



## **Réponse du Conseil communal à l'interpellation n° 12-611 du groupe PLR intitulée « Bientôt plus de mille places de parc supprimées au centre-ville ? »**

(Du 29 avril 2013)

Monsieur le Président,  
Madame, Messieurs,

En date du 5 novembre 2012, le Groupe PLR, par M. Alexandre Brodard et consorts, a déposé l'interpellation intitulée « Bientôt plus de mille places de parc supprimées au centre-ville ? » dont le contenu est le suivant :

*« Des centaines de places de parc en surface situées sur le domaine public ont été supprimées ces dernières années entre le centre-ville de Neuchâtel et les Jeunes-Rives :*

- Sur la Place du port*
- Sur la Place des Halles*
- Aux Jeunes-Rives*
- A l'Hôtel de Ville*
- A la Rue des Fausses-Brayes*
- Etc.*

*Et il est prévu – ou du moins l'idée a-t-elle été évoquée – d'en supprimer encore plusieurs centaines dans les années à venir :*

- Devant la Poste principale (projet de nouvelle place Numa-Droz)*
- Devant le « Las Vegas » (projet de nouvelle place Numa-Droz)*
- Sur la Place Alexis-Marie-Piaget (projet Numa-Port)*
- Aux Jeunes-Rives (projet Ring ; solde des places encore existantes)*
- A l'Hôtel de Ville (solde des places encore existantes) ?*
- Etc.*

*Ces choix inquiètent. Sans préjuger toutefois des effets (positifs ou négatifs) de ces décisions, il semble aujourd'hui important aux yeux des signataires de la présente interpellation de faire un état des lieux et de connaître l'impact de ces décisions sur la vie du centre-ville, et en particulier sur les commerces, qui font vivre le centre-ville, avant de poursuivre sur cette voie.*

*En effet, il se pourrait que les places supprimées fussent utiles à la population et aux commerçants de la ville, et que celles qui restent le soient encore aujourd'hui. Le fait de les remplacer par des places dans des parkings sous terrains privés et payants n'est peut-être ni satisfaisant ni profitable à l'attractivité du centre-ville.*

*A l'écoute de la population, l'on entend souvent que pour vite faire une course en ville (en rentrant de Marin-centre par exemple, où de nombreuses places ont été créées..), il faut pouvoir se parquer le plus près possible des commerces, et à moindre coût. Sinon il est renoncé à la course en question au centre-ville. Cela vaut aussi pour aller à la poste, à l'administration communale, à la police ou autre. Et c'est encore plus valable pour sortir le soir ou la nuit en ville : chacun préférera parquer gratuitement que s'enfiler dans un parking payant. Ce qui est humain. Et sans doute sensé, du moins pour toutes les personnes qui, sans avoir beaucoup de moyens, ont pu s'acheter une voiture et l'utilisent parfois pour se rendre en ville. Qu'ils soient étudiants ou travailleurs, jeunes ou moins jeunes. Pour tout un chacun donc, à un moment ou à un autre.*

*Les soussignés souhaitent donc par la présente interpellier le Conseil communal sur cette problématique, lui demander des explications sur sa politique en matière de stationnement au centre-ville et obtenir des réponses aux questions suivantes :*

- *Combien de places de parc en surface situées sur le domaine public ont-elles été supprimées au centre-ville et aux Jeunes-Rives ces 20 dernières années ? (Par centre-ville, il est entendu ici la zone située entre la ruelle William-Mayor à l'ouest, les voies de chemin de fer au nord, la ruelle Vaucher et la rue P.L.-Coulon à l'est, et le lac au sud).*
- *Une étude a-t-elle été menée sur les conséquences de ces suppressions sur les commerces du centre-ville de Neuchâtel et leur attractivité ? Et sur l'impact sur le chiffre d'affaires de ces commerces ? Si oui, quels en sont les résultats ?*
- *De telles études ont-elles été menées dans d'autres villes de Suisse à la connaissance du Conseil communal ? Avec quel résultat ?*
- *Quelle est l'opinion des commerçants sur la question de la suppression des places de parc sur le domaine public et leur remplacement par des parkings en ouvrages privés et payants ?*
- *Combien de places de parc en surface est-il prévu ou envisagé de supprimer encore dans les 10 prochaines années sur le domaine public dans cette zone? Lesquelles sont concernées ?*
- *Est-il prévu de supprimer toute place de parc à moyen ou long terme dans cette zone ? Ou alors est-il peut-être prévu de remplacer les places supprimées dans le futur?*
- *Serait-il possible de mettre à disposition l'évolution du décompte des places de parc contenu dans le document « Places de stationnement en ville au 29.03.2012 » disponible sur le site [www.policeneuchatel.ch](http://www.policeneuchatel.ch) depuis qu'un tel décompte est établi ?*

*Avec nos remerciements au Conseil communal pour les éclaircissements qu'il nous fournira sur ces différents points ».*

Le présent texte tient lieu de développement écrit.

## **1. Introduction**

L'interpellation touche au problème de l'évolution du commerce de détail face à la concurrence des centres commerciaux périphériques et à l'influence des mesures de politique du stationnement, et du déplacement des places de stationnement dans des parkings en ouvrage sur le chiffre d'affaires. Le problème est vaste et complexe.

Vu le contexte actuel et les enjeux pour notre Ville, nous allons apporter des réponses détaillées, dans l'esprit d'un rapport d'information, en faisant d'abord l'état de la situation du commerce de détail en Suisse,

puis en plaçant la question dans un contexte plus large en présentant des études qui ont eu lieu en Suisse et à l'étranger. Enfin nous répondrons aux questions posées par les interpellateurs.

## **2. Commerce de détail, patrimoine et mobilité**

Depuis 1970, le nombre de commerces de détail s'est presque réduit de moitié en Suisse alors qu'en parallèle les surfaces de vente ont plus que doublé !<sup>1</sup> Le développement de la vente en self-service nécessite plus d'espace et une présentation des marchandises attractive. Les commerçants recherchent des lieux à proximité d'un grand potentiel de clients, que ceux-ci se déplacent à pied, à vélo, en transports publics ou en voiture. Parmi les emplacements préférés, on trouve ceux qui sont situés à proximité des connexions d'autoroute, des gares et des autres nœuds de transports publics, ainsi que dans les centres-villes. Depuis un certain nombre d'années, la tendance est à la construction et à l'agrandissement de commerces en périphérie. La concentration de l'offre aux abords d'autoroutes permet aux investisseurs de faire des économies: la construction est effectuée rapidement, la livraison des marchandises est plus simple qu'au centre-ville et les places de parc meilleur marché à construire. Il s'agit d'un phénomène général.

Historiquement, les éléments responsables de la réduction des commerces de détail sont :

- la création des coopératives d'alimentation en Suisse ;
- l'apparition des grands centres commerciaux en Europe dans les années soixante ; le premier centre commercial en France date de 1969...
- le développement de la mobilité individuelle.

C'est donc l'arrivée des centres commerciaux périphériques et leur plan marketing à l' « américaine » :

- choix très larges des produits ;
- prix attractifs ;
- apparition des caddies que l'on remplit librement de tout avant de passer à la caisse plutôt que de payer les produits individuellement dans plusieurs commerces ;

---

<sup>1</sup> Schweiz. Verkaufsförderungs-Forum : Detailhandel Schweiz, Analysen-Strukturen-Trends. IHA, GfM Institut für Marktanalysen AG, Hergiswil

- aménagement optimisé pour que les clients, automobilistes pour la plupart, se retrouvent au milieu des rayonnages de vente.

Par contre, il n'y a aucune notion de patrimoine, de valorisation des espaces à un usage autre que commercial...et ils sont rarement accessibles aux autres modes de transports, ou de manière secondaire.

La vieille ville constitue le cœur de la ville et de son agglomération. Elle contient des particularités urbanistiques et des éléments porteurs d'histoires sur des surfaces restreintes adaptées à l'échelle du piéton. Par rapport à des quartiers plus récents, elle jouit d'une importance supplémentaire, qui dépasse largement les frontières de la ville, au niveau des espaces publics, du commerce, de la culture, de la formation, de l'administration, de la politique. Le centre historique est porteur d'identité pour les habitants. Le commerce, les achats et les services représentent des fonctions clés d'une ville et contribuent à sa vitalité.

Dans les villes, la conséquence logique du développement des centres commerciaux périphériques est la diminution du nombre de commerces de détail au centre-ville.

C'est d'ailleurs en réaction à ce phénomène déjà que la Ville avait décidé, dans les années septante et quatre-vingt, la création de la zone piétonne.

*« A une époque où, par les conditions sociologiques (appartement, automobile, bureau ou atelier, télévision), l'homme vit de plus en plus replié sur lui-même, dans sa « coquille », le maintien ou la revalorisation d'une zone centrale d'attraction devient une nécessité pour la survie des communautés contemporaines. La rue piétonne permet de retrouver un lieu où les échanges sociaux sont possibles.*

*L'augmentation de la circulation des véhicules à moteur dans les cœurs des villes, aux rues étroites non adaptées à l'automobile, risque de provoquer l'asphyxie du commerce local. L'implantation des « grandes surfaces » à la périphérie ne fait qu'accentuer ce danger. Dès lors, la création d'une zone piétonne permet de retenir le consommateur dans un lieu attrayant ; les supermarchés naturels que constituent nos cités peuvent offrir plus et mieux » que les centres commerciaux souvent déshumanisés. La grande majorité des expériences faites tant en Suisse qu'à l'étranger prouvent le bien-fondé de cette politique.*

*La rue piétonne permet de sauvegarder plus efficacement les sites anciens, et notamment les monuments architecturaux. Elle favorise en outre le maintien d'une population résidante au centre des villes.*

*Ces trois motivations fondamentales montrent bien que la rue piétonne n'est pas une condamnation de l'automobile ; elle est l'expression d'une politique de meilleure répartition des espaces de circulation ».<sup>2</sup>*

Dans le contexte actuel de métamorphose du commerce de détail dans les centres-villes, la question de l'accessibilité en voiture gagne en importance dans les discussions comme étant un facteur décisif. Les mesures comme l'extension des zones piétonnes, l'introduction d'une tarification du stationnement ou la priorisation des transports publics au détriment du trafic motorisé individuel, font fréquemment l'objet de critiques de la part des commerçants, qui parlent de recul parfois important du chiffre d'affaires.<sup>3</sup>

Il est donc intéressant d'analyser l'influence des mesures prises pour améliorer la qualité des espaces publics et réorganiser le stationnement sur le chiffre d'affaires et la structure de commerce de détail au centre-ville.

Il faut noter ici que si on dispose aujourd'hui de nombreuses données relatives aux besoins des clients motorisés (comptages), il n'en va pas de même pour les piétons et les cyclistes.

Dans le microrecensement fédéral de 2005, il n'est pas surprenant de voir que lorsqu'on prend en compte les distances journalières parcourues, la part du transport motorisé individuel est la plus élevée (69% des distances) et que la mobilité douce (marche et vélo) se monte à seulement 8% (les distances effectuées à pied et à vélo sont pour la plupart courtes).

Il est intéressant de voir que la mobilité douce est mise en valeur quand on prend en compte les étapes parcourues<sup>4</sup>, 50% des étapes, alors que

---

<sup>2</sup> « Neuchâtel, la zone piétonne dans la ville ancienne », Ville de Neuchâtel, section de l'Urbanisme, Théo Waldvogel, architecte communal, 5 octobre 1983.

<sup>3</sup> Il y a environ 12'000 personnes par jour qui descendent d'un bus ou tram à la place Pury. Il s'agit bien entendu d'un lieu de transit. Cependant, ce sont également des clients potentiels. Les commerçants pourraient profiter de les détourner dans leur échoppe, surtout en fin de journée.

<sup>4</sup> Une étape est une partie d'un déplacement qui est parcourue avec le même mode de transport, la marche à pied étant considérée comme un mode de transport. Chaque changement de mode marque

la voiture passe à 37%<sup>5</sup>. Comme celle-ci n'est pas seulement utilisée pour couvrir de longues distances, mais aussi des trajets courts (30% font moins de 3km), il existe un potentiel intéressant de développement de la marche et du vélo, des modes de déplacement bien plus performants que la voiture en milieu urbain dense.

Des espaces de qualité, des liaisons pratiques et des cheminements sûrs ainsi qu'une offre de stationnement adéquate pour les vélos sont des facteurs d'attractivité pour les clients qui choisissent la marche ou le vélo pour faire leurs achats. Car si le recours à la voiture est surtout motivé par la facilité du transports des achats, le plaisir et la durée du déplacement sont les principales raisons évoquées par les personnes qui choisissent d'effectuer leurs trajets en mobilité douce<sup>6</sup>.

Avant d'aborder la question du centre de Neuchâtel, il nous paraît intéressant de nous pencher sur les résultats d'études menées en Allemagne, à Zurich et à Genève et de voir également ce qui s'est passé à Sion et Delémont.

### **3. Etudes et expériences dans d'autres villes**

#### **3.1. Suppression des places de stationnement et aménagement en zone piétonne du Rennweg, à Zurich<sup>7</sup>**

En 2004 et 2007, une étude a été menée pour comparer l'évolution de la situation avant et après la suppression du stationnement et le réaménagement en zone piétonne du Rennweg, une rue parallèle à la Bahnhofstrasse à Zurich.

Après le réaménagement, le nombre de voitures a baissé de 70% les jours ouvrables et de 80% le samedi. Le flux horaire est toutefois encore de 20-30 véhicules durant les heures d'ouverture. Le stationnement se fait en parking en ouvrage ou dans d'autres rues, et la dernière étape se fait à pied. En semaine, le flux des piétons et des cyclistes est resté stable, tout en diminuant un peu dans deux rues adjacentes. Le samedi, par contre, les piétons ont augmenté d'environ un tiers et les cyclistes de 40%.

---

le début d'une nouvelle étape.

<sup>5</sup> Microrecensement transports de l'OFS/ARE, Neuchâtel, le 15 mai 2007.

<sup>6</sup> Pour le microrecensement 2005 de la mobilité pour Neuchâtel, le vélo représente 1 à 3 % de la mobilité.

<sup>7</sup> „Rennweg mit und ohne Parkplätze“. Erhebungen und Befragungen, Stadt Zurich, Oktober 2007

En 2007, les passants viennent plus souvent et se déplacent directement depuis la place de travail ou vers celle-ci. Ils apprécient la nouvelle ambiance, le fait que la rue soit devenue plus calme, plus conviviale et plus sûre. Les livraisons sont restées stables, seul le type de véhicule a changé, les camions ayant été remplacés par des véhicules plus petits. Le but principal des visiteurs est resté les achats. A quelques exceptions près, le type et le volume de ceux-ci ont peu changé. Le bilan du nombre de commerces est légèrement positif. Ceux-ci se répartissent pour moitié dans les étages (services) et pour moitié au rez (commerce de détail). Les entreprises de service ont un avis plus positif sur le réaménagement que les commerces, probablement parce qu'elles n'ont pas de clients qui ont des charges à porter et pas non plus de livraisons. Le chiffre d'affaires est toutefois légèrement meilleur et les perspectives d'avenir plutôt optimistes, des éléments à porter en compte de la bonne conjoncture économique de l'époque. Malgré cela, certains commerçants regrettent les places de parc et les livraisons rendues plus difficiles, mais, de manière critique, ils évoquent aussi le manque d'attractivité de leur commerce et reconnaissent qu'ils n'ont fait aucune publicité autour du réaménagement de la rue. Depuis l'instauration de la rue piétonne, l'espace est davantage utilisé, que ce soit par des passants qui en profitent pour flâner, des terrasses, des panneaux publicitaires ou des pots de fleurs.

L'étude conclut en disant qu'avant et après le réaménagement, peu de choses ont changé. La rue n'est pas encore complètement libérée du trafic, des voitures continuent de parquer dans la zone piétonne. L'aménagement plaît toutefois mieux aux passants. Les plus critiques sont les commerçants du rez-de-chaussée. Interrogés sur la nouvelle situation, la majorité d'entre eux se prononcent toutefois clairement en faveur du réaménagement. Celui qui avait espéré une augmentation massive de l'attractivité par la suppression des places est peut-être déçu. Celui qui pensait que les clients ne viendraient pas en nombre du fait qu'ils ne pouvaient plus parquer à proximité immédiate est plutôt surpris positivement. Au final, beaucoup de choses sont restées identiques parce que la question des possibilités de stationnement n'est qu'un élément parmi de nombreux autres.

### **3.2. Etude concernant 50 villes allemandes de 50'000 à 300'000 habitants<sup>8</sup>**

Une étude a été mandatée en 2000 par le ministre allemand des transports pour connaître l'influence des mesures de restriction du trafic motorisé individuel sur le chiffre d'affaires et la structure du commerce de détail au centre-ville. L'étude a comparé 50 villes d'Allemagne de l'Ouest de 50'000 à 300'000 habitants. Les principaux résultats de l'étude sont résumés ci-après.

#### **3.2.1. Liens entre le pouvoir d'achat des habitants, le chiffre d'affaires réalisé au centre-ville et l'accessibilité (transports publics et voiture)**

La promotion des transports publics renforce le lien entre le pouvoir d'achat des habitants et le chiffre d'affaires réalisé au centre plus que ne le fait l'extension des possibilités de stationnement.

L'accessibilité du centre-ville en voiture et en transports publics constitue un présupposé important pour la structure et le développement du commerce de détail, mais elle ne suffit pas à les expliquer.

A côté de cet élément, d'autres facteurs entrent visiblement en ligne de compte car, d'une part, des villes qui ont une offre de stationnement extrêmement différente atteignent un succès comparable au niveau du commerce de détail et, d'autre part, une offre de stationnement équivalente peut conduire à un grand comme à un petit succès du commerce de détail. Ce constat est apparu clairement lorsque le quota indiquant le chiffre d'affaires réalisé au centre par rapport au pouvoir d'achat de l'ensemble des habitants de la ville a été couplé à l'offre de stationnement. L'accessibilité en transports publics ne fournit toutefois pas non plus de lien de dépendance plus clair. Il n'y a donc pas d'explication simple dans le sens de dépendances linéaires entre x places de stationnement en plus ou en moins qui impliqueraient y % en plus ou en moins du chiffre d'affaires.

---

<sup>8</sup> Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft DSSW, Büro für Stadt- und Verkehrsplanung BSV und Planungsbüro Heinz und Jähnen (2000) *Die Erreichbarkeit von Innenstädten*, DSSW-Schriften 34

L'étude a toutefois démontré que les villes qui ont une desserte en transports publics au-dessus de la moyenne (ÖP et Öp dans le graphique de la figure 1 – Ö se rapporte à ÖV, transports publics en allemand, et P au stationnement) ont un quota de chiffre d'affaires réalisé au centre-ville par rapport au pouvoir d'achat des habitants également au-dessus de la moyenne ; par contre dans les villes qui ont une offre de stationnement au-dessus de la moyenne (öp et öp) ce quota est au-dessous de la moyenne. Une amélioration de la seule accessibilité en voiture n'apporte donc pas d'avantage. Un investissement dans les transports publics paie bien par contre au niveau du rapport entre le pouvoir d'achat des habitants et le chiffre d'affaires réalisé au centre, et même très bien en combinaison avec une bonne accessibilité voiture.

La figure 1 illustre ces différentes combinaisons possibles entre la desserte TP et l'offre en stationnement ainsi que leurs effets conjoints sur le quota du chiffre d'affaires.

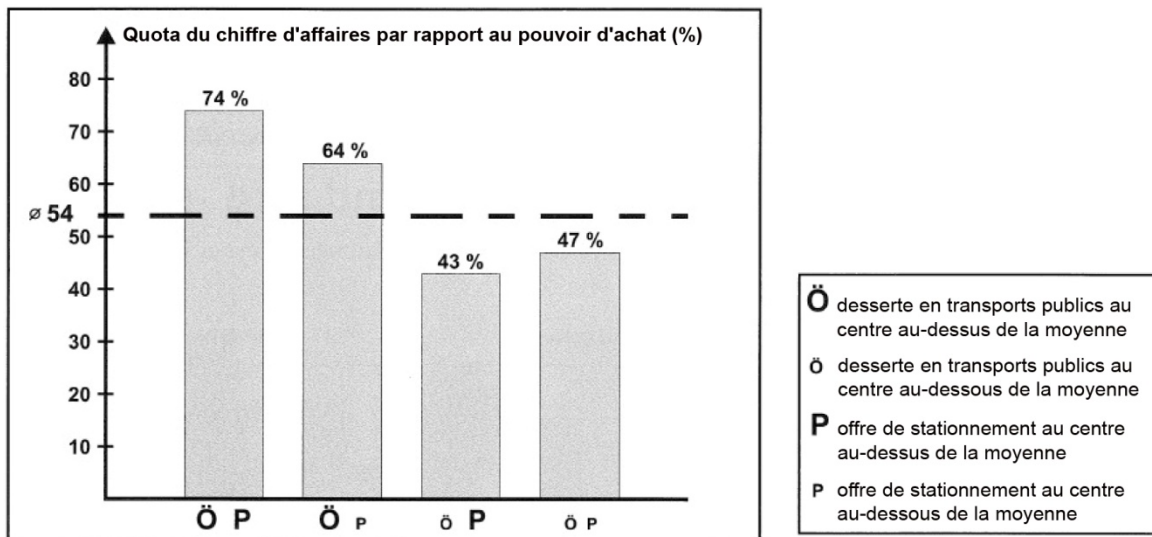


Figure 1 : influence de la desserte en transports publics combinée à l'offre de stationnement sur le chiffre d'affaire au centre en % par rapport au pouvoir d'achat de l'ensemble des habitants

### **3.2.2. L'accessibilité du centre-ville en voiture est, objectivement mesurée, meilleure qu'elle n'est perçue**

L'accessibilité des centres-villes mesurée objectivement, comme par exemple la vitesse de traversée et le nombre de places de parc à disposition, ne correspond souvent pas à la manière dont elle est perçue. L'étude a montré que lorsque le centre-ville est pris en compte comme un tout, l'offre de stationnement présente des réserves de 10-30%, même au moment où la demande est maximale en jour ouvrable. Alors qu'à certaines heures les rues sont très fréquentées, voire par moments saturées au centre, il existe des réserves de capacité significatives dans des parkings en ouvrage.

Après la mise en œuvre des mesures de politique des transports, la manière dont la vitesse est perçue ne correspond pas non plus aux changements mesurés objectivement. Alors que, dans la grande majorité des cas, les mesures prises ont permis une amélioration, la situation est perçue comme plus mauvaise qu'avant.

### **3.2.3. L'attractivité est plus importante que l'accessibilité**

Une enquête téléphonique a permis de constater que l'attractivité du centre est plus importante que l'accessibilité.

L'accessibilité a été interrogée sur la base de 12 critères. L'importance de ces critères est classée par les usagers de manière relativement uniforme dans l'ordre suivant :

1. Des traversées sûres de la chaussée
2. Des coûts bas pour les transports publics et le stationnement
3. Une offre suffisante de stationnement
4. Un trajet sans bouchons
5. Des temps de trajet courts en transports publics et en transport motorisé individuel.

Il faut souligner le fait qu'indépendamment du mode de déplacement choisi la sécurité des traversées a été jugée comme le critère le plus important.

L'attractivité a été interrogée sur la base de 9 critères qui ont été classés de la manière suivante par les usagers:

1. L'ambiance d'achat
2. L'offre de commerces spécialisés avec conseils
3. L'offre de commerces avantageux
4. Une offre abondante et diversifiée
5. Un faible désagrément dû aux voitures

Il faut relever ici la manière dont les automobilistes changent de point de vue. Pour le trajet vers le centre-ville, ils désirent une haute qualité d'offre : fluidité du trafic, temps de parcours courts sans bouchons, places de stationnement en suffisance à destination. En revanche, une fois au centre, des critères se rapportant à l'environnement prennent une importance particulière: ambiance d'achat, faibles nuisances dues à la voiture et traversées sûres de la chaussée.

#### **3.2.4. Habitudes d'achat peu influencées**

En dernier lieu, l'étude a analysé une question particulièrement importante pour le commerce de détail, l'influence des mesures prises sur les comportements.

La majorité des personnes interrogées indique que les mesures n'entraînent pas de modification de l'accessibilité en voiture. Celles qui ont constaté un changement estiment l'accessibilité moins bonne. Mais en même temps, les usagers jugent que l'accessibilité globale est restée bonne.

A la question de savoir si les mesures prises ont une influence sur la décision de venir faire des achats au centre, une majorité répond que ça n'a pas d'influence. Parmi ceux qui se sont laissé influencer, c'est clairement l'influence positive qui prédomine. Cela confirme la thèse déjà énoncée ci-dessus que la dimension de l'attractivité compte souvent plus pour les usagers que celle de l'accessibilité.

Et finalement, à la question de savoir si le changement de situation a modifié les habitudes d'achat au centre-ville, le 90% des personnes interrogées répond « non ». Au final on a donc une grande constance dans les comportements.

#### **3.2.5. Différencier entre accessibilité interne et externe du centre-ville**

Les résultats montrent qu'il est judicieux de faire la différence entre

l'accessibilité « externe » et l'accessibilité « interne » du centre-ville. Grâce à cette nuance, on peut résumer les mesures de politique des déplacements et leurs effets de la manière suivante.

L'accessibilité externe, qui conduit au centre-ville, n'est pas modifiée de manière prépondérante par les mesures prises. Le concept selon lequel le centre-ville doit rester accessible aux voitures comme un élément du système global des transports tout en offrant la priorité aux transports publics et à la mobilité douce à proximité immédiate du centre est de plus en plus acceptée.

Ce qui a été limité, c'est l'accessibilité interne pour les transports motorisés individuels, ça signifie que certaines rues ont été fermées à la circulation, avant tout à ceux qui n'y habitent pas. L'objectif était d'améliorer la qualité de séjour de la vieille-ville en rendant l'espace public attractif comme espace pour acheter, flâner et s'arrêter et comme environnement pour l'habitat.

### **3.3. Etude à Genève sur les répercussions socio-économiques d'une extension du secteur à priorité piétonne dans le centre-ville<sup>9</sup>**

Suite à l'élaboration d'un plan directeur des chemins pour piétons, le service d'urbanisme de la Ville de Genève a mandaté l'Observatoire Universitaire de la Mobilité (OUM) de l'Université de Genève pour identifier les chances, les écueils et les répercussions socio-économiques d'une extension du secteur à priorité piétonne dans le centre-ville de Genève, une telle extension constituant un des objectifs du "Plan piétons".

L'étude fait notamment ressortir les éléments suivants :

- les rues concernées par les mesures de piétonisation voient, en règle générale, leur attractivité rehaussée,
- une accessibilité de qualité constitue un facteur important dans la bonne marche des activités commerciales, mais les effets les plus spectaculaires ont été enregistrés là où, d'un côté, de substantielles améliorations ont été apportées au réseau de transports publics (nouvelles lignes de métros ou de trams, ainsi que trams et bus

---

<sup>9</sup> Répercussions socio-économiques d'une extension du secteur à priorité piétonne dans le centre-ville de Genève-DOCUMENT DE SYNTHÈSE, Observatoire universitaire de la mobilité, novembre 2001

pénétrant jusqu'au coeur des secteurs piétonniers) et où, de l'autre, la desserte automobile repose sur des parkings en ouvrage situés à proximité de la zone piétonne,

- les articles les plus appréciés au centre-ville sont liés à des achats « plaisir » (vêtements, chaussures, livres, disques, jeux, produits cosmétiques et articles de luxe),

- les achats alimentaires courants ne se font pas au centre-ville (seuls 15 % des interrogés les font au centre),

- pour les achats d'habillement et de luxe, c'est essentiellement la diversité des produits (>55%) présents au centre-ville et le large choix de commerces (48%) qui sont cités,

- si les sommes dépensées sont assez modestes (près des deux tiers moins de 100 francs et plus de 80% moins de 200 francs), ces sommes sont toutefois à mettre en parallèle avec la fréquence élevée des visites au centre. Ces valeurs n'excluent pas des visites plus rares pour acheter des biens plus spécialisés et, par conséquent, plus coûteux.

- les usagers des transports en commun (TC) dépensent, en moyenne, des sommes plus importantes que les usagers des autres moyens de transport,

- près de la moitié des enquêtés fréquentent le centre-ville une à deux fois par semaine pour effectuer des achats. Les personnes non actives viennent plus fréquemment au centre-ville que les personnes actives pour le motif achats car ces dernières procèdent à des achats durant la pause de midi ou directement après le travail,

- le profil « utilisateur de TC » est majoritaire pour venir effectuer des achats au centre-ville (37%). Le profil « utilisateur de TIM » (transports individuels motorisés) est majoritaire pour rejoindre le lieu de loisirs au centre-ville (56%). Les modes « doux », (marche et vélo) sont utilisés par plus de 22% des actifs travaillant au centre-ville,

- une forte majorité des visiteurs du centre-ville a un avis positif sur le principe d'une extension des zones piétonnes à Genève (79%) et cela quel que soit le moyen de déplacement utilisé. Les avantages évoqués sont la réduction des nuisances, le plaisir et la sécurité. Les problèmes d'accessibilité (accès et stationnement) sont les motifs les plus invoqués pour expliquer les avis défavorables à l'extension de la zone piétonne. Cependant, une très forte majorité des visiteurs (89%) du centre-ville

affirme qu'ils ne changeraient pas de lieu de consommation en cas d'agrandissement de la zone piétonne,

- les éléments les plus appréciés au centre-ville sont l'ambiance, l'animation, la convivialité, le cadre architectural, ainsi que la diversité des produits et le large choix d'activités possibles (commerces, restaurants, etc.),

- tous les profils de mobilité sont majoritairement favorables à l'extension des zones piétonnes, quel que soit leur lieu de résidence,

- les personnes affirmant qu'elles viendraient plus souvent au centre-ville (20%) sont plus nombreuses que celles qui affirment le contraire (9%),

- seule une minorité de Genevois déclarent vouloir changer de lieu pour faire leurs achats en cas d'extension des zones piétonnes. Ces personnes seraient compensées par l'arrivée de nouveaux consommateurs, attirés, eux, par les aménagements piétonniers,

- l'extension du secteur à priorité piétonne pourrait exercer une influence sur la répartition modale des visiteurs du centre-ville, puisque 12% des interrogés envisagent un changement de moyen de transport. On pourrait ainsi assister à un report modal d'une partie des usagers se rendant au centre-ville des transports individuels vers les transports collectifs.

Au terme de l'étude, les auteurs concluent que l'extension du secteur à priorité piétonne dans le centre-ville de Genève est une mesure relativement neutre, tant du point de vue de la structure commerciale que de celui de la fréquentation du centre.

En revanche, une telle extension semble répondre à la forte demande en termes de qualité de vie urbaine exprimée par les enquêtés. Les succès enregistrés dans d'autres villes confirment que les zones piétonnes apportent une réponse à la grande sensibilité des habitants aux qualités du cadre de vie et à une demande d'espaces récréatifs.

Ainsi, par la revalorisation qu'elle implique, au niveau de l'activité commerciale de centre-ville et de l'environnement urbain, la piétonisation peut exercer une influence extrêmement bénéfique sur l'attractivité du centre. Elle peut constituer un outil de promotion des centres-villes et améliorer leur compétitivité par rapport aux grandes surfaces commerciales périphériques. Si celles-ci tirent leur attractivité en grande partie de leur bonne accessibilité (surtout automobile), les secteurs

piétonniers doivent la leur, entre autres, à la qualité de l'environnement urbain qu'ils proposent. Ces aménagements peuvent, dès lors, contribuer significativement à réduire le glissement des achats et des habitants vers les zones suburbaines.

### **3.4. Les exemples de Sion et Delémont<sup>10</sup>**

Depuis quelques années, la ville de Sion procède à des réaménagements au centre-ville. Au fil des ans, les rues du Midi, des Remparts, du Grand-Pont ont été réaménagées en zones de rencontre et le stationnement déplacé dans des parkings en ouvrage. Sur la rue du Grand-Pont, quelques places de stationnement ont été maintenues, après d'âpres négociations avec les commerçants, lesquels en ont ensuite demandé eux-mêmes la suppression. Il est intéressant d'apprendre que les commerçants des rues adjacentes non réaménagées ont demandé aux autorités de réaménager leur rue également afin que leurs commerces délaissés attirent à nouveau la clientèle. Grâce aux réaménagements, le centre de Sion est devenu plus vivant et attire une clientèle plus nombreuse qu'avant.

En 2003, la place de la Gare de Delémont a été réaménagée en zone de rencontre pour résoudre les problèmes de circulation et revaloriser les espaces publics. Au cours d'un long processus de concertation durant lequel chaque partie a dû faire des concessions, les commerçants et les propriétaires ont accepté de renoncer aux places de stationnement devant leur bâtiment. Aujourd'hui commerçants et restaurateurs sont contents du résultat. Le Prix Wakker, que la ville a gagné pour la qualité de ses réaménagements, a amené beaucoup de visiteurs, ce qui est intéressant pour les commerces. S'il a fallu deux ans pour qu'ils retrouvent leurs recettes, les commerçants constataient en 2007 que les clients, pratiquement tous piétons, étaient à nouveau nombreux et que leur chiffre d'affaires était en augmentation. Le boulanger concluait même en disant que ça va mieux, avec moins de voitures !

Le réaménagement de la vieille ville de Delémont a été plus compliqué avec l'affrontement de groupes aux intérêts divergents : les commerçants d'un côté qui craignaient que la suppression du trafic de transit et des places de stationnement ne signe leur arrêt de mort et les habitants, de l'autre, favorables au projet pour voir leur qualité de vie s'améliorer. En 2007, à l'exception de quelques personnes restées très

---

<sup>10</sup> Bulletins Rue de l'Avenir 4/2009 et 4/2007

négatives vis-à-vis de la solution mise en place, tout le monde était d'accord pour aller de l'avant avec le nouvel aménagement, sans plus imaginer revenir à la situation antérieure. Contrairement aux prévisions de certains, le commerce s'est maintenu. Un jeune commerçant installé après le réaménagement relevait même les nombreux atouts de la vieille ville: loyers moins chers qu'à la gare, cadre magnifique, potentiel commercial énorme. Il considérait la Rue du 23-Juin comme un «centre commercial à ciel ouvert» et constatait qu'à la fin de la première année, son chiffre d'affaires était meilleur que prévu.

## **4. Planification du stationnement**

Avant de répondre aux questions posées par les interpellateurs, il est important de rappeler que la problématique s'inscrit dans le contexte global de la planification cantonale et communale.

### **4.1 Plan directeur cantonal<sup>11</sup>**

Deux fiches du Plan directeur cantonal se rapportent au stationnement.

La fiche E\_13 traite la question de la localisation des centres d'achat et autres générateurs de trafic. Parmi les objectifs, figure l'encouragement du maintien du commerce local au sein de l'espace bâti et dans les centres. Au niveau de la mise en œuvre, il est prévu la suppression de la gratuité des parkings des centres d'achat et complexes de loisirs.

La fiche A\_24 traite la question de la gestion du stationnement à l'échelle du canton. L'amélioration du report modal vers les transports publics et la mobilité douce ainsi que la diminution du trafic motorisé individuel à l'intérieur des localités font partie des objectifs. Au niveau de la mise en œuvre, les mesures visent à développer une vision globale, à gérer le stationnement (limitation de la durée et/ou tarification) et à contrôler celui-ci de manière régulière et efficace. Il est demandé aux collectivités publiques de donner l'exemple notamment en réalisant des places de stationnement pour bicyclettes bien localisées et en réduisant l'utilisation de l'espace public comme lieu de stationnement des véhicules privés motorisés.

---

<sup>11</sup> Ce document, qui date de juin 2011, peut être téléchargé sur le site [www.ne.ch](http://www.ne.ch) / aménagement du territoire / plan directeur cantonal

## 4.2 3<sup>ème</sup> étape du plan de stationnement

Les principaux objectifs globaux acceptés en 2008 par votre Autorité au niveau du plan de stationnement 3<sup>ème</sup> étape sont les suivants :

*« Satisfaire de manière volontariste les différents types d'usagers selon les secteurs (par ex. centre-ville) ; participer à la vitalité (économique, sociale, etc.) de l'agglomération, notamment en garantissant une bonne accessibilité au centre-ville et à ses commerces ; favoriser le transfert modal, tant à l'échelle locale (ville de Neuchâtel) que régionale (agglomération de Neuchâtel), entre autres par le biais de parkings d'échange P+R à développer en périphérie de la ville et dans les autres communes de l'agglomération de Neuchâtel ; limiter les nuisances du trafic automobile par une gestion du stationnement visant à contenir le trafic aux heures de pointe et à minimiser le trafic à la recherche de places ».*

Ces objectifs forment un tout cohérent qui visent d'une part à garantir l'attractivité de la ville pour les habitants, les visiteurs et les clients et d'autre part à inciter les pendulaires au transfert modal.

## 5. Réponses aux questions de l'interpellation

Nous répondons maintenant aux questions proprement dites des interpellateurs.

*5.1.1 Combien de places de parc en surface situées sur le domaine public ont-elles été supprimées au centre-ville et aux Jeunes-Rives ces 20 dernières années ? (Par centre-ville, il est entendu ici la zone située entre la ruelle William-Mayor à l'ouest, les voies de chemin de fer au nord, la ruelle Vaucher et la rue P.L.-Coulon à l'est, et le lac au sud).*

Les chiffres indiquent que l'évolution du nombre global de places de stationnement publiques est resté stable en ville entre 1992 et 2012: il y en avait 10'595 en 1992 et 10'589 à fin 2012, soit 6 de moins.

Ce qui a changé, ce n'est pas tellement le nombre de places de parc que leur localisation et leur tarification, dans la mesure où les places supprimées en surface ont été remplacées par des places dans des parkings en ouvrage payants, plus chers. Au niveau du nombre de places, 2283 places ont ainsi été créées pour en remplacer 2289.

On a donc globalement une diminution de 6 places, ce qui correspond de fait au statu quo. La figure 2 rend compte de cette évolution<sup>12</sup>.

Evolution des places publiques de stationnement entre 1992 et 2013 en ville de Neuchâtel						
Année	Places en surface	Places en parking	Total	Places supprimées	Places créées	Différence
1992	10'200	395 (parking Seyon)	10'595			
2013	7'911	2678 (395+2283)	10'589	2289	2283	-6

Source: rapport Boss du 27.09.2002 / Etude 1992-2002 Observatoire du stationnement pour Expo 02 / Police de la ville

Figure 2 : comparaison du nombre de places publiques de stationnement entre 1992 et 2013

Les parkings en ouvrage ont été construits souvent en parallèle à la suppression de places en surface :

- parking du Seyon lors de la création de la zone piétonne (1979) ;
- parking Pury (1990) au moment de la suppression du stationnement à la place des Halles et au Coq d'Inde ;
- parking du Port (1999) au moment de la suppression du stationnement en surface et de l'aménagement de l'esplanade Léopold-Robert.

Ces trois parkings sont situés véritablement à l'entrée de la zone piétonne et commerciale de la ville, ce qui permet d'accéder au mieux aux commerces.

Parkings couverts payants	
Parking de la Gare	172
Parking du Seyon	395
Parking Ecluse 2000	150
Parking Pury (+3 dir-3 inv-6 smarts)	409
Parking du Port	418
Parking de la Maladière (930 dont 66 SIS)	864
Parking P+R CFF / Espace de l'Europe	270
<b>Total</b>	<b>2678</b>

Figure 3 : nombre de places de stationnement dans les parkings couverts

De plus, ces chiffres ne tiennent pas compte des places de parc

<sup>12</sup> Chiffre 1992 : source rapport Boss du 27.09.2002 / Etude 1992-2002 Observatoire du stationnement pour Expo 02. Chiffre 2013 : Police de la Ville

réalisées sur domaine privé, en lien généralement avec des nouvelles constructions ou des démolitions-reconstructions, qui ont augmenté de manière sensible. Au niveau communal, le nombre de places de parc privées a passé de 15'475 à 16'885 entre 1992 et 2002, soit une augmentation de 1'410 ou 9.1 %.

Pour le centre-ville, le nombre de places de parc privées passe entre 1992 et 2002 de 1'481 à 2'220, soit une augmentation de 719 ou 49,9%.<sup>13</sup> Nous n'avons pas de statistiques plus récentes à ce sujet.

Le nombre de places de parc en surface existantes sur domaine public dans le centre-ville tel que défini par les interpellateurs est de 1663 en février 2013.

Bien que nous n'ayons pas le nombre de places de parc exact dans le même périmètre en 1992, nous pouvons dire qu'il y a eu sur la place du Port 194 places supprimées, au Quai Léopold Robert 33 (compensées dans le parking du Port), au sud de la place des Halles 39, au Coq-d'Inde 25 (compensées dans le parking Pury), aux Jeunes-Rives 200 (300 places aujourd'hui contre 500 avant expo.02), à la rue du Concert 7, à la Rue des Fausses-Brayes 6, à la ruelle Vaucher 10, soit 514 places de moins en surface.

Concernant la tarification, on voit dans la figure 4 que les prix en ville de Neuchâtel restent plus bas que dans les villes de Bienne, Berne et Lausanne.

---

<sup>13</sup> Ville de Neuchâtel, observatoire 2002 du stationnement, rapport intermédiaire et annexes, 28 octobre 2012

Tarifs de stationnement			
<b>Neuchâtel</b>	Domaine public		CHF 1.- / h (1ère 1/2h gratuite)
	Parking du Port		CHF 1.- / 1/2h
			CHF 2.- / 1h
			CHF 3.- / 1h 1/2
			CHF 4.- / 2h
<b>Bienne</b>	Domaine public (même tarif qu'en parking)		CHF 1.- / 1/2h (max. 1h1/2 ou 2h)
	Parkings couverts		CHF 2.- / h
<b>Lausanne</b>	Domaine public	centre	CHF 3.- / h
	Domaine public	périphérie	CHF 2.50 / h
	Parking Riponne		CHF 2.- / 1/2h
			CHF 3.- / 1h
			CHF 4.- / 1h 1/2
		CHF 5.- / 2h	
<b>Berne</b>	Zone bleue	visiteurs	CHF 9.- / 4 heures
			CHF 16.- / 24 heures
	Parking Rathaus		CHF 1.80 / 1/2 h
			CHF 3.60 / 1h
			CHF 0.90 / 1/4 d'h en plus

Figure 4 : tableau comparatif des tarifs de stationnement

Le déplacement du stationnement est un phénomène général qui s'observe dans toutes les villes. Comme on l'a vu dans les exemples présentés, il répond à la nécessité de remettre en valeur les espaces publics, de rendre la qualité de vie au centre plus attractive et de redistribuer l'espace en faveur d'autres modes de déplacement que la voiture.

Aujourd'hui, on ne peut plus imaginer garantir l'attractivité d'un centre ville et une image positive de celui-ci sans se soucier de repenser la place dévolue à la voiture en surface et revaloriser les espaces publics.

Qui oserait imaginer la place des Halles et la rue du Coq d'Inde faisant office de parking au lieu d'être dédiées au marché et aux terrasses de café, l'Esplanade Léopold Robert recouverte de voitures plutôt que d'être un espace dédié aux sculptures, les salles de sport de la Riveraine utilisées par un parking plutôt que pour les besoins des clubs et autres activités sportives ?

Les photos ci-dessous illustrent l'évolution de l'aménagement des espaces publics au cours du 20<sup>ème</sup> siècle.



Figure 5 : photo de la rue de l'Hôpital au début du 20<sup>ème</sup> siècle



Figure 6 : photo de la rue de l'Hôpital dans les années 70



Figure 7 : photo de la rue de l'Hôpital réaménagée en zone piétonne en 1980

*5.1.2 Une étude a-t-elle été menée sur les conséquences de ces suppressions sur les commerces du centre-ville de Neuchâtel et leur attractivité ? Et sur l'impact sur le chiffre d'affaires de ces commerces ? Si oui, quels en sont les résultats ?*

Dans le cadre de l'Observatoire du stationnement mis en place dès 2001, deux enquêtes ont été réalisées par l'institut lausannois MIS Trend en 2002 et 2004. Elles portaient sur les comportements en matière de mobilité à destination du centre-ville. Il s'agissait de collecter des indications sur les modes de déplacement utilisés et sur l'évolution des comportements en lien avec le stationnement et la concurrence des grandes surfaces.

Ces études ont permis de rassembler des informations et de mettre en évidence des différences de comportement entre les habitants de la ville et ceux des autres communes, d'une part, les hommes et les femmes, d'autre part.

Il apparaît que les habitants de la ville fréquentent davantage le centre-ville que les habitants des autres communes (plus on habite loin du centre, moins on le fréquente) et que les habitants de la ville utilisent moins la voiture pour se rendre au centre.

En ce qui concerne les hommes, ils privilégient davantage la voiture que les femmes. Celles-ci vont plus volontiers au centre-ville et se déplacent plus facilement en transports publics.

L'accessibilité en voiture et les facilités de stationnement sont des critères importants. Toutefois, comme le montrent les figures 8 à 11 ci-dessous, d'autres critères entrent également en ligne de compte: la qualité et la diversité de l'offre, la qualité de l'accueil, la relation client-vendeur, le cadre et l'ambiance, l'accessibilité en transports publics, le plaisir de flâner, les rencontres.

## Importance de quelques critères dans le choix du lieu des achats

(Base : 503 personnes représentatives âgées de 18 à 74 ans et habitant Neuchâtel, son agglomération Est & Nord-Ouest, le Littoral et le Val-de-Ruz)

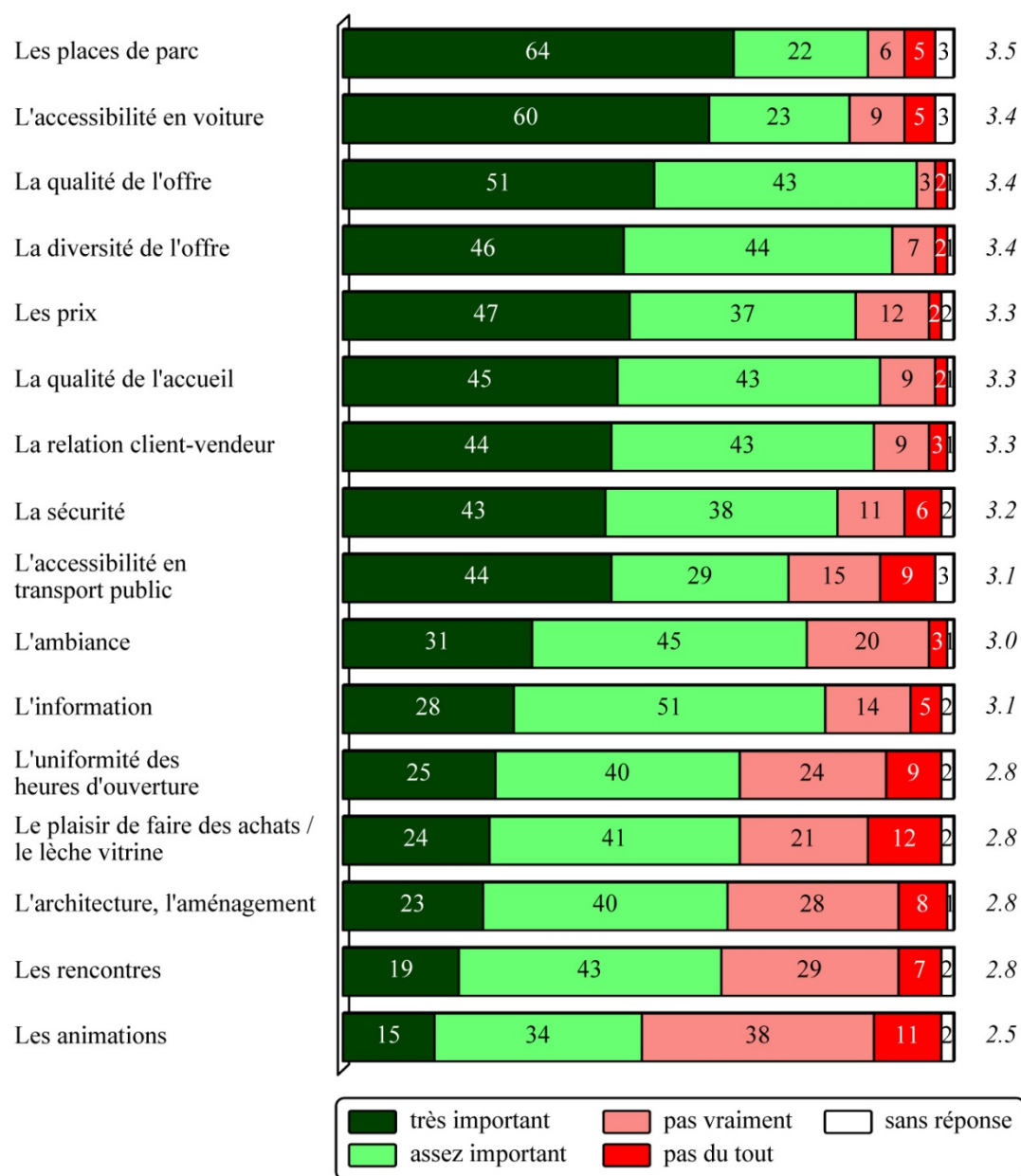


Figure 8 : illustration des critères qui guident le choix du lieu des achats

## Préférence entre le centre-ville et les centres commerciaux pour ...

(Base : 503 personnes représentatives âgées de 18 à 74 ans et habitant Neuchâtel, son agglomération Est & Nord-Ouest, le Littoral et le Val-de-Ruz)

Selon l'âge

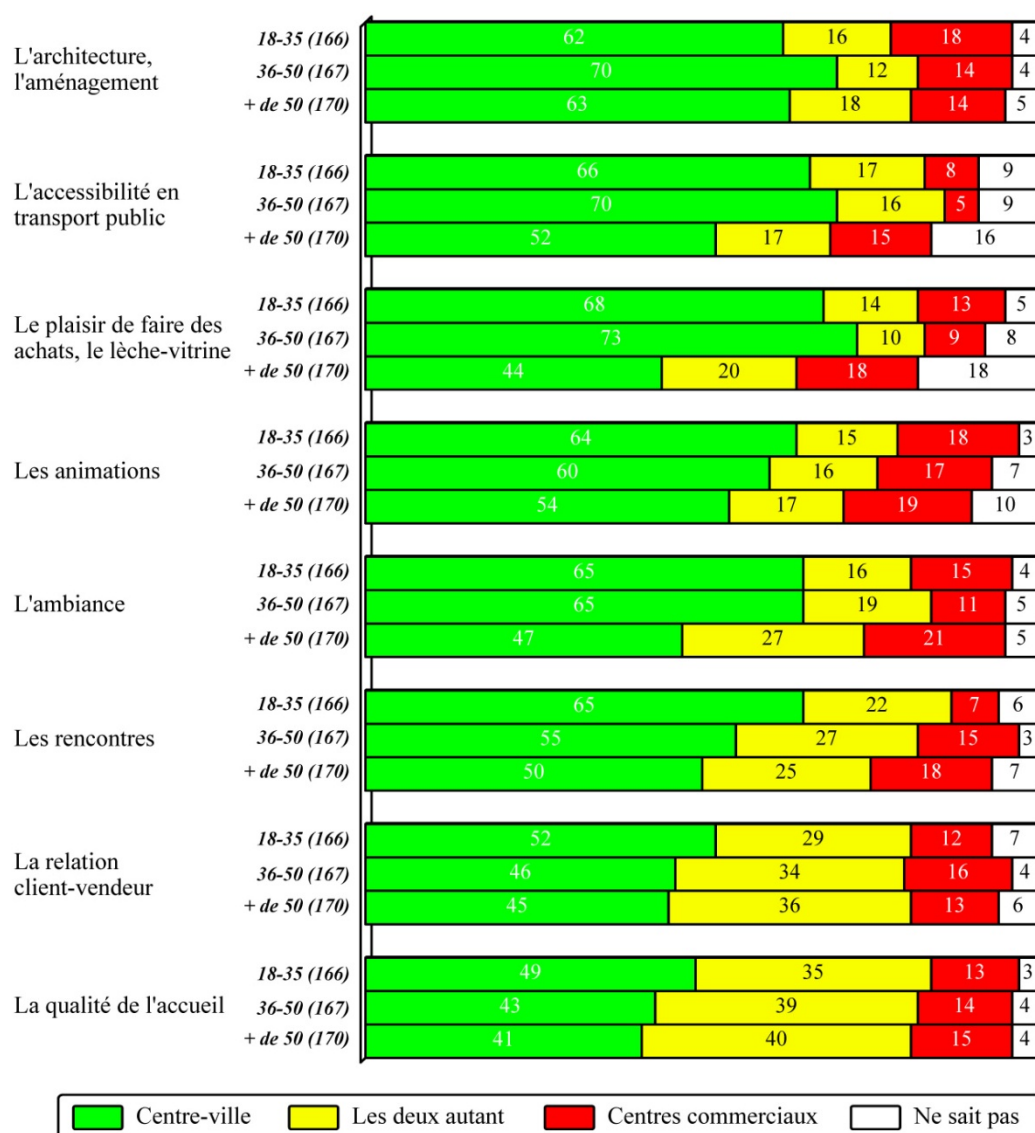


Figure 9 : illustration des critères d'attractivité du centre-ville par rapport aux centres commerciaux

## Préférence entre le centre-ville et les centres commerciaux pour ...

(Base : 503 personnes représentatives âgées de 18 à 74 ans et habitant Neuchâtel, son agglomération Est & Nord-Ouest, le Littoral et le Val-de-Ruz)

Selon l'âge

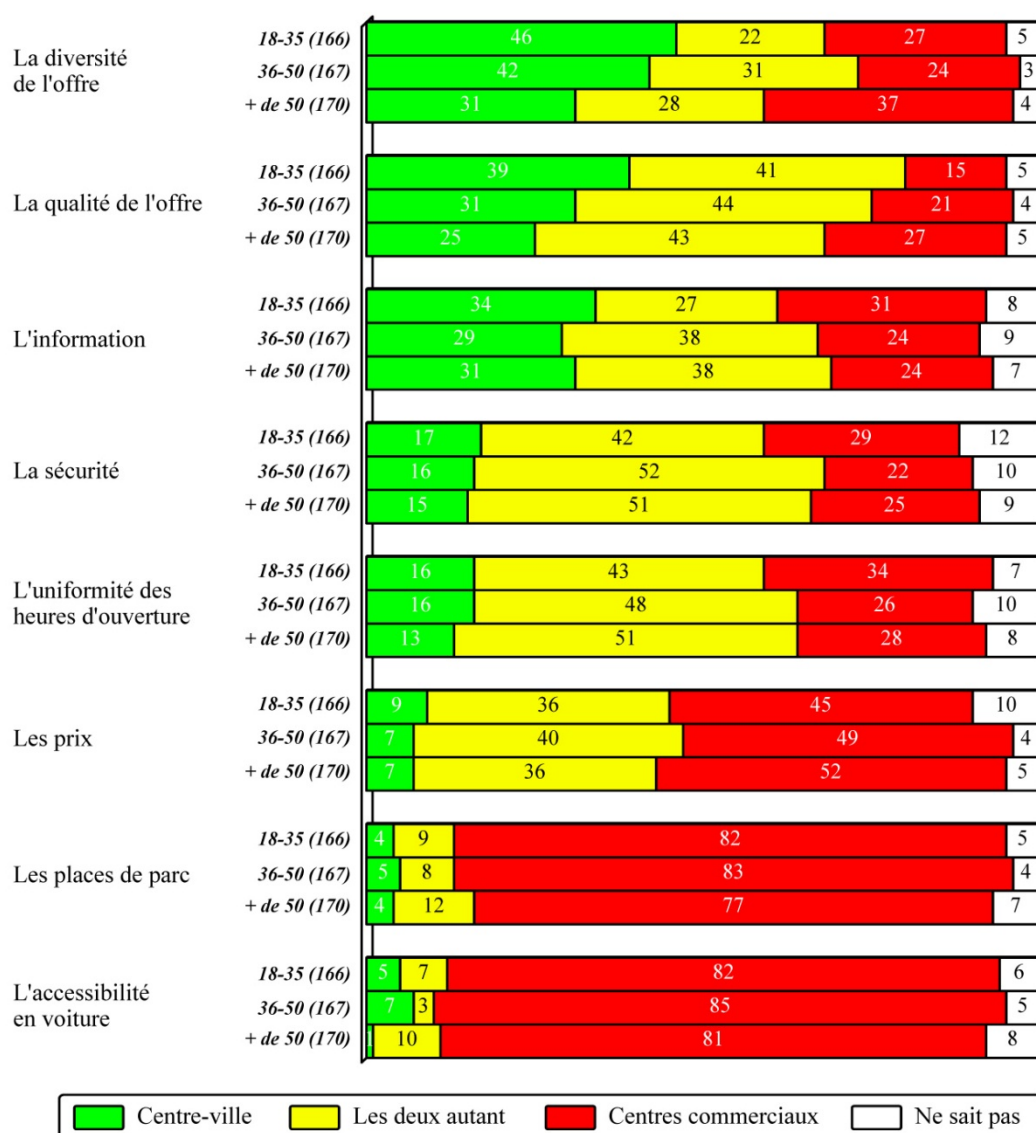


Figure 10 : suite des critères de la figure 9

## Les points forts et les points faibles du centre-ville de Neuchâtel

(Base : 503 personnes représentatives âgées de 18 à 74 ans et habitant Neuchâtel, son agglomération Est & Nord-Ouest, le Littoral et le Val-de-Ruz)

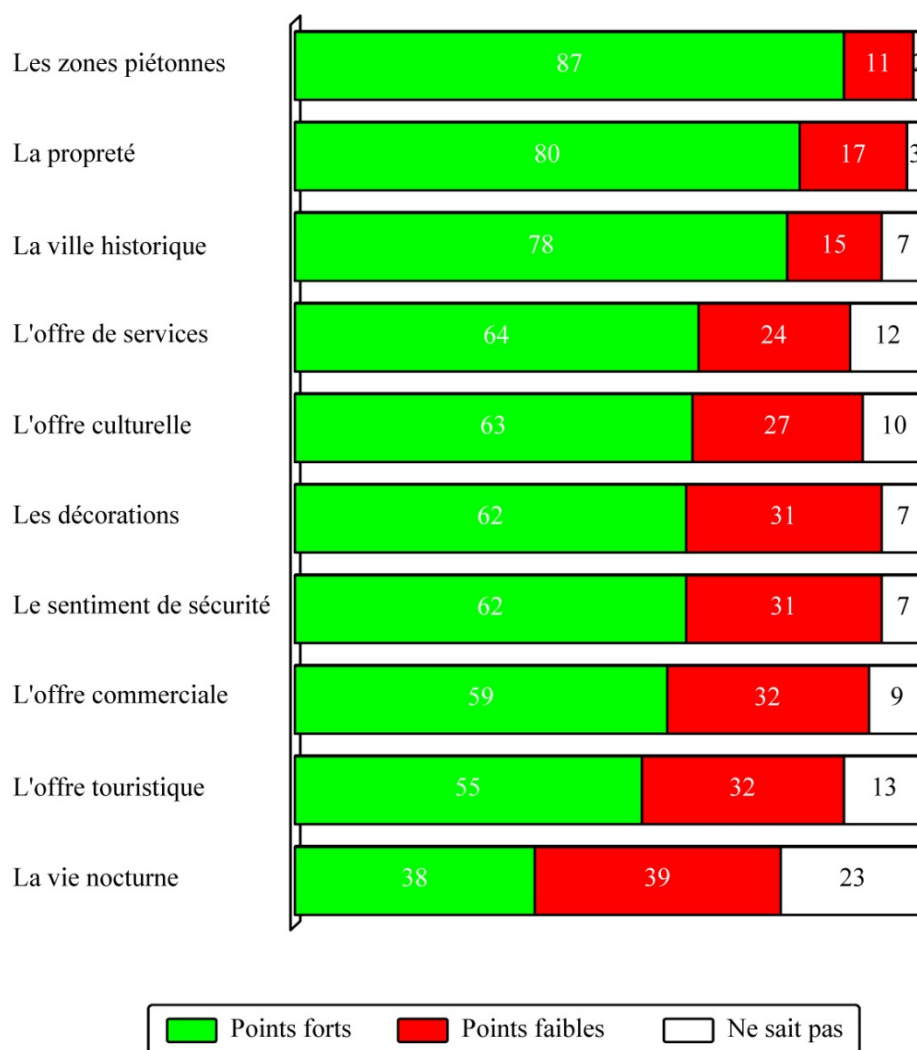


Figure 11 : illustration des points forts/faibles du centre-ville

Les achats alimentaires hebdomadaires et les achats concernant l'électroménager ont principalement lieu dans les centres commerciaux. Par contre, les commerces du centre-ville sont préférés pour les achats de musique, de lecture, de luxe, et les achats nécessitant les conseils d'un spécialiste. Le centre-ville est aussi préféré quand il s'agit d'aller au restaurant ou pour les activités de loisirs.

Concernant l'accessibilité du centre en voiture, les avis des personnes interrogées sont partagés : certaines souhaitent que le trafic soit limité, d'autres au contraire qu'il soit favorisé. La majorité souhaite le statu quo. Tout le monde s'accorde par contre sur la nécessité d'améliorer l'offre de transports publics.

En 2012, votre Autorité a constitué la Commission du développement économique, l'objectif principal étant d'améliorer l'attractivité économique du centre-ville. Le Conseil communal a également entamé une réflexion globale sur le sujet. Avec le concours de la HE-Arc, il a organisé une journée de réflexion avec ses cadres concernant l'avenir du centre-ville. Celle-ci a débouché sur la mise en place d'ateliers de travail avec les commerçants et des représentants de la Commission précitée. Ces rencontres ont eu lieu en février et mars 2013. Les échanges ont été constructifs et ont abouti à un consensus sur une mission, une stratégie et une organisation pour la suite. Le processus de redynamisation du centre-ville est donc en cours. La Commission du développement économique sera prochainement informée du résultat de la démarche initiée. Elle sera également étroitement associée par notre Autorité à la suite des travaux.

*5.1.3 De telles études ont-elles été menées dans d'autres villes de Suisse à la connaissance du Conseil communal ? Avec quel résultat ?*

La réponse a été donnée au chapitre 3.

*- Quelle est l'opinion des commerçants sur la question de la suppression des places de parc sur le domaine public et leur remplacement par des parkings en ouvrages privés et payants ?*

De manière générale, les commerçants ne sont pas favorables au remplacement de places de parc en surface par des places situées dans des parkings en ouvrage, en tous cas dans un premier temps.

Il n'en va pas autrement à Neuchâtel, ceci à cause de la tarification qui n'est pas la même en surface et dans les parkings, de la concurrence des grandes surfaces dont les tarifs de stationnement sont très attractifs et du sentiment de sécurité des usagers qui est, en général, moins bon dans les parkings en ouvrage.

*5.1.4 Combien de places de parc en surface est-il prévu ou envisagé de supprimer encore dans les 10 prochaines années sur le domaine public dans cette zone? Lesquelles sont concernées ?*

Concernant l'évolution future du stationnement au centre-ville, des informations chiffrées seront communiquées à votre Conseil, en lien avec le rapport de demande de crédit d'étude pour la phase de projet du réaménagement des Jeunes-Rives et de la suite du projet Numa-Port.

La volonté du Conseil communal est de garder une offre de stationnement quantitativement comparable et qualitativement plus attractives pour les clients des commerçants (parking en ouvrage, évolution de la tarification) à l'offre existante et de prendre des options pour le futur sur la base de réflexions globales concernant la mobilité.

Au niveau de l'offre de places de stationnement, il est important de noter que ce n'est pas seulement le nombre de places de parc qui compte, mais également la gestion de celles-ci. Pour un même nombre de places, l'offre varie en fonction de la durée maximale de stationnement. Une place illimitée dans le temps peut être occupée par un seul usager au cours d'une journée, alors que la même place limitée dans le temps peut servir à plusieurs usagers de courte ou moyenne durée. Cela signifie qu'en déplaçant le stationnement longue durée pour les pendulaires aux entrées de la ville et en limitant la durée du stationnement au centre-ville, on met les mêmes places à disposition d'un plus grand nombre d'usagers. Une telle évolution, illustrée dans la figure 12, est favorable aux commerces du centre. Elle doit cependant être vérifiée en termes de nuisances, puisque les études d'impact sur l'environnement se basent sur le nombre journaliers de mouvements de véhicules.

■ Principe de base de la gestion des places

- 2 places de stationnement
- des voitures parquées durant 10 heures

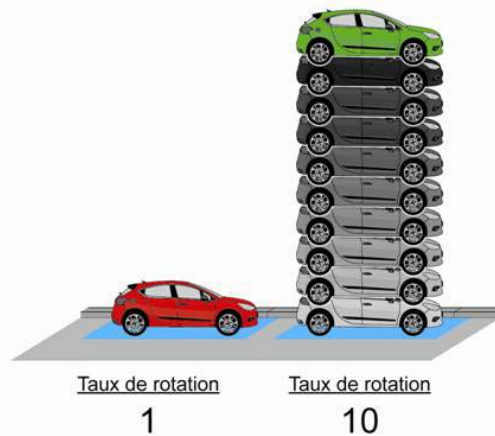


Figure 12 : gestion des places de stationnement

*5.1.5 Est-il prévu de supprimer toute place de parc à moyen ou long terme dans cette zone ? Ou alors est-il peut-être prévu de remplacer les places supprimées dans le futur?*

Nous ne prévoyons pas de supprimer toute place de stationnement au centre-ville à court ou moyen terme, les décisions à ce sujet étant par ailleurs du ressort de votre Autorité. Nous souhaitons par contre continuer d'améliorer la qualité de l'aménagement de l'espace public de notre ville, afin de la rendre encore plus attractive pour les citoyens et les visiteurs, donc aussi pour les commerces.

Ce qui veut dire que nous continuerons de proposer la réalisation de parkings en ouvrage à la place de places de parc en surface, dans la mesure où cela est économiquement, environnementalement et socialement positif (« *durabilité* » des places de parc). Des réflexions sur la gestion des places de parc nouvelles doit donc être entreprise.

*5.1.6 Serait-il possible de mettre à disposition l'évolution du décompte des places de parc contenu dans le document « Places de stationnement en ville au 29.03.2012 » disponible sur le site [www.policeneuchatel.ch](http://www.policeneuchatel.ch) depuis qu'un tel décompte est établi ?*

Pour le moment, le décompte du nombre de places de stationnement est actualisé périodiquement par la police et accessible sur son site Internet.

L'évolution du nombre de places, par contre, n'apparaît pas puisque le document est mis à jour. Le fichier excel est maintenant actualisé régulièrement et nous gardons les versions antérieures. A l'avenir, nous pourrions donc donner l'évolution du nombre de places de parc disponibles.

Par ailleurs, des améliorations sur la localisation des places de parc, en ouvrage ou publiques, par le « *téléjalonnement* », permettrait d'améliorer leur gestion. En effet, si l'utilisateur sait où aller parker, cela rend le choix plus facile, et en ayant l'information objective du nombre de places de parc disponibles, cela permet aussi d'éviter beaucoup de trafic parasite dans les quartiers.

## 6. Conclusion

Les résultats de ces différentes études concordent et mettent en évidence le fait que l'accessibilité en voiture et le stationnement, bien qu'importants, ne sont pas les seuls critères à prendre en compte pour rendre un centre-ville attractif et garantir le maintien du chiffre d'affaires des commerçants. Plusieurs autres éléments entrent en ligne de compte comme la qualité et la diversité de l'offre, la qualité de l'accueil, la relation client-vendeur, le cadre et l'ambiance, l'accessibilité en transports publics, le plaisir de flâner, les rencontres.

Le décalage entre les effets des réaménagements mesurés objectivement et leur perception ainsi que le changement de perspective des automobilistes entre le moment où ils sont au volant de leur voiture et où ils ont passé au statut de piéton est à relever. De même que l'influence relative des réaménagements sur les changements de comportement.

Alors que l'accessibilité en voiture se trouve généralement au centre des préoccupations, les études mettent en évidence l'importance d'une offre en transports publics de qualité, dont la desserte passe au cœur des aménagements piétonniers.

Si à partir des années soixante le développement urbain s'est fait autour de la voiture, les nuisances dues à l'augmentation du nombre de véhicules ont conduit dès les années quatre-vingt à une prise de conscience de la nécessité d'inverser la tendance. Aujourd'hui, les aménagements urbains visent à réduire l'emprise de la voiture en ville et à encourager des modes de déplacement alternatifs.

Pour rendre les espaces publics attractifs, il est nécessaire de mieux prendre en compte les besoins des piétons et des cyclistes, des éléments trop souvent négligés du fait du manque de données permettant de quantifier ces catégories d'usagers.

Les succès enregistrés dans diverses villes confirment le fait que les zones piétonnes et les espaces publics réaménagés de manière à en améliorer la qualité de séjour et d'usage permettent de répondre à la nouvelle sensibilité des habitants au cadre de vie. De tels espaces peuvent exercer une influence extrêmement bénéfique sur l'attractivité du centre, constituer un outil de promotion de celui-ci et améliorer sa compétitivité par rapport aux grandes surfaces commerciales périphériques.

Il est réjouissant de voir, sur la base de ces études présentées, que les commerçants du centre-ville ont des atouts à faire valoir face aux centres commerciaux de la périphérie.

Cependant, l'accessibilité au centre-ville en voiture reste un élément important pour le centre-ville, et l'évolution globale du nombre de places de parc en ville de Neuchâtel montre que, contrairement à l'impression que l'on peut avoir, leur nombre est resté stable. C'est donc bien sur la gestion des places de parc qu'il faut agir, puisque ce qui est important n'est pas tellement le nombre de places de parc en chiffres absolus que leur gestion. Il s'agit donc de trouver un équilibre entre le développement des transports publics, de la mobilité douce et des transports publics d'une part, afin de leur donner la priorité, tout en maintenant l'accessibilité aux commerces, notamment par le développement de places de parc de courte et moyenne durée, ce qui a été fait ces dernières années. Simultanément, l'attractivité de l'offre commerciale se doit d'être développée.

A la suite du résultat négatif du référendum du 3 mars 2013 sur le réaménagement de la place Numa-Droz, nous souhaitons aller de l'avant avec un état d'esprit constructif, en tirant les enseignements qui permettront de rassembler l'ensemble des acteurs du Centre-ville.

Convaincu de l'importance du dialogue, nous avons rencontré le Comité référendaire, le 29 avril. Nous souhaitons également discuter avec le comité de soutien au projet Numa-Droz. Nous entendons en effet instituer un partenariat avec tous les acteurs de la mobilité et les commerçants. Ils font par ailleurs partie dorénavant de la Commission des transports et de la mobilité. Nous sommes convaincus qu'ensemble,

il sera possible de réaliser ce que chacun, seul, ne pourrait pas faire. Plusieurs expériences, dont le programme « Neuchâtel roule », par exemple, illustre ce principe. Nous avons par ailleurs collaboré avec certains d'entre eux dans le cadre du « Printemps de la mobilité », salon de la mobilité organisé sur le place du port les 26 et 27 avril 2013, dans le cadre d'un partenariat entre Vitéos, le TCS et la Ville de Neuchâtel.

Notre Autorité est confortée dans sa volonté de revaloriser les espaces publics afin de renforcer l'attractivité de la ville en général et de son centre en particulier, tout en garantissant une bonne accessibilité pour l'ensemble des moyens de transport.

C'est dans cet esprit que nous vous prions, Monsieur le Président, Mesdames, Messieurs, de prendre acte de la présente réponse à l'interpellation 12-611.

Neuchâtel, le 29 avril 2013

AU NOM DU CONSEIL COMMUNAL:

Le président,

Le chancelier,

Pascal Sandoz

Rémy Voirol