

PROCESSUS PARTICIPATIF «CENTRES ET RIVES»
ATELIERS COMMERÇANTS DU CENTRE-VILLE. NEUCHÂTEL 18 JUN 2014
RAPPORT

Dr Nicolas Babey, professeur HEG Arc



1. INTRODUCTION

L'atelier s'est déroulé dans les locaux du Musée d'histoire naturelle de Neuchâtel, le 18 juin 2014. Regroupant 51 commerçants du centre-ville de Neuchâtel, cet atelier a été introduit par Monsieur Le Conseiller communal Olivier Arni, et clos par celui-ci.

Afin de présenter aux participants les objectifs de l'atelier, le contexte urbanistique et économique général du développement stratégique du centre-ville, de ses rives et de la zone Port-Piaget, une introduction a été assurée par Nicolas Babey, professeur HEG Arc et animateur de la soirée ; Jérôme Chenal, directeur de la Communauté d'études pour l'aménagement du territoire¹ ; Hervé Froidevaux, économiste² et Fabien Coquillat, architecte communal adjoint³.

2. OBJECTIFS

L'objectif de cet atelier consistait à demander aux commerçants présents d'évaluer une hypothèse de travail de la Ville de Neuchâtel – la construction d'un magasin de type Manor sur la place Alexis-Marie-Piaget – ainsi que les projets d'aménagement urbain environnants. Cette hypothèse fait suite au plan stratégique développé au mois de mars 2013 par les commerçants de détail du centre-ville et les Autorités communales dans le cadre de trois ateliers de travail animés par la Haute école de gestion Arc. Ce plan insistait notamment sur la nécessité de retenir et d'accueillir de grandes enseignes commerciales, assurant ainsi un facteur clé de succès essentiel pour les commerçants de détail : la fréquentation du centre-ville. La construction d'un tel magasin permettant d'assurer théoriquement la fréquentation physique du centre-ville commerçant.

3. MÉTHODOLOGIE

Méthodologiquement, il fallait tenter – en une seule soirée – de déboucher sur un consensus relatif à l'égard du projet de construction de grand magasin, ainsi que d'esquisser un cahier des charges à l'intention des maîtres d'œuvre et maîtres d'ouvrage, les résultats de cette soirée devant, dans la mesure du possible, être pris en compte par ces derniers. Pour ce faire, trois groupes de travail uniquement composés de commerçants devaient évaluer le projet de grand magasin selon une matrice SWOT⁴ pendant une heure, proposer des solutions aux éventuelles faiblesses et menaces constatées, enfin construire un premier consensus à l'intérieur de chaque groupe. Ensuite, les présentations des travaux et discussions animées par l'auteur de ces lignes devaient déboucher sur un consensus global. Notons que les trois présentations de groupe ainsi que la totalité des discussions ont été enregistrées et intégralement retranscrites dans un procès-verbal. Relevons enfin la bonne humeur et le respect mutuel qui ont caractérisé les présentations et les discussions.

Nombre de participants: 51

Répartis ainsi:

Atelier 1 (au premier étage): 15 participants

Atelier 2 (salle principale): 20 participants

Atelier 3 (rez-de-chaussée): 16 participants

¹ Titre de son intervention : « Contexte : la démarche Centre et Rives et les autres ateliers participatifs ».

² Titre de son intervention : « Attractivité et redynamisation du centre-ville ».

³ Titre de son intervention : « Réaménagement du secteur Port-Piaget : principes d'aménagement »

⁴ L'acronyme anglais signifie « forces et faiblesses » ; « opportunités et menaces ».

4. LES RÉSULTATS

Comme le révèle la retranscription exhaustive du procès-verbal de l'atelier, un consensus à l'égard de la pertinence stratégique de la construction d'un grand magasin a été atteint. En d'autres termes, la construction d'un grand magasin est globalement perçue comme une opportunité commerciale. *L'hypothèse de travail de la Ville de Neuchâtel – attirer un grand magasin à proximité immédiate du centre-ville commercial – est donc confirmée par les commerçants. L'arrivée d'une enseigne telle que Manor est perçue par la majorité d'entre eux comme une opportunité (nouvelle concurrence comme aiguillon), mais des craintes subsistent toutefois chez certains.*

Notons cependant que les discussions dans les groupes de travail ont été créatives et animées ; des propositions alternatives ont été faites⁵ - particulièrement dans le groupe 3. Propositions qui, comme annoncé oralement aux participants, doivent faire l'objet d'une évaluation selon les critères stratégiques définis consensuellement l'année précédente (nécessité d'un attracteur commercial important), ainsi que selon des critères financiers, juridiques, techniques et politiques.

Ci-dessous, nous avons retranscrit fidèlement les trois feuilles de « flipchart » telles que remplies par les trois groupes de travail. On relèvera que les participants n'ont pas toujours respecté la logique d'un tableau SWOT, ce qui pose quelques problèmes de comparaison des résultats. Néanmoins, trois éléments clés ressortent, partagés par tous les groupes : comme déjà dit, la confirmation de l'hypothèse de travail ; la problématique de la liaison piétonne entre le centre-ville et l'emplacement du futur magasin ; la problématique globale de la circulation motorisée (individuelle et collective) et du parcage des véhicules.

Atelier 1	
<i>Forces</i>	<i>Faiblesses</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Emplacement ▪ Places de parc ▪ Commerce de qualité ▪ Le monde attire du monde ▪ Beau projet architectural 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Circulation voiture (accès) Entrée — Sortie ▪ Circulation piétons ▪ Nombre de places de parc ▪ Bus ▪ Lien avec le centre-ville ▪ Répartition places de parc
<i>Propositions</i>	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Passerelles ▪ Affectation hangar des trams ▪ Navettes rapides (pour relier parking et centre-ville) ▪ Centrale des Bus place Pury ▪ Parking Vauseyon cuvette ▪ Déplacer les passages piétons ▪ 1 seule entrée parking, l'actuelle vers Beulac ainsi ≠ bs = zone piétonne 	

Retranscription du «flipchart»

⁵ La construction d'un hôtel de luxe sur la place Alexis-Marie-Piaget ; la transformation de l'îlot administratif voisin pour accueillir le grand magasin. On notera que la première proposition ne remplit pas l'attente stratégique exprimée par les commerçants en 2013 puisqu'en termes de fréquentation, ce que peut faire un hôtel, même toujours complet, n'est aucunement comparable à ce que peut générer un grand magasin. Tandis que la seconde proposition ne résiste probablement pas aux critères de faisabilité technique, juridique, financière et politique.

Atelier 2	
Grand magasin	+
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Attraction clients au centre-ville ▪ Animation d'une place actuellement morte... ▪ Intégration de <i>Manor</i> dans les activités de Neuchâtel centre ▪ Qualité de l'offre complémentaire ▪ <i>Manor</i> peut déclencher des nouvelles arrivées de commerces de qualité au centre-ville
	-
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lien avec la zone piétonne actuelle ▪ Arrêt de bus est-ouest à déplacer ▪ Inconnue sur aspect bâtiment + hauteur ▪ ! concurrence pour certains types de commerces <ul style="list-style-type: none"> ○ Oblige à la spécialisation ▪ Est-on sûr que <i>Manor</i> va venir? Autres petites surfaces
	Suggestions
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Passage sous voie Axe E-O + N-S <ul style="list-style-type: none"> ○ Faire descendre les voitures ou faire descendre les piétons? ○ Sous voie piétons attractif: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Commerces? ▪ Culture? ▪ Qualitatif? ▪ Passage en surface ▪ ! Ville propre
Place du Port	+
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Amène une nouvelle animation ▪ Meilleur lien avec le lac ▪ Végétalisation du bord du lac
	-
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Trop minéral (meilleure association verdure + béton) ▪ Manque de convivialité... Trop de polyvalence ▪ Pas de zone d'ombre/accueil... ▪ Meilleure liaison N-S <ul style="list-style-type: none"> ○ Passerelle? Sous-sol? ▪ Amélioration «port» <ul style="list-style-type: none"> ○ Cabanes pêcheurs ○ Restaurant terrasse ○ Éclairage des rives ▪ Quai Osterwald?
	Suggestions
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Qualité esthétique des terrasses ▪ Rond-point ovale? ▪ Monument de la République → Place du Port? ▪ Passage aérien Nord-Sud ▪ Parking – Bus (car touristique)

Retranscription du «flipchart»

Atelier 3	
<i>Menaces</i>	<i>Opportunités</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apport discutable/commerce local ▪ Engorgement/13 K pers-circulation tunnel ▪ Standardisation des offres/autres villes ▪ Imposition zone 30 pour traversée (Numa-Droz) Remake ▪ Pkg (réservé personnel) ▪ Alimentaire – parking sous-terrain 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Localisation ▪ Bâtiments communaux ▪ Attribution/hôtel (3-4 étoiles) ▪ Quid/attractivité # solutions ▪ Montage parking - \$ ▪ Maîtrise par la ville du terrain vs privé - \$ ▪ Ciblage clientèle: stratégie différenciation <ul style="list-style-type: none"> ○ Attirer qui? Comment? ▪ Centre amusement Niff /King
<i>Forces</i>	<i>Faiblesses</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Attracteur + places ▪ Retombées éco ▪ Mise en concurrence <ul style="list-style-type: none"> ○ Amélioration des surfaces ▪ Motivation des P + R par n^x présents 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vue ▪ Approvisionnement Magasin logistique ▪ Logement des congressistes – 800 personnes ▪ Soutien du financement prétexte ▪ Amélioration offre (Coop, Migros). Réponse déjà effective. ▪ Logique incompatible <ul style="list-style-type: none"> ○ Près pour enseigne ○ Inutile pour les petits commerces

Retranscription du «flipchart»

Les faiblesses et menaces perçues par les commerçants tournent principalement autour de la liaison piétonne à déterminer entre le centre-ville et l'implantation géographique légèrement excentrée de la place Alexis-Marie-Piaget, il en résulte la demande d'un plan piétonnier global liant le centre-ville, le futur grand magasin et son environnement.

Pour résoudre ces faiblesses et menaces autour de la liaison piétonne entre le centre-ville et l'emplacement du futur grand magasin, toutes les variantes générales ont été proposées : par dessous (passage sous-voies) ; par dessus (passerelles) ; en surface (déplacement des passages piétons ou « remake » sous forme de boutade critique, du projet de zone 30 Numa-Droz).

Autres craintes récurrentes exprimées : la circulation automobile individuelle, la circulation en transports publics et le parcage des véhicules. Ces craintes sont attisées par la perspective – paradoxalement réjouissante du point de vue de la fréquentation – de 13'000 visiteurs / jour au Magasin Manor⁶, alors même que l'axe routier de Numa-Droz souffre d'engorgement. Ces craintes s'expriment sur trois points généraux : les accès de la ville, la circulation en centre-ville et le parcage.

Pour les commerçants, cette problématique de la mobilité – tous moyens de transport confondus – est essentielle. Cet atelier n'était pas nommément dédié à une telle problématique. Si l'objectif de validation de l'hypothèse de grand magasin a été atteint, l'atelier a servi de caisse de résonance à la problématique de la mobilité. Sur ce thème, aucun consensus n'a été atteint, si ce n'est la nécessité de connecter le grand magasin au centre-ville en mobilité douce. Par contre, nous pouvons en déduire que la faisabilité « politique » du projet de grand magasin est étroitement dépendante d'un plan de circulation global capable de convaincre le plus grand nombre.

⁶ Chiffre confirmé par Hervé Froidevaux. Il ne s'agit pas de 13'000 personnes en plus, mais de 13'000 personnes qui fréquenteront le GM.

Finalement, le cahier des charges se résume à quelques points :

- 1° Soigner la qualité esthétique du futur bâtiment ;
- 2° Assurer la connexion piétonne entre le grand magasin et le centre-ville ;
- 3° Résoudre les besoins en parcage ;
- 4° Adosser l'ensemble du projet à un plan global de mobilité.

La soirée a été conclue par Monsieur le Conseiller communal Olivier Arni, qui a donné plusieurs informations factuelles sur la mise en œuvre des propositions d'aménagement faites lors de l'atelier commerçant 2013. Il a enfin remercié toutes les personnes présentes de leur intérêt et de leur engagement lors de cet atelier.

5. NOS RECOMMANDATIONS

1. Pour éviter de « réinventer la roue » à chaque atelier de travail commerçant, continuer à maintenir un suivi écrit de ceux-ci – au moyen de rapports et procès-verbaux exhaustifs – et considérer les éléments de consensus entre les parties en tant que critères d'évaluation de propositions postérieures⁷. Ainsi, le besoin de fréquentation physique, dûment rapporté lors des ateliers 2013, doit être considéré comme critère d'évaluation des propositions de l'atelier du 18 juin 2014.

2. Quelques suggestions formulées lors du dernier atelier ont trouvé réponse auprès des personnes ressources encadrant les participants, par exemple la possible réaffectation du hangar des trams⁸. Dans la mesure du possible, il faudrait être en mesure de répondre à la totalité des craintes exprimées, ainsi qu'à l'ensemble des propositions faites.

3. En termes de processus, nous recommandons de continuer à organiser des ateliers de travail avec les commerçants, cette fois dédiés entièrement à la problématique de la mobilité. En effet, le principe de construction d'un grand magasin étant admis, l'étape suivante consisterait à produire des hypothèses en matière de mobilité globale, de tester lesdites hypothèses auprès des commerçants, mais aussi des habitants, puis de construire un consensus autour de l'une des hypothèses formulées. Dans le cadre de ce processus, il nous semblerait particulièrement utile d'aller visiter des exemples d'aménagements dans d'autres villes, aux configurations spatiales comparables, visites prévoyant également des échanges avec les commerçants du lieu.

4. En termes de gestion du centre-ville commerçant, et afin de répondre au mieux aux craintes déjà apparues en 2013 et clairement répétées le 18 juin 2014, nous recommandons de construire un système d'indicateurs performant permettant d'identifier les besoins en matière de parcage, en termes de jours, d'heures et de lieux – sur l'ensemble de l'année – puis de mutualiser ces mêmes indicateurs⁹. Des démonstrations chiffrées des besoins, corrélées aux activités commerciales réelles du centre-ville, permettraient selon nous d'encadrer un thème important pour l'avenir du commerce de détail neuchâtelois et de fonder des aménagements futurs basés sur des besoins démontrés. A notre connaissance, un tel système n'existe pas aujourd'hui ; les indicateurs sont disponibles, mais ils sont morcelés. Il faudrait les consolider¹⁰.

⁷ La difficulté relative de maintenir un suivi des réflexions stratégiques sur le développement commercial du centre-ville provient essentiellement de la diversité des participants. Certains commerçants ont suivi la totalité des ateliers les concernant depuis 2013. D'autres commerçants ont participé pour la première fois – le 18 juin dernier – à de tels travaux, sans forcément connaître le contenu des travaux préalables.

⁸ Précisions apportées durant la soirée par Monsieur le Conseiller communal Olivier Arni.

⁹ Les enquêtes ponctuelles réalisées par le Bureau d'études Christe et Gyax en matière d'occupation donnent de précieuses indications mais ne suffisent pas. Il est nécessaire d'obtenir la totalité des indicateurs détenus par les sociétés d'exploitation des parkings couverts. Il faut ensuite pouvoir comparer les résultats avec d'autres villes. Il faut enfin traiter statistiquement de telles données, en lien avec des événements commerciaux, le taux de rotation des commerces de détail, les mesures prises par les Autorités communales dans le cadre de la stratégie de développement commercial du centre-ville, etc.

¹⁰ Ce système d'indicateurs a un nom en gestion : il se nomme « tableau de bord prospectif ».

