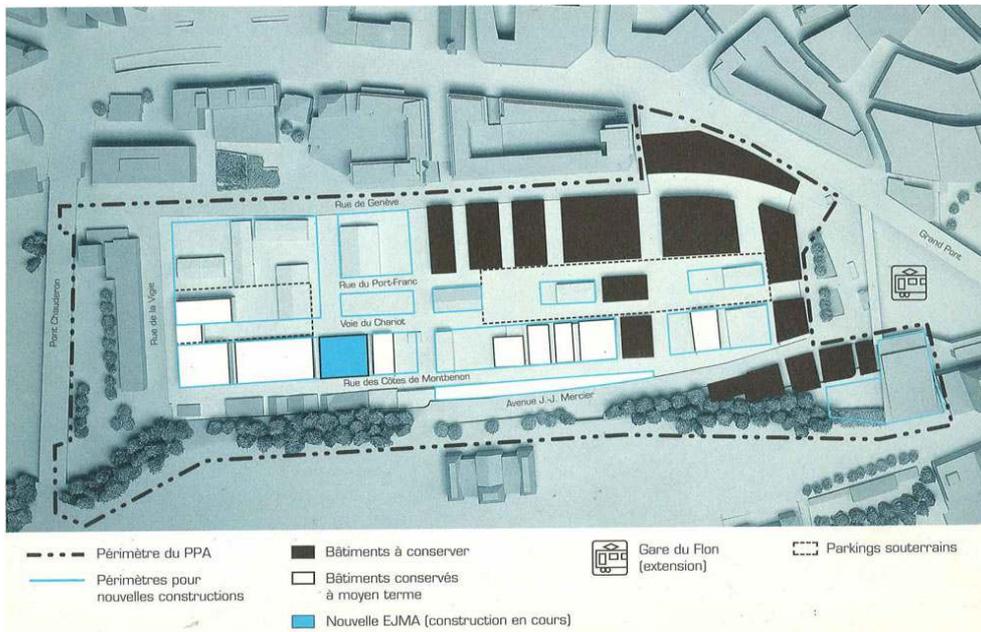


Figure 6 : Extrait du Plan Partiel d'Affectation pour le quartier du Flon. La production urbaine s'appuie sur le paysage construit des entrepôts et maillages existants



- 17 Des les nombreux conflits et jeux d'intérêt ont ralenti jusqu'à 1999 le nouveau plan d'affectation, condition sine qua non, selon Andres (2011) pour la modification de la fonction industrielle du site). Finalement, le projet qui est parvenu à faire converger les intérêts du propriétaire foncier (LO Holding) avec les politiques de développement du centre-ville et la population se base sur une production urbaine qui rajoute des calques sur le paysage construit des entrepôts existants (voir figure 6).
- 18 Actuellement, le Flon est toujours un quartier atypique mais régénéré autour d'une offre principalement orientée vers les loisirs et le commerce. Issu d'une situation marginalisée, le site retrouve toute son importance comme pôle marchand et de loisirs participant à la centralité lausannoise. Le Flon renforce son caractère de centralité marchande en assurant sa connectivité : d'une part en voiture (agrandissement du parking du centre en 2006), d'autre part avec l'enrichissement de l'offre en transports publics. Le Flon est devenu un nœud de transports au croisement du métro M1, le train régional (LEB) et la ligne M2 de métro depuis 2008. Il sera encore renforcé à l'avenir avec une nouvelle ligne de métro M3 ainsi qu'avec une nouvelle ligne de tram encore en débat. Cette accessibilité toujours croissante devient un sujet de controverse : les commerçants s'opposent à l'initiative municipale qui vise à aménager le terminus du futur tram Renens - Lausanne au Flon. La plateforme « Non à la destruction de la Place de l'Europe » initiée par l'urbaniste Urs Zuppinger en 2013, avec les commerçants du quartier, s'oppose à l'installation d'un projet dont ils jugent que les conséquences seraient telles que la place publique serait réduite dans sa surface et ne pourrait plus accueillir les usages de lieu de rencontre, de fêtes, d'évènements et de manifestations. La mobilisation actuelle des commerçants et des habitants autour de la transformation de cette place met bien en évidence l'importance du lien entre le commerce et les espaces publics qui les entourent.
- 19 L'analyse à travers une recherche locale détaillée du quartier lausannois du Flon met en évidence une requalification réussie et des exemples d'adaptation adéquate des enseignes commerciales aux formes urbaines existantes : les commerces alimentaires du type blind-

box¹ ont occupé le sous-sol, alors que les commerces dits de « vitrines » sont placés stratégiquement au rez-de-chaussée pour conformer des fronts de rue attractifs. Cette idée d'incrémenter l'efficacité des formes urbaines réhabilitées dans une logique compacte consiste aussi à penser la ville en trois dimensions. Cette pratique s'inscrit dans l'urbanisme des trois niveaux (Rueda, 2007) intégrant le sous-sol et la hauteur comme support de fonctions urbaines fondamentales notamment commerciales.

Figure 7 : L'urbanisme des trois niveaux. Rueda S. (2007)



- 20 Le développement du périmètre avec ses commerces mais aussi ses cinémas, galeries, écoles restaurants, bars, etc., est allé de pair avec l'installation d'une interface de transports en sous-sol permettant de créer un centre de ralliement au cœur de la ville. La requalification d'ensemble des espaces publics, qui se poursuit à ce jour, a créé un lien entre les différents quartiers du centre rendant l'ensemble plus attractif. Compacité morphologique, diversification des activités commerciales, requalification des espaces publics et continuité des liaisons entre les lieux ont fortement contribué à améliorer la valeur d'usage du périmètre apprécié par les habitants et les usages. Zuppinger (2012) qualifie le projet du Flon à la fois de temple trompe-l'œil de la consommation haut de gamme, du farniente convivial et de la frénésie nocturne. En outre, ce désir d'accroître la complexité fonctionnelle de l'hypercentre pour faire des centralités plus attractives s'harmonise avec l'intérêt pour le renforcement des centralités de quartier matérialisé sous la forme des « Contrats de Quartier » qui seront discutés ci-après.
- 21 L'influence des constructions commerciales sur le paysage urbain de la ville centre a été parfois jugée négativement : les commerces alimentaires notamment, de par leur besoin en surface, ont été considérés soit comme une intrusion substantielle et inadaptée à la trame parcellaire typiquement serrée des centres villes européens, soit, dans les cas où le blind-box était retravaillé architecturalement pour s'adapter à l'entourage (revêtu de matériaux locaux comme la pierre ou enduit), qualifié de pastiche (Guy, 1998). Néanmoins, dans le cas du quartier du Flon, les commerces de ce type ont été intégrés en sous-sol, et les acteurs se sont placés dans une idéologie de « construction du lieu ». Le

Flon serait finalement un exemple du commerce qui redevient « urbain » après des décennies de délocalisation périphérique. De retour en centre ville, le commerce nous prouve qu'il peut être un créateur d'urbanité, de densité, d'activité, d'animation et de spectacle, plus encore que la ville même, dans son histoire récente (Chung et al. 2001). Cependant, l'analyse du rôle du commerce ne peut se limiter aux espaces hypercentraux dans la perspective de l'urbanisme durable l'aménagement des centralités de proximité est à prendre en considération à l'échelle des quartiers.

C. Commerce et centralités de quartier : proximité et usages de la ville des courtes distances : le contrat de quartier de Montelly.

- 22 La répartition des fonctions commerciales dans l'espace urbain devrait pouvoir répondre à un objectif de complexité, liée à l'offre de services et d'aménités, mais aussi de proximité de la demande. La répartition des fonctions commerciales permet de diminuer les distances que les habitants ont à parcourir pour leurs besoins et activités les plus courantes, évite des flux unidirectionnels créés par des espaces monofonctionnels et permet la formation de centralités de proximité à portée des déplacements piétonniers en milieu intra-urbain.
- 23 Du point de vue de l'approche durabiliste, la multiplicité des centralités commerciales recrée une échelle de quartier, vivante, humaine, utile et rassurante pour l'usager se déplaçant à pied. Les centralités commerciales constituent aussi des points de repère et de contact participant à la centralité d'ensemble et peuvent être considérées comme telles grâce à l'imbrication des échelles de fonctionnement de la ville. Dans ce sens, le DoE (1996) avait tenté d'établir une série d'indicateurs pour mesurer la qualité des usages dans les centres urbains par rapport au commerce. Les indicateurs clés tels que le volume du flux piéton à différentes heures de la journée, l'accessibilité et la variété de l'offre modale sont étroitement liés à la ville des courtes distances. On peut également considérer un magasin comme un espace public urbain avec une orientation particulière concernant les interactions qui y prennent place. La fonction des services marchands (Lu, 2010) dans le commerce de proximité des quartiers lausannois pourrait être de maintenir les liens interpersonnels. Au sein des métropoles apparaissent des îlots de convivialité autour des pôles de quartier qui promeuvent des liens de proximité entre les habitants autour d'une appartenance commune. En somme, par rapport à la dimension transversale de la signification attribuée aux espaces commerciaux par les usagers et les habitants des quartiers urbains le commerce participe du « sens » car les échanges marchands et la circulation des marchandises entre la sphère du privé – l'habitat – et la sphère publique – l'environnement urbain de proximité –, permettent de comprendre comment des habitants s'inscrivent dans un espace et comment ils construisent leurs rapports à leur quartier (Chevalier, 2007). Dans la mobilité résidentielle et les aspirations des ménages à Lausanne les critères de proximité des services de base priment toujours sur les critères de proximité du lieu de travail sauf pour la dernière couronne périphérique (Da Cunha, 2004). D'ailleurs les commerces se révèlent cruciaux pour choisir son quartier de résidence: dans une étude réalisée sur Neuchâtel et Zürich en 2007, la proximité aux commerces et services apparaît comme un critère d'importance (sixième rang parmi un grand nombre) pour choisir un logement. L'attractivité des quartiers serait alors en partie dépendante des commerces qui s'y trouvent. Cette potentialité du commerce pour créer de l'intensité urbaine n'est pourtant pas suffisamment mise en valeur en Suisse. C'est

d'autant plus étonnant que la Suisse est le pays avec la plus forte proportion en Europe de surface de vente².

- 24 Dans ce contexte, la municipalité lausannoise a mis en place un projet pilote concernant les centralités de proximité dans le cadre d'un urbanisme participatif. Il s'agit du projet « Contrat de Quartier » mené dans le quartier de Montelly à titre expérimental et devront être généralisés par la suite. Le but ultime étant de créer des véritables centralités de quartier, le projet a montré (Ziegler, 2011) compte tenu du contexte particulier caractérisé par l'existence d'une demande d'habitants, qu'il était possible de mettre en place une gouvernance urbaine basée sur la participation des habitants et la valorisation de leur expertise d'usagers du quartier. Lors de la première conférence de quartier, un diagnostic a été établi permettant une structuration des besoins et des demandes en quatre thèmes principaux : mobilité, espaces publics, solidarités et services de proximité. Dans le cadre de son activité, le groupe de travail relié à la thématique des services de proximité avait comme enjeu d'impliquer les commerçants du quartier dans cette démarche, qui a abouti à des propositions. Certaines d'entre elles impliquent des interventions et des aménagements de grande envergure dont la faisabilité et les limites ont été définies grâce aux experts (mobilité, urbanisme, travaux) qui ont accompagné la démarche.
- 25 Le responsable municipal Marc Vuilleumier disait lors d'une intervention à Droit de Cité³ que vu la réussite de ce projet, l'outil du contrat de quartier devra s'étendre dans d'autres quartiers stratégiques au cours des prochaines années.
- 26 L'administration lausannoise semble bien affirmer la volonté de répondre aux différents besoins des usagers à l'échelle des quartiers. Elle souhaiterait également offrir des équipements et services de proximité, accessibles à tous et pas uniquement aux ménages motorisés. Elle vise aussi à intégrer des micro-mesures d'urbanisme commercial à l'échelle des quartiers dans son projet global pour la ville à travers l'outil du « Contrat de Quartier ».

III. Production des régulations en Suisse

- 27 La prise de contrôle des paysages de consommation périphériques « power soaked » (Zukin, 1993) et par conséquent des développements commerciaux est majeure en Europe. Les pays ont choisi entre deux modèles de régulation commerciale (Guy, 1998 ; Moreno, 2010). Un premier modèle concerne les cas des pays où l'installation des commerces est soumise à une législation spéciale d'urbanisme commercial (France, Autriche, Belgique, Danemark, Espagne (Catalogne), Grèce, Irlande, Italie, Luxembourg, Portugal). À l'opposé, il existe un deuxième type de modèle réglementaire européen (Allemagne, Pays-Bas, Grande-Bretagne, Suède) où le commerce est intégré à l'urbanisme général et sa réglementation. La Suisse se trouve jusqu'à présent dans ce deuxième type de modèle réglementaire, qui vise à intégrer la question commerciale dans le cadre existant sans avoir des normes spécifiques à cette fonction.
- 28 Il y a eu depuis les années 2010, aux différentes échelles administratives du territoire suisse, des tentatives d'approche d'une régulation de l'urbanisme commercial, si l'on assimile l'urbanisme commercial (Mérenne-Schumacker, 1995) à l'art ou à la science ayant pour objet non seulement l'aménagement des espaces commerçants, mais aussi leur intégration dans les espaces urbains. Ces évolutions interrogent les stratégies

d'implantation commerciale et questionnent les conditions et les actions susceptibles de conduire à une meilleure intégration de l'activité commerciale dans une perspective d'aménagement urbain durable.

- 29 Au niveau de la Confédération, les acteurs de l'administration s'inscrivent dans un souci de recherche d'un meilleur équilibre entre spatialisation des commerces et l'organisation des centralités, et affirment que c'est l'addition et la dispersion des centralités marchandes qui pose problème au développement durable. Ceci justifie pour l'Etat la régulation à travers principalement l'introduction de la figure des Installations Commerciales à Forte Fréquentation (ICFF) qui ne prétend pas dans son postulat s'opposer à la liberté du commerce mais qui souhaitent réguler son implantation en conformité avec des critères de qualité urbaine et de protection environnementale. Selon les directives de la Confédération, la stratégie d'implantation des ICFF constitue depuis 2010 une exigence de base pour l'examen et le cofinancement des projets d'agglomération de 2ème génération. Depuis, plusieurs cantons (Fribourg 2010, Genève 2011, Vaud 2012) ont inclus dans leurs stratégies de développement du territoire des critères de localisation ainsi que de taille pour ces ICFF.
- 30 Les critères cantonaux relatifs à la localisation des ICFF sont déterminés en quatre domaines pour coordonner urbanisation, mobilité, environnement et économie. Ils sont déclinés par type de commerce afin de tenir compte de leurs effets différenciés sur l'environnement et le territoire. Selon le type de produits proposé à la vente et la taille de l'ICFF, les interactions avec le territoire se modifient. L'opportunité de s'y rendre en transports publics varie, de même que le nombre de clients concernés et l'intensité des déplacements générés. Plusieurs cantons ont conditionné la localisation des ICFF à des critères de taille et de type dans leur stratégie de développement du territoire. En revanche ils favorisent l'implantation des grands marchés spécialisés ou des grands centres commerciaux à l'intérieur des périmètres compacts des agglomérations. Dans ce cas, l'implantation des ICFF est ciblée dans les zones les plus adaptées à chaque type de commerce à l'intérieur du périmètre compact de l'agglomération.
- 31 La problématique particulière des ICFF est à l'origine, comme nous l'avons déjà dit, de la réflexion intercommunale en matière d'urbanisation et de transport dans l'Ouest lausannois. Dans ce cadre a été développée une méthodologie opérationnelle de suivi et d'accompagnement partenariale basée sur l'outil dit ABC, qui vise à placer "la bonne activité au bon endroit". La méthode fait une analyse sommaire mais différenciée selon le type d'activité et son profil de mobilité pour l'état actuel et l'état futur en tenant compte uniquement de la localisation et des effets induits des flux de circulation sur l'environnement. (PDCn 2007, Mesure D13).
- 32 Les milieux privés et associatifs ont pris position par rapport à cette tentative de régulation commerciale. En résumé, les points polémiques sont principalement au nombre de trois : premièrement, le débat s'est centré sur la pertinence du seuil établi à 800m² de surface de vente pour déterminer ce qui est considéré comme ICFF. Ce seuil affectera presque tous les niveaux dans la hiérarchie de centralités marchandes qui doivent se soumettre à une évaluation du projet par un comité d'experts. Deuxièmement, les pré-requis pour les places de stationnement (dont certaines devront être aménagées en sous-sol) exigent une plus grande qualité architecturale induisant des coûts plus élevés pour les investisseurs privés. Troisièmement, le besoin d'avoir un bassin de densité humaine suffisant pour implanter une ICFF rend impossible l'implantation des nouvelles centralités marchandes de plus de 800m² dans la partie moins dense du territoire. Cette

contrainte suscite des réticences dans les communes concernées qui deviennent moins attractives pour les investisseurs principaux du commerce franchisé. Le conflit entre les échelles et les différents objectifs d'aménagement reste ouvert. Il exige des nouveaux modes de régulation.

IV. En guise de conclusion : vers quel modèle de régulation?

- 33 En Suisse, la réflexion sur l'urbanisme commercial n'a pratiquement pas d'expression académique et le commerce à été presque absent jusqu'en 2010 dans les documents de la planification spatiale. La réflexion sur l'aménagement du territoire et la régulation des conflits entre communes témoigne de la nécessité d'une gouvernance multiscalaire de l'urbanisme commercial. Dès lors, il est question de chercher quels seraient les outils conceptuels, normatifs, pratiques ou communicationnels sur lesquels les acteurs de la production urbaine (élus, professionnels, commerçants, habitants) pourraient s'appuyer pour repenser la relation entre le commerce, les formes urbaines et la qualité des espaces publics. Comme le souligne le Certu (2012) dans un dossier sur le commerce et les zones à priorité piétonne, le soutien au commerce et aux services passe par un dispositif global qui impliquerait tous les acteurs. Ce dispositif intègre un dialogue entre commerçants, élus, techniciens, clients des commerces et riverains, qui permet de mieux comprendre les attentes réciproques, la demande sociale et les contraintes commerciales lors d'un projet urbain.
- 34 Dans la perspective d'un commerce qui contribuerait à faire la ville compacte, complexe et de proximité, les mesures réglementaires peuvent s'avérer réductrices et contreproductives quand tous les acteurs ne sont pas impliqués.
- 35 À Lausanne, les modalités de construction de l'action collective aux différentes échelles d'action ont eu de bons résultats en matière de production de la qualité urbaine à travers l'intensification de la fonction commerciale comme dans le cas du Flon. Un des enjeux majeurs de l'urbanisme durable consiste à réguler les jeux d'acteurs privés sans céder à la tentation de la marchandisation des espaces publics. Comment concevoir et développer des outils de régulation des implantations commerciales afin d'assurer une cohérence entre maillage commercial, polarités urbaines et qualité des espaces publics ? Le point de rencontre de ces objectifs se situerait dans une répartition plus équitable des ressources, dans la valorisation de la production locale ainsi que dans une prise en compte des coûts et bénéfices sociaux associés aux différents types de localisation des activités de commerce. Le renforcement des outils d'urbanisme collaboratif est à l'ordre du jour.

BIBLIOGRAPHY

Andres L., 2011, « Reconquête culturo-économique des territoires délaissés: de l'importance du temps de veille et de ses acteurs transitoires » *Méditerranée*, n° 114(1), 51-62.

- Bochet B. et al., 2005, « Mobilités résidentielles, aspirations des ménages et transformations de l'habitat, l'agglomération de Lausanne » dans Pierre S. (ed) *News Trends in the Integrated Urban Development, Nouvelles tendances du développement urbain intégré*, Presses internationales Ecole polytechnique de Montréal, pp. 245-261.
- Cachin J., 2012, « La municipalité n'as pas oublié les insoumis du City Management », *La Liberté*, 5 mai 2012.
- Chevalier S., 2007, « Faire ses courses » en voisin », *Métropoles* [En ligne], 1 | 2007, mis en ligne le 16 mai 2007, consulté le 11 décembre 2013. URL : <http://metropoles.revues.org/107>
- Chung C., Inaba J., Koolhaas R. et Leong S., 2001, *The Harvard Design School Guide to Shopping*, Koln, Taschen, 800p.
- Certu, 2012, *Commerce et zones à priorité piétonne. Anticiper les effets possibles*, Lyon, Certu, p.92.
- Credit Suisse, 2010, *Economic research. Swiss Issues Branchen. Retail Outlook 2010 Fakten und Trends*. Führer et Hotz, 33p.
- Da Cunha A., 1993, *Développement territorial, régions et centralité urbaine : le cas de la Suisse*, Thèse de doctorat, Ecole des Hautes Etudes Commerciales de l'Université de Lausanne.
- Da Cunha A., 1994, « Métropolisation, ressources urbaines et choix de localisation des entreprises : le cas de la région lémanique », dans Leresche J-P. et al. (eds.) *Métropolisation, interdépendances mondiales et implications lémaniques*. Genève, Georg, p. 211-234.
- Da Cunha A. et al, 2004, *La mobilité résidentielle, aspirations des ménages et transformations de l'habitat : l'agglomération lausannoise*. Observatoire de la ville et du développement durable, Université de Lausanne, 195p.
- Curchod M., 2008, « City Management : Un avenir qui n'a plus rien avoir avec l'écologie » 24 Heures 18 avril 2008.
- Danesi M., 2009, « City Management : Daniel Brélaz contraint d'ouvrir le jeu » *Le Temps* 17 mars 2009.
- DoE Department of Environment, 1996, "Town Centres and Retail Development". Revised Planning Policy Note 6. Londres, HMSO.
- Guy C., 1998, "Controlling New Retail Spaces : The Impress of Planning Policies in Western Europe". *Urban Studies*, n°35, p. 953-979.
- Hernandez T., et Simmons J., 2006, « Evolving retail landscapes: power retail in Canada". *Canadian Geographer / Le Géographe canadien*, 50(4), p.465-486.
- Jones K., et Doucet M., 2000, "Big-box retailing and the urban retail structure: the case of the Toronto area" *Journal of Retailing and Consumer Services*, 7(4), p.233-247.
- Kaiser C., 2010, *Analysis, modelling and visualisation of spatiotemporal data for urban studies*, Thèse de doctorat ,Université de Lausanne, Faculté des géosciences et de l'environnement, 204 p.
- Le commerce et la ville en Europe, 2002, Le droit des implantations commerciales, *Cahier du GRIDAUH* n° 6.
- Lu M., 2010, *Entre indifférence et entraide au quotidien d'un quartier lausannois*, dans *Le marché fait-il la ville?* Ecole thématique d'Aussois.
- Merenne-Schoumaker B., 1995, « Urbanisme commercial et géographie » *Revue Belge de Géographie* , 2(59).

- Moreno D., 2010, « La place du commerce dans l'évolution urbaine », *Droit et ville*, n° 69.
- Munroe, S. 2001. Retail structural dynamics and the forces behind big-box retailing. *The Annals of Regional Science*, 35(3), 357-373.
- PDCn., 2012, Plan directeur cantonal – Adaptation 2 –Service du développement territorial, Canton de Vaud (SDT), Lausanne.
- Porta et al., 2012, “Street Centrality and the Location of Economic Activities in Barcelona”, *Urban Studies*, Vol. 49, 7, p.1471-1488.
- Rérat P. et Lees L., 2011, “Spatial capital, gentrification and mobility: evidence from Swiss core cities”, *Transactions of the Institute of British Geographers*, 36, p. 126-142.
- Rueda S., 2007, *Barcelona, ciutat mediterrània, compacta i complexa*, Ayuntamiento de Barcelona, 89 p.
- Salkin, P. E. 2004. Supersizing Small Town America: Using Regionalism to Right-Size Big Box Retail. *Vermont Journal of Environmental Law*, 6, 48.
- Schuler M. et al., 2007, *Atlas des räumlichen Wandels der Schweiz = Atlas des mutations spatiales de la Suisse*, Zürich, Verl. Neue Zürcher Zeitung, 416p.
- Signorelli M., 2011, « Le city manager de Lausanne quitte son poste » *Le Temps*, 10 mars 2011.
- Ville de Lausanne, 2006. Préavis N° 2006/51 : Introduction d'une politique de marketing urbain et d'un projet de city management en Ville de Lausanne.
- Ziegler G., 2011, La participation dans le contrat de quartier de Montelly. Travail de certificat pour la formation continue universitaire en développement durable, Genève, Université, Faculté des Sciences Economiques et Sociales (non publié).
- Zukin S., 1993, *Landscapes of Power: From Detroit to Disney World*, Oxford, University of California Press, 338 p.
- Zuppinger U., 2012, *Luttet-ô-Flon, une reconversion urbaine lausannoise mouvementé*, Lausanne, Éditions d'en bas, 272 p.
- Walther A., 2007, « Des commerçants refusent la taxe de City Management » *24 Heures* Mardi 12 juin 2007.

NOTES

1. Le concept de « blind-box » est un jeu de mots qui fait référence directe au terme de « big-box » qui définit la grande distribution par le biais de sa forme architecturale. Le « blind-box » met l'accent sur le fait que ces « boîtes » n'ont pas besoin de vitrines ni ouvertures vers l'extérieur pour fonctionner. Il est utilisé couramment dans la littérature nord-américaine à partir des années 2000 : (Jones, 2000; Munroe, 2001 ; Salkin, 2004 ; Hernandez, 2006).
2. La Suisse compte 1,6m² de surface de vente par habitant, tous types de magasins confondus. Selon Nicole Brändle, économiste de Credit Suisse, c'est un record en Europe. Les grands centres commerciaux au sein desquels on trouve des supermarchés représentent près d'un quart de ces surfaces de vente.
3. L'association lausannoise « Droit de Cité » (DDC) propose, soutient et s'efforce de faire réaliser toute idée ou tout projet susceptibles d'améliorer les conditions de vie en ville. Voir www.droitdecite.ch

ABSTRACTS

The quality of urban space, its morphology, spatial planning and ambiances, as well as the way that these centralities are integrated within the urban network and the hierarchy of centrality nodes are at the core of the creation of and thought about the contemporary city. The breakthrough of retail policies in Lausanne could become an extremely helpful planning tool, oriented towards making proximate neighborhoods both residentially and economically attractive. How does vicinity of retail enhance urbanity, and how does it influence in urban intensity, and the livability of public space? More precisely, how can we integrate retail related role players in the enhancement of the public realm's urbanity within a context of sustainable urban design? The present article carries out an enquiry of how retail activities take part in strategies to improve the quality of the public realm and the organization of urban centralities. It reveals some hints that could help urban practitioners when making decisions regarding retail oriented developments.

La qualité des espaces publics, leurs formes, la spatialisation et le fonctionnement de leurs équipements et dispositifs économiques, leurs ambiances, leurs modes d'intégration dans le système des centralités intra-urbaines sont au cœur de la réflexion sur les devenirs de la ville contemporaine. L'offre commerciale peut participer à la création d'un espace urbain attractif, intense et habitable dans les centres comme dans les zones périphériques. Quelle place doivent prendre les structures du commerce dans une nouvelle programmation urbaine permettant d'assurer une attractivité redéfinie des espaces urbains ? Et plus exactement, comment intégrer les acteurs du système commercial aux politiques de renouvellement des espaces publics dans une perspective d'urbanisme durable ? Le commerce est un des éléments structurant et modulant l'intensité urbaine, les pratiques de mobilité, le lien social, l'animation et l'identité des quartiers lausannois. On explore ici quelques pistes de réflexion relatives au modèle de régulation de l'urbanisme commercial lausannois et à la manière dont les activités commerciales peuvent participer à la mise en place de stratégies de qualification de l'espace public et d'organisation des centralités urbaines.

Die Qualität der öffentlichen Räume, ihre Morphologie, ihre Raumordnung und die Organisation von ihren wirtschaftlichen Einrichtungen und Massnahmen, die Umgebung sowie die Art dieser Zentralitäten innerhalb des urbanischen Netzwerkes integriert wurden und die Hierarchie der Zentralitätsknoten sind im Mittelpunkt der Betrachtung bezüglich der Weiterentwicklung der zeitgenössischen Stadt. Der Handel ist einer der Bereiche, der die urbane Intensität, das Mobilitätssystem, den sozialen Kontakt, das Leben und die Identität der Viertels von Lausanne strukturiert und moduliert. Kaufmännliche Richtlinien in Lausanne könnten extrem hilfreiches urbanisches Mittel zur Entwicklung eines attraktiven und wirtschaftlichen urbanischen Raumes und Wohngebietes in Stadtmitten und an Stadträndern werden. Wie kann Handel im Nah Bereich die Urbanisierung aufwerten/verbessern und wie kann er die urbane Intensität und die Lebensqualität der öffentlichen Räume einwirken? Genauer gesagt, wie können wir einzelhandelbezogenen Rollenspieler in der Aufwertung der Urbanisierung der öffentlichen Räume im Zusammenhang mit einer nachhaltigen urbanen Perspektive einführen? Der vorliegende Artikel führt eine Untersuchung durch, die die Einwirkung der kommerziellen

Urbanisierung auf die Strategien zur Qualitätsverbesserungen von dem öffentlichen Raum und zur Organisation/Ordnung von den Stadtzentralitäten betont. Es zeigt Anleitungen auf, die Stadtpläne weiterhelfen können, wenn sie Entscheidungen im Bereich einzelhandelbezogener Entwicklungen treffen müssen.

INDEX

Schlüsselwörter: Handel, Kommerzielle Urbanisierung, nachhaltige Urbanisierung, Schweiz, urbane Qualität

Mots-clés: Lausanne, pratiques de proximité, qualité urbaine, urbanisme commercial, urbanisme durable

Keywords: intensity, retailing, sustainable urban planning, Switzerland, urbanity

AUTHORS

MARTA ALONSO-PROVENCIO

Assistante diplômée, Institut de Géographie et Durabilité, Université de Lausanne

ANTONIO DA CUNHA

Professeur ordinaire, Institut de Géographie et Durabilité, Université de Lausanne