

**Réponse à la question n° 331
de Mme Margaret Collaud (Le Centre/PVL)
relative à la vacance commerciale en ville de Fribourg**

Résumé de la question

En séance du Conseil général du 7 avril 2025, Mme M. Collaud a posé des questions relatives à la vitalité, l'attractivité de la Ville en lien avec les commerces de la restauration et les services. Les cinq questions liées sont les suivantes:

Réponse du Conseil communal

1. Quelle est la situation de vacance actuelle?

La vacance commerciale en ville de Fribourg demeure stable. Selon le rapport 2024 d'analyse de la vacance en rez-de-chaussée, le taux de vacance nette s'élève à 4,5% (octobre 2024), un chiffre considéré comme modéré et sain. Cette stabilité reflète un équilibre global entre l'offre et la demande en surfaces commerciales sur le périmètre.

Le taux de vacance brute, quant à lui, atteint 7,8%, un niveau plus élevé principalement en raison de trois facteurs identifiés par le Secteur du développement économique:

- Le manque d'affichage visible indiquant la disponibilité de certains locaux;
- La présence de locaux en cours de transformation;
- Ou encore des changements d'affectation.

La demande, notamment pour des surfaces bien équipées et immédiatement exploitables au centre-ville, reste supérieure à l'offre disponible. Ces résultats confirment la résilience du marché, tout en soulignant la nécessité de renforcer la transparence sur la disponibilité effective des espaces commerciaux. Ce point est notamment abordé en réponse à la question 3.

2. Les zones touristiques ou d'intérêts prépondérants pour la qualité et la vivacité de la ville bénéficient-elles d'un traitement spécial ou d'incitations particulières pour éviter les locaux inoccupés?

À ce jour, la Ville de Fribourg ne dispose d'aucun mécanisme contraignant permettant d'imposer une affectation particulière ou prioritaire aux locaux situés en zone touristique ou d'intérêts prépondérants. Bien que certaines mesures incitatives aient été mises en œuvre pour renforcer l'attractivité dans ces périmètres, telles que la reconnaissance de la zone touristique – Bourg, Auge, Neuveville, rue de Lausanne et rue Saint-Michel – permettant une extension des horaires

d'ouverture des commerces, ou la facilitation administrative liée à l'installation de terrasses, la Ville ne bénéficie pas, à l'heure actuelle, d'outils normatifs permettant une gestion différenciée et ciblée de l'occupation commerciale de ces zones.

À titre de comparaison, la Ville de Carouge a adopté une approche plus directive grâce à son Plan d'utilisation du sol (PUS) et au règlement d'application spécifique au secteur du Vieux-Carouge et de ses environs. Ce dispositif, approuvé par le Conseil d'État, confère à la commune un droit de regard systématique sur l'évolution des affectations dans le périmètre concerné. L'article 8 du règlement prévoit notamment que tout changement d'affectation doit être approuvé par le Conseil administratif, ce qui permet à la Ville de préserver un équilibre harmonieux entre habitat, activités commerciales et artisanales, en particulier dans les zones à forte valeur patrimoniale et identitaire.

Une mesure incitative a été toutefois expérimentée entre 2020 et 2022 en ville de Fribourg sous la forme du projet pilote de la Régie culturelle, visant à valoriser temporairement les espaces commerciaux vacants par des projets artistiques dans le cadre du programme valorisation de la vieille ville. Ce dispositif a permis de soutenir 118 artistes ou collectifs, d'accueillir 56 projets culturels et de générer 859 jours d'occupation effective dans divers locaux répartis dans les quartiers du Bourg, de Pérolles et du Jura. Dotée d'un budget annuel de CHF 200'000.-, cette initiative a également contribué au rayonnement de la Ville au niveau national. Elle se poursuit aujourd'hui sous une nouvelle forme avec le Labo urbain.

Cependant, cette démarche, bien qu'intéressante du point de vue de l'animation urbaine, ne saurait se substituer à un outil de régulation durable et ciblée des surfaces commerciales vacantes.

3. Selon les réponses au postulat précité, il a été identifié que parfois, ce sont la volonté ou la capacité des propriétaires qui bloquaient la mise à disposition de locaux commerciaux. Des incitations spécifiques ont-elles été développées pour pallier cela?

Non, il n'existe pas de dispositif d'incitation spécifique destiné à encourager les propriétaires à mettre leurs locaux sur le marché. Par ailleurs, la future stratégie de développement économique en cours d'élaboration a pour ambition de répondre à ce défi en envisageant des pistes d'action ciblées dans le respect du cadre légal. A titre d'exemple, la Ville de Bienne a édicté un règlement sur l'utilisation temporaire d'espaces vacants, obligeant les propriétaires à annoncer tout espace vacant sur le territoire communal.

4. Le postulat n° 20 (2021-2026) demandait de tenir à jour une liste des surfaces commerciales libres et leurs spécificités. En sus du guichet unique pour entreprises qui a été mis en place, est-ce qu'un registre ou une plate-forme informatique de recensement des surfaces commerciales vides est disponible? Est-elle accessible aux personnes intéressées? Si oui, par quel biais?

Il n'existe à ce jour aucun registre ou plate-forme publique en ligne recensant en temps réel les locaux commerciaux vacants. Toutefois, le Secteur du développement économique tient à jour une base de données interne regroupant les surfaces disponibles, laquelle est mise à disposition sur simple demande. Toute sollicitation adressée à l'Administration est ainsi orientée vers ce Secteur, qui assure un traitement réactif et personnalisé. Ce dispositif a démontré son efficacité, plusieurs porteurs de projets ayant pu être accompagnés de manière ciblée et orientés vers des surfaces correspondant à leurs besoins.

5. L'accessibilité à ces surfaces pour les clients, fournisseurs, collaborateurs bénéficie-t-elle d'une attention particulière pour s'assurer que les conditions d'accès soient optimales et donc attractives pour l'occupation des locaux?

Oui, la question de l'accessibilité, qu'il s'agisse de clients, de fournisseurs ou de collaborateurs, est régulièrement thématiquée, notamment dans le cadre des échanges avec les milieux commerçants et des projets d'aménagement urbain. Plusieurs initiatives visent à améliorer les conditions d'accès aux commerces, comme le projet de téléjalonnement actuellement à l'étude par l'Agglomération.