



LA CHAUX/DE/FONDS

METROPOLE HORLOGÈRE
UHRENMETROPOLE
METROPOLI OROLOGIERA
WATCHMAKING METROPOLIS

Rapport d'information du Conseil communal

relatif à la création du Réseau Centre-Ville et en réponse à la motion de M. Laurent Iff et consorts "Stoppons la fermeture des petits commerces en ville"

(du 8 septembre 2010)

au Conseil général

de la Ville de La Chaux-de-Fonds

Monsieur le président,
Mesdames les conseillères générales,
Messieurs les conseillers généraux,

Préambule

Depuis plusieurs années, les villes suisses tentent de revitaliser leur centre-ville par des procédés divers. Le recours à des "city-managers" a tendance à s'accroître, avec à la clé, plus ou moins de succès. Il existe cependant d'autres moyens de valoriser un centre-ville et la Ville de La Chaux-de-Fonds a décidé de procéder de manière alternative et évolutive depuis plusieurs années et enregistre des résultats favorables.

Elle a décidé de favoriser les projets transversaux et les partenariats plutôt que de centraliser les pouvoirs aux mains de personnes éloignées de la réalité du terrain.

Par le présent rapport, le Conseil communal entend vous informer de l'un de ces projets, à savoir de la création du *Réseau Centre-Ville* et de ses implications.

Il entend du même coup répondre à la motion Laurent Iff "stoppons la fermeture des petits commerces en ville", du 26 octobre 2005, dont il propose le classement.

Historique

La Ville de La Chaux-de-Fonds travaille depuis plusieurs années à valoriser son centre-ville et à créer des synergies entre ses acteurs. En plus du travail réalisé en étroite collaboration avec les associations de commerçants et avec les groupements privés qui désirent créer des animations, la volonté des autorités a notamment pris la forme d'un groupe de travail « Animations Centre-Ville » regroupant plusieurs acteurs commerciaux du centre-ville et animé par le Service économique.

De nombreuses idées et élans sont ressortis des différentes discussions de ce groupe de travail. Celui-ci s'est cependant souvent heurté à la question récurrente de l'identité du centre-ville. Où est le centre-ville ? Qui en fait partie ? Qui rassemble les informations le concernant ? Avec quelle image communique le centre-ville ? etc.

Pour tenter de répondre à ces questions, le Service économique de la Ville, après avoir analysé ce qui se faisait dans les autres villes et pris conseil auprès des milieux intéressés aussi bien administratifs que privés, a entamé une réflexion sur un concept alternatif de "city management" (ou gouvernance de centre-ville) mêlant communication, développement d'image, sentiment d'appartenance, valorisation et gestion. En effet, il est apparu de plus en plus évident que le centre-ville doit pouvoir bénéficier d'un outil spécifique de mise en valeur. Ces réflexions ont abouti à la création du *Réseau Centre-Ville*, projet qui a été rendu public il y a un peu plus d'une année mais dont le concept évolue et a été affiné depuis deux ans et demi au sein de groupes de travail et des services de l'administration.

Constat

Le centre-ville est un périmètre très spécifique pour la Ville. Il rassemble des fonctions que l'on ne trouve nulle part ailleurs sur le territoire communal et qui sont destinées à toute la population de la ville et des régions avoisinantes, et pas seulement aux habitants du quartier.

De plus, on retrouve dans ce périmètre une grande densité et une grande diversité d'acteurs et chacun d'eux assure une fonction particulière. Le centre-ville est donc en quelque sorte un ambassadeur dont les qualités et l'image ressurgissent sur l'ensemble du territoire communal.

Ce lieu spécifique qui est le plus grand pôle commercial de la Ville demande donc une action de marketing urbain particulière. Cette spécificité ne sous-entend pas pour autant que les autres périmètres de la Ville doivent être délaissés. Ceux-ci font évidemment toujours partie des préoccupations du Conseil communal et des services communaux car ils représentent des lieux de vie et d'échanges importants. Ils demandent toutefois d'autres types d'actions.

Buts

Le *Réseau Centre-Ville* a pour but de valoriser un périmètre en créant des synergies entre les acteurs qui le composent (acteurs culturels, acteurs touristiques et commerciaux [cafés, restaurants, hôtels, commerces de détails, supermarchés, chaînes de distribution, franchisés, prestataires de services], acteurs administratifs). Il s'agit également de donner une image forte au centre-ville, à laquelle la population, aussi bien chaux-de-fonnière que des communes avoisinantes, peut se rattacher. Ainsi la Ville de La Chaux-de-Fonds peut jouer à part entière son rôle de pôle régional, mettant ainsi en valeur son attractivité.

Le réseau a également pour but de faciliter la communication entre les "membres" et de favoriser ainsi l'émergence de nouveaux projets pour le centre-ville. C'est un outil d'accompagnement d'idées créatrices qui permet aux spécificités de s'exprimer. Cela consiste en la mise en valeur de l'existant mais surtout en un support pour le développement futur du centre-ville.

En plus de ces activités liées au marketing urbain, le *Réseau Centre-Ville* a pour but d'améliorer la gestion du centre-ville et d'essayer de susciter et de coordonner au mieux les actions des uns et des autres. Citons à titre d'exemple les initiatives du CID (association du commerce indépendant de détail) de proposer à ses "membres" d'accueillir leurs clients par un tapis rouge à l'entrée de leur commerce pendant une période de l'année ou la première "farfouille" organisée le 4 septembre dernier, toutes deux révélatrices d'une nouvelle dynamique de la part des commerçants du centre-ville.

Le réseau n'a donc pas l'ambition d'animer lui-même le centre, aux plans commercial, sportif ou culturel comme on peut le retrouver dans le "city-management" classique. Il peut toutefois, comme relevé plus haut, servir de support à la réalisation de projets.

Cette façon d'appréhender la thématique du centre-ville est en partie un changement de paradigme par rapport aux réflexions passées. En effet, les activités ne visent plus de façon directe à valoriser un groupe d'activités économiques précis, mais à mettre en valeur un périmètre urbain particulier. La collectivité, en améliorant l'identité et l'attractivité de ce périmètre en lien avec les fonctions qu'elle veut lui donner ou lui confirmer, valorisera par « ricochet » l'ensemble des acteurs, puis la Ville dans son entier.

Périmètre

Il est compliqué de définir clairement un périmètre du centre-ville. En effet, plusieurs critères de délimitation sont envisageables que ce soit la ville historique, les axes de communication, les activités commerciales, l'implantation de l'administration, etc. De plus, le périmètre d'un centre-ville est susceptible d'évoluer dans le temps au gré des aménagements urbains par exemple, ou du déplacement de certaines activités clés. Toutefois, afin d'effectuer un marketing urbain de qualité et performant et de donner une image forte à un lieu, il s'agit de le définir. Les réflexions menées conjointement avec des acteurs privés et de l'administration ont évolué pour atteindre le périmètre décrit ci-dessous. Ce dernier est donc aujourd'hui défini mais pas figé dans le temps.

La démarche a consisté tout d'abord à définir les différents usagers du centre-ville (habitants, clients, badauds, commerçants, touristes, etc.) et à analyser leurs attentes et leur mode de fonctionnement. Le but d'un périmètre clairement défini n'est pas simplement de faire cohabiter ces différents usagers qui, légitimement, cherchent principalement à améliorer leur situation individuelle, mais bien de trouver des synergies entre eux.

Ensuite, il a fallu définir précisément (nominativement) les acteurs du centre-ville visés par le réseau (administratifs, culturels, commerciaux au sens large). Puis définir les pôles commerciaux, les lieux de rencontre et les lieux publics emblématiques de la Ville.

Enfin définir les thématiques principales du centre-ville soit le commerce au sens large, la culture, le tourisme, les services publics, la mobilité et l'habitat.

Le résultat représente donc un périmètre du centre-ville "vécu" qui repose sur de multiples paramètres.

En Ouest, le périmètre du centre-ville s'arrête à la rue de Pouillerel ce qui permet de rattacher au centre-ville le nouveau quartier le Corbusier et de confirmer la position favorable à la gare principale.

Le périmètre est limité en Est par la Place de l'Hôtel-de-Ville ainsi que par les rues de la Balance et du Versoix.

Au Nord, le périmètre prend fin à la rue du Parc. Il comprend toutefois un décrochement qui va jusqu'à la rue du Coq afin d'intégrer la forte densité de commerces de la rue du Versoix, la place des Brigades internationales et le pôle culturel que représente le Centre ABC.

Au Sud, le périmètre est clos "naturellement" par les voies de chemin de fer puis rejoint le parc des musées qui est intégré dans le périmètre.

En visualisant le centre-ville ainsi défini (voir plan annexé), on constate que malgré la densité d'activités qui le caractérise (plus de 400 acteurs commerciaux, administratifs et culturels), le périmètre est somme toute assez concis (900 mètres de longueur et 300 mètres de largeur aux points les plus éloignés).

La canalisation des efforts sur un périmètre clairement défini dans un but commun et coordonné permet de marquer l'espace urbain de différentes façons, de lui donner ainsi une visibilité et une cohérence et dès lors de stimuler une nouvelle dynamique et les initiatives.

Fonctionnement de base

Dans son fonctionnement de base, le *Réseau Centre-Ville* comporte deux principales facettes. Une "privée" qui lie les acteurs du Centre-Ville au Service économique, lequel est responsable de la gestion administrative du réseau. Elle consiste en l'échange d'informations par courriel (seul le Service économique de la Ville de La Chaux-de-Fonds est dépositaire des adresses de courrier électronique et les détient sous le sceau de la confidentialité). D'une part l'administration du réseau envoie de l'information aux acteurs (informations régulières ou dépêches). D'autre part, les acteurs font remonter de l'information, des remarques et des questions à l'administration du réseau. Ces échanges d'information permettent de créer des consensus sur des projets et de faire évoluer des idées selon les besoins afin d'aller de l'avant ensemble.

La deuxième facette est publique et consiste en la mise en valeur des activités et des acteurs du centre-ville. Elle prend principalement la forme d'un site internet : www.reseaucentreville.ch.

Devenir "membre" du *Réseau Centre-Ville* est totalement gratuit. La seule obligation est de transmettre à l'administration du réseau une adresse de courrier électronique valable et relevée régulièrement. Ce réseau participatif bénéficie certes des impulsions et des orientations de la Ville mais évoluera surtout par les actions et propositions de ses acteurs.

Dans le prolongement des groupes de travail sur l'immobilier et le commerce animés par le Service économique, le *Réseau Centre-Ville* doit encore mettre en place un groupe de travail rassemblant des représentants des différents acteurs du centre-ville. Ce groupe doit permettre d'échanger sur les diverses problématiques, les expériences et les projets futurs du réseau.

Le Réseau Centre-Ville aujourd'hui

Après un peu plus d'une année d'existence, le *Réseau Centre-Ville* a su fédérer plus de 200 acteurs du centre-ville qu'ils soient commerciaux, culturels ou administratifs. Ceux-ci représentent la grande diversité du centre-ville : restaurants, musées, franchisés, chaînes de distribution, prestataires de services, commerçants indépendants de détail, hôtels, services de l'administration, etc.

A noter que chaque nouvel arrivé dans le centre-ville reçoit une lettre de bienvenue avec les coordonnées du Service économique qui peut répondre à toutes ses questions. Ce courrier est accompagné d'un bulletin d'inscription au *Réseau Centre-Ville*. Cette démarche permet de réserver le meilleur accueil à ceux qui ont choisi de s'implanter au centre-ville et de leur donner, tout de suite, la sensation qu'ils s'intègrent dans un lieu particulier dans lequel ils peuvent prendre part à un réseau dynamique.

Le *Réseau Centre-Ville*, pour communiquer de façon efficiente, se devait d'avoir sa propre image, volontairement distincte de celle de la Ville institutionnelle. Dans le cadre d'un concours avec la Haute École Arc secteur ingénieurs-designers, plusieurs projets ont été réalisés et le lauréat (voir annexe) a été désigné par un jury composé de commerçants au sens large et de "membres" de l'administration. . Cette petite fille qui se rend en ville (déjà amicalement surnommée "Choupette") peut aussi bien aller faire quelques courses que se rendre au musée. Son aspect sympathique et dynamique a déjà séduit le plus grand nombre.

Comme évoqué plus haut, la facette publique du réseau prend principalement la forme, pour l'instant, de son site internet. Celui-ci rassemble de nombreuses informations pratiques sur le centre-ville comme les horaires d'ouverture des commerces ou les manifestations importantes par exemple. Il ne s'agit pas de créer un site officiel de la Ville de La Chaux-de-Fonds "bis". Le site du réseau est un "portail d'entrée" qui oriente les visiteurs sur les sites adéquats que l'on soit usager du centre-ville, commerçant ou touriste.

Afin d'augmenter le sentiment d'appartenance au centre-ville, deux rubriques spécifiques ont été créées. "La Mise en Lumière..." permet de personnifier les acteurs du centre-ville, de montrer la richesse de celui-ci tout en évitant de tomber dans un registre de promotion commerciale. Par la rubrique "Patrimoine", l'administration du réseau souhaite démontrer que le centre-ville doit également sa richesse à son patrimoine. Car c'est également par l'attrait du lieu que le centre-ville doit se mettre en valeur.

Le site voit chaque mois le nombre de ses visiteurs augmenter et ceux-ci ont été au nombre de 800 au mois de juillet 2010. Dans la perspective, de voir l'attrait du site s'intensifier, il s'agira dans le futur de retravailler son graphisme qui peut être amélioré, notamment en lien avec la refonte du site officiel de la Ville de La Chaux-de-Fonds.

Dans le but de diffuser l'image du *Réseau Centre-Ville* et son adresse internet, le réseau a mis sur pied un concours sous la même forme que pour son logo avec la Haute École Arc ingénieurs-designers afin de créer un sac. Celui-ci est tissé en Allemagne puis monté à la Haute École Arc au Locle. Pour un prix raisonnable, ce sac propose un système original de portage qui met en avant l'innovation et le dynamisme de la région. Un millier de sac a déjà été distribué et plus de 500 sacs ont été vendus dans les commerces du réseau qui le souhaitent, à Tourisme Neuchâtelois ou au Musée International d'Horlogerie.

Afin de fédérer les acteurs, la "Gazette du *Réseau Centre-Ville*" leur est envoyée par courriel 5 fois par année. Elle rassemble plusieurs informations pratiques comme les dates de chantiers et de manifestations qui auront lieu dans le périmètre. Destinée principalement aux acteurs du réseau, la Gazette est souvent diffusée plus largement, certains ayant pris l'habitude de l'imprimer et de la mettre à disposition de leurs clients et visiteurs.

L'administration du réseau complète l'information aux "membres" par des courriels qui prennent la forme d'informations brèves concernant par exemple des manifestations importantes pour le centre-ville ou des travaux non prévus.

Le *Réseau Centre-Ville* souhaite initier des partenariats "gagnants-gagnants" avec différentes manifestations comme il a pu le faire pour le championnat du monde de course d'orientation de cette année. En effet, en échange d'informations utiles diffusées auprès de ses "membres", le *Réseau Centre-Ville* a pu bénéficier gratuitement d'une pleine page d'annonce dans le programme de la manifestation, de la distribution d'information sur le réseau et ses "membres" au camping provisoire de la Charrière et d'un lien très utilisé sur le site officiel de la course.

Perspectives

Le *Réseau Centre-Ville* souhaite dans les prochaines années continuer sur sa lancée en accroissant encore quelque peu le nombre de ses "membres". Il s'agit aussi d'améliorer la transversalité et la coordination des dossiers de l'administration quand ceux-ci touchent le périmètre du centre-ville. C'est donc bien dans la gestion du centre-ville que le réseau mettra ses priorités. Pour le Conseil communal, l'animation du centre-ville doit être laissée à l'initiative des acteurs privés. Ceux-ci seront toutefois soutenus et aiguillés par le réseau et le Service économique.

Le *Réseau Centre-Ville* et ses "membres" seront par ailleurs parties prenantes des projets suivants dans un avenir plus ou moins proche (liste non exhaustive) :

- Mise en place d'une signalétique piétonne;
- Refonte des panneaux routiers en ville avec meilleure indication du centre-ville;
- Meilleure signalisation des parkings du centre-ville;
- Création de nouveaux lieux de parcage pour voitures (en lien avec la politique de stationnement) et deux-roues au centre-ville;
- Ouverture des commerces pendant la pause de midi;
- Aménagement de l'avenue Léopold-Robert jusqu'aux limites du périmètre centre-ville sous une forme encore à définir;
- Anniversaire du *Réseau Centre-Ville*;
- Partenariat avec des manifestations importantes prenant place au centre-ville;
- Refonte du site internet du *Réseau Centre-Ville*;

- Valorisation des espaces publics en liens avec l'histoire et le patrimoine de la Ville;
- Actions permettant de répondre à la motion "vitrine de notre industrie" acceptée récemment par votre Conseil.

Le Conseil communal espère en outre voir le logo du *Réseau Centre-Ville* utilisé de façon encore plus systématique, par exemple dans les vitrines ou sur les éléments de signalétique. De même, des réflexions pourraient être initiées en collaboration avec les "membres" du réseau sur la façon dont le mobilier urbain, les plantations ou d'autres éléments marquant les espaces publics peuvent se distinguer dans cet espace, de façon à l'identifier encore plus clairement.

A noter enfin que le travail effectué par le Service économique de la Ville pour le *Réseau Centre-Ville* se confond souvent avec son activité quotidienne, aussi bien dans le domaine du commerce que de l'immobilier. Toutefois, le réseau ne pourrait exister sans le travail quotidien et les projets menés par ce service.

Respect des lignes prioritaires fixées dans le programme de législation

En imaginant un rôle de stimulateur, de fédérateur et de support plutôt que d'envisager d'animer lui-même le centre-ville, la démarche du *Réseau Centre-Ville* a développé une manière originale de marketing urbain par rapport aux traditionnels concepts de "city-manager".

Par ailleurs, le *Réseau Centre-Ville* constitue clairement une contribution à la mise en évidence des acteurs qui participent au caractère urbain de La Métropole horlogère.

Enfin, le projet contribue à l'amélioration de l'image de la Ville, en particulier pour ses habitants et ses visiteurs.

En prévoyant un dispositif innovant et en développant les caractéristiques urbaines de La Chaux-de-Fonds, en contribuant ainsi à une image revalorisée de la ville, ce projet est clairement conforme à au moins trois des lignes directrices du programme de législation.

Conséquences sur les finances

Le fait de devenir "membre" du *Réseau Centre-Ville* est totalement gratuit pour les acteurs concernés. L'administration du réseau est considérée comme faisant partie des tâches courantes du service économique et les – modestes – frais qui en découlent sont intégrés dans le budget global de ce service.

Le soutien de la Ville à des actions spécifiques de mise en valeur du centre-ville donnent, elles, lieu à des demandes de crédit ad hoc, comme ce fut par exemple le cas (crédits spéciaux) pour le design et la production des sacs du *Réseau Centre-Ville*.

Conséquences sur les ressources humaines

Le surcroît de travail engendré par la mise en place et la gestion administrative du réseau n'a pas eu de conséquence sur les ressources humaines grâce à une redéfinition des priorités du service (report ou ralentissement de certains projets) et aux nouvelles techniques de communication de l'information mises en place avec les acteurs du centre-ville.

A noter que cette redéfinition a impliqué plusieurs services, certains projets portés jusque-là par le Service économique ayant été repris par d'autres services, ce qui a aussi permis de dégager le temps nécessaire pour le projet du *Réseau Centre-Ville*.

Collaboration intercommunale

La mise en valeur du centre-ville de La Chaux-de-Fonds est par essence même spécifique à la Métropole Horlogère. Toutefois, par la mise en valeur de son centre, la Ville de La Chaux-de-Fonds s'affirme encore plus comme pôle régional et apporte ainsi à toute la région une meilleure visibilité et une attractivité accrue.

Éléments relatifs au développement durable

a) Aspect environnemental

Le centre-ville contient en son sein la plateforme d'échange avec l'ensemble des transports publics. Le centre-ville est donc facile d'accès par tout un chacun, que l'on vienne de La Chaux-de-Fonds ou de toute la

région. De par son urbanisation, la ville permet également un accès aisé à pied au périmètre centre-ville.

La valorisation du centre-ville permet un renforcement de l'habitat et du commerce en augmentant son attrait, évitant ainsi l'étalement urbain et les trajets pendulaires.

b) Aspect social

Le *Réseau Centre-Ville* permet de relier entre eux différents acteurs qui, chacun à sa manière, œuvrent pour la Ville mais de façon encore trop dispersée. Le réseau doit permettre aux différents acteurs du centre-ville de mieux se connaître et de communiquer davantage entre eux. Il s'agit d'inciter à la recherche de synergies et de travailler ensemble à la mise en lumière des qualités et des richesses du centre-ville.

La définition d'un centre-ville permet un meilleur attachement et un sentiment d'appartenance des utilisateurs et des acteurs. Cet attachement resserre les liens entre ces personnes et contribue à la cohésion et au sentiment d'appartenance à une collectivité pour les habitants d'une ville et d'une région.

c) Aspect économique

Le *Réseau Centre-Ville* permet de créer une émulation et une mise en lumière des acteurs du centre-ville. Le dynamisme créé est venu compléter les efforts de la Ville en matière d'aménagements et a déjà permis de renforcer la confiance d'acteurs privés qui ont consenti des investissements importants, tant en terme commercial que purement immobilier, dans le centre-ville. Comme déjà évoqué, le renforcement de l'image du centre-ville rejaillit sur l'ensemble de la ville et permet ainsi un gain d'image non négligeable.

A noter encore que le fait de rassembler les acteurs permet de donner un poids plus important au pôle du centre-ville et de renforcer son intérêt commercial notamment.

Classement de la motion de Laurent Iff et consorts "Stoppons la fermeture des petits commerces en ville", du 26 octobre 2005

Le 26 octobre 2005 (PV no 18, p. 1573ss), votre Conseil adoptait sans opposition la motion ci-dessous, déposée le 23 février de la même année par M. Laurent Iff. Le Conseil communal qui avait déjà entrepris une série d'actions pour stimuler l'activité commerçante en avait recommandé l'acceptation, tout en regrettant que le texte proposé laisse entendre que les autorités étaient restées inactives.

Stoppons la fermeture des petits commerces en ville

La situation des petits commerces en ville est des plus critique. Nous en voulons pour preuve le nombre croissant de vitrines vides sur l'avenue Léopold-Robert en particulier. Cette situation n'est plus acceptable pour les commerçants, péjore l'offre à disposition de la population et déprécie l'image de la ville.

D'aucuns invoquent des loyers trop élevés, d'autres une conjoncture morose, certains encore un manque de dynamisme de la promotion économique ou des règlements communaux trop stricts. S'il doit y avoir un peu de vrai dans toutes les raisons invoquées, personne ne sait réellement pourquoi les petits commerces ferment. Dans une telle situation, il est difficile de trouver des remèdes et nos autorités ne peuvent rester les bras croisés à regarder le patient agoniser.

Par conséquent, nous prions le Conseil communal d'étudier les causes des fermetures des petits commerces et de nous fournir un plan d'action visant à endiguer cette vague de fermetures.

L'attractivité de notre ville passe également par une offre commerciale digne de ce nom, car nous le savons bien, les badauds aiment aller là où il y a de l'animation.

Le présent rapport présente de façon détaillée le projet de Réseau Centre-Ville, dont les objectifs répondent en tous points aux préoccupations des motionnaires. Avant lui, de multiples actions ont été entreprises par la Ville afin de modifier la tendance décrite dans la motion ci-dessus.

Le Conseil communal et les services ont agi parallèlement dans les domaines des aménagements urbains, de l'immobilier, de la démographie, de la réglementation, du commerce et du stationnement afin d'offrir des conditions cadres intéressantes pour les commerçants et leurs clients.

Les aménagements des places et du début de l'avenue Léopold-Robert ont contribué à améliorer et à dynamiser l'image du centre-ville. La liaison entre les places a mis en évidence la proximité des lieux et le plaisir de se déplacer à pied au centre-ville, sans toutefois péjorer la situation des automobilistes.

L'émulation et l'analyse du marché immobilier chaud-fonnier a permis de compléter l'offre de logements et notamment d'augmenter le nombre d'habitants et d'amener aux commerces une clientèle au potentiel intéressant.

Une étude sur les loyers commerciaux diffusée dans la presse et auprès des milieux immobiliers et commerciaux a mis en lumière les prix de location et a ainsi fluidifié le marché.

La modification de la réglementation sur l'utilisation du domaine public a simplifié les démarches administratives pour les commerçants et les restaurateurs et a amélioré les possibilités de présentation de la marchandise ou de mise en place de terrasses sur domaine public.

L'activité de prospection, de conseils et d'orientation du Service économique auprès des personnes susceptibles ou désireuses d'ouvrir un commerce (notamment au niveau des locaux vacants) a permis de faciliter l'implantation de certains ou d'intéresser des investisseurs au marché chaud-fonnier.

Enfin, le projet de généralisation du stationnement à durée limitée sur domaine public – annoncé déjà en 2005 – récemment approuvé par votre Conseil devrait contribuer encore à l'accessibilité des commerces du centre-ville pour la clientèle.

On constate ainsi désormais, sur l'avenue Léopold-Robert notamment, que de moins en moins de magasins sont vacants, et surtout que les durées de vacance sont souvent très courtes voire inexistantes entre deux locataires.

C'est donc bien la pluralité des actions et leur convergence vers un but précis qui a permis d'obtenir les résultats actuels. Cela prend néanmoins du temps et les actions déploieront la totalité de leurs effets uniquement dans quelques années.

Au vu du présent rapport et des explications ci-devant, de l'étude sur les loyers commerciaux diffusée au début de l'année 2007 et du dialogue constructif mis en place avec les commerçants, nous proposons à votre autorité de classer la motion susmentionnée.

Conclusion

Avec l'accroissement de la mobilité, les villes sont toujours plus comparées entre elles et deviennent concurrentes. Les centres-villes, qui en sont les ambassadeurs, n'échappent pas à cette tendance. Le *Réseau Centre-Ville* représente un moyen de se démarquer des autres villes plutôt que de copier ce qui se fait déjà ailleurs, de mettre en valeur ce que nous sommes et surtout de susciter une dynamique régulière entre acteurs de cette partie de la ville. Il s'agit avant tout de donner du sens à l'espace urbain afin de ne pas simplement reproduire les rues marchandes des autres villes, qui certes sont intéressantes et utiles. Mais le centre-ville ne peut pas se réduire à une série de magasins et de restaurants mis bout à bout. L'usager attend, en plus, une ambiance particulière, des lieux culturels à l'identité affirmée, une dynamique et une relation entre les acteurs et il cherche ainsi ce qui fait la spécificité du lieu. Sans cette cohésion, le centre-ville ressemblerait à un standard centre commercial à ciel ouvert.

Le projet de *Réseau Centre-Ville* doit permettre de continuer d'insuffler une confiance mutuelle et une relation privilégiée entre le centre-ville et ses acteurs, et ainsi inciter et faciliter les investissements privés et garantir une saine émulation. Le sentiment d'appartenance et l'image renforcée du centre-ville rejaillira sur l'ensemble de la ville et sur la région, affirmant ainsi le rôle de pôle régional de la Ville de La Chaux-de-Fonds.

Complémentaire aux efforts consentis ces dernières années (et rappelés dans le chapitre consacré au traitement de la motion Iff), le *Réseau Centre-Ville* représente un investissement immatériel (par opposition aux investissements consentis par exemple en matière d'aménagements urbains) qui vise à améliorer la circulation de l'information et à stimuler les échanges entre partenaires et leur motivation. Il doit aussi encourager la prise en considération des nouveaux besoins de la clientèle et développer un sentiment d'appartenance de la part des acteurs, souvent organisés de façon indépendante et donc relativement isolés. Comme les autres mesures mises en œuvre, il contribue à l'attractivité et à la convivialité du centre-ville, et donc de la ville toute entière.

Le Conseil communal est convaincu que toutes ces mesures contribuent ainsi à stimuler les investissements privés, le commerce au centre-ville et la satisfaction de la clientèle et des commerçants eux-mêmes.

Elles permettent également de développer des références citadines auprès des habitants et des visiteurs, conformément à ce qui peut être attendu de la troisième ville de Suisse romande et de la première ville francophone de l'Arc jurassien.

Au vu de ce qui précède, nous vous remercions, Monsieur le président, Mesdames les conseillères générales, Messieurs les conseillers généraux, de bien vouloir prendre acte du présent rapport et classer la motion susmentionnée.

AU NOM DU CONSEIL COMMUNAL

Le président	La chancelière
Laurent Kurth	Muriel Barrelet

Annexes : ment. (en couleur pour le Conseil général)



	Réseau Centre-Ville Périmètre du Réseau Centre-Ville	
	14 jan 2010 Services géomatiques	Échelle (M) 50 m
Plan réalisé sur la base des données de la measurement effectuée le 14.05.2010 actualisée et complétée par le Service géomatique		

Ref. Site : K:\numéro à 5 chiffres\Centre-ville\compartiments\Centre-ville-2010-01-14-16-18-19-20-21-22-23-24-25-26-27-28-29-30-31-32-33-34-35-36-37-38-39-40-41-42-43-44-45-46-47-48-49-50-51-52-53-54-55-56-57-58-59-60-61-62-63-64-65-66-67-68-69-70-71-72-73-74-75-76-77-78-79-80-81-82-83-84-85-86-87-88-89-90-91-92-93-94-95-96-97-98-99-100-101-102-103-104-105-106-107-108-109-110-111-112-113-114-115-116-117-118-119-120-121-122-123-124-125-126-127-128-129-130-131-132-133-134-135-136-137-138-139-140-141-142-143-144-145-146-147-148-149-150-151-152-153-154-155-156-157-158-159-160-161-162-163-164-165-166-167-168-169-170-171-172-173-174-175-176-177-178-179-180-181-182-183-184-185-186-187-188-189-190-191-192-193-194-195-196-197-198-199-200-201-202-203-204-205-206-207-208-209-210-211-212-213-214-215-216-217-218-219-220-221-222-223-224-225-226-227-228-229-230-231-232-233-234-235-236-237-238-239-240-241-242-243-244-245-246-247-248-249-250-251-252-253-254-255-256-257-258-259-260-261-262-263-264-265-266-267-268-269-270-271-272-273-274-275-276-277-278-279-280-281-282-283-284-285-286-287-288-289-290-291-292-293-294-295-296-297-298-299-300-301-302-303-304-305-306-307-308-309-310-311-312-313-314-315-316-317-318-319-320-321-322-323-324-325-326-327-328-329-330-331-332-333-334-335-336-337-338-339-340-341-342-343-344-345-346-347-348-349-350-351-352-353-354-355-356-357-358-359-360-361-362-363-364-365-366-367-368-369-370-371-372-373-374-375-376-377-378-379-380-381-382-383-384-385-386-387-388-389-390-391-392-393-394-395-396-397-398-399-400-401-402-403-404-405-406-407-408-409-410-411-412-413-414-415-416-417-418-419-420-421-422-423-424-425-426-427-428-429-430-431-432-433-434-435-436-437-438-439-440-441-442-443-444-445-446-447-448-449-450-451-452-453-454-455-456-457-458-459-460-461-462-463-464-465-466-467-468-469-470-471-472-473-474-475-476-477-478-479-480-481-482-483-484-485-486-487-488-489-490-491-492-493-494-495-496-497-498-499-500-501-502-503-504-505-506-507-508-509-510-511-512-513-514-515-516-517-518-519-520-521-522-523-524-525-526-527-528-529-530-531-532-533-534-535-536-537-538-539-540-541-542-543-544-545-546-547-548-549-550-551-552-553-554-555-556-557-558-559-560-561-562-563-564-565-566-567-568-569-570-571-572-573-574-575-576-577-578-579-580-581-582-583-584-585-586-587-588-589-590-591-592-593-594-595-596-597-598-599-600-601-602-603-604-605-606-607-608-609-610-611-612-613-614-615-616-617-618-619-620-621-622-623-624-625-626-627-628-629-630-631-632-633-634-635-636-637-638-639-640-641-642-643-644-645-646-647-648-649-650-651-652-653-654-655-656-657-658-659-660-661-662-663-664-665-666-667-668-669-670-671-672-673-674-675-676-677-678-679-680-681-682-683-684-685-686-687-688-689-690-691-692-693-694-695-696-697-698-699-700-701-702-703-704-705-706-707-708-709-710-711-712-713-714-715-716-717-718-719-720-721-722-723-724-725-726-727-728-729-730-731-732-733-734-735-736-737-738-739-740-741-742-743-744-745-746-747-748-749-750-751-752-753-754-755-756-757-758-759-760-761-762-763-764-765-766-767-768-769-770-771-772-773-774-775-776-777-778-779-780-781-782-783-784-785-786-787-788-789-790-791-792-793-794-795-796-797-798-799-800-801-802-803-804-805-806-807-808-809-810-811-812-813-814-815-816-817-818-819-820-821-822-823-824-825-826-827-828-829-830-831-832-833-834-835-836-837-838-839-840-841-842-843-844-845-846-847-848-849-850-851-852-853-854-855-856-857-858-859-860-861-862-863-864-865-866-867-868-869-870-871-872-873-874-875-876-877-878-879-880-881-882-883-884-885-886-887-888-889-890-891-892-893-894-895-896-897-898-899-900-901-902-903-904-905-906-907-908-909-910-911-912-913-914-915-916-917-918-919-920-921-922-923-924-925-926-927-928-929-930-931-932-933-934-935-936-937-938-939-940-941-942-943-944-945-946-947-948-949-950-951-952-953-954-955-956-957-958-959-960-961-962-963-964-965-966-967-968-969-970-971-972-973-974-975-976-977-978-979-980-981-982-983-984-985-986-987-988-989-990-991-992-993-994-995-996-997-998-999-1000

