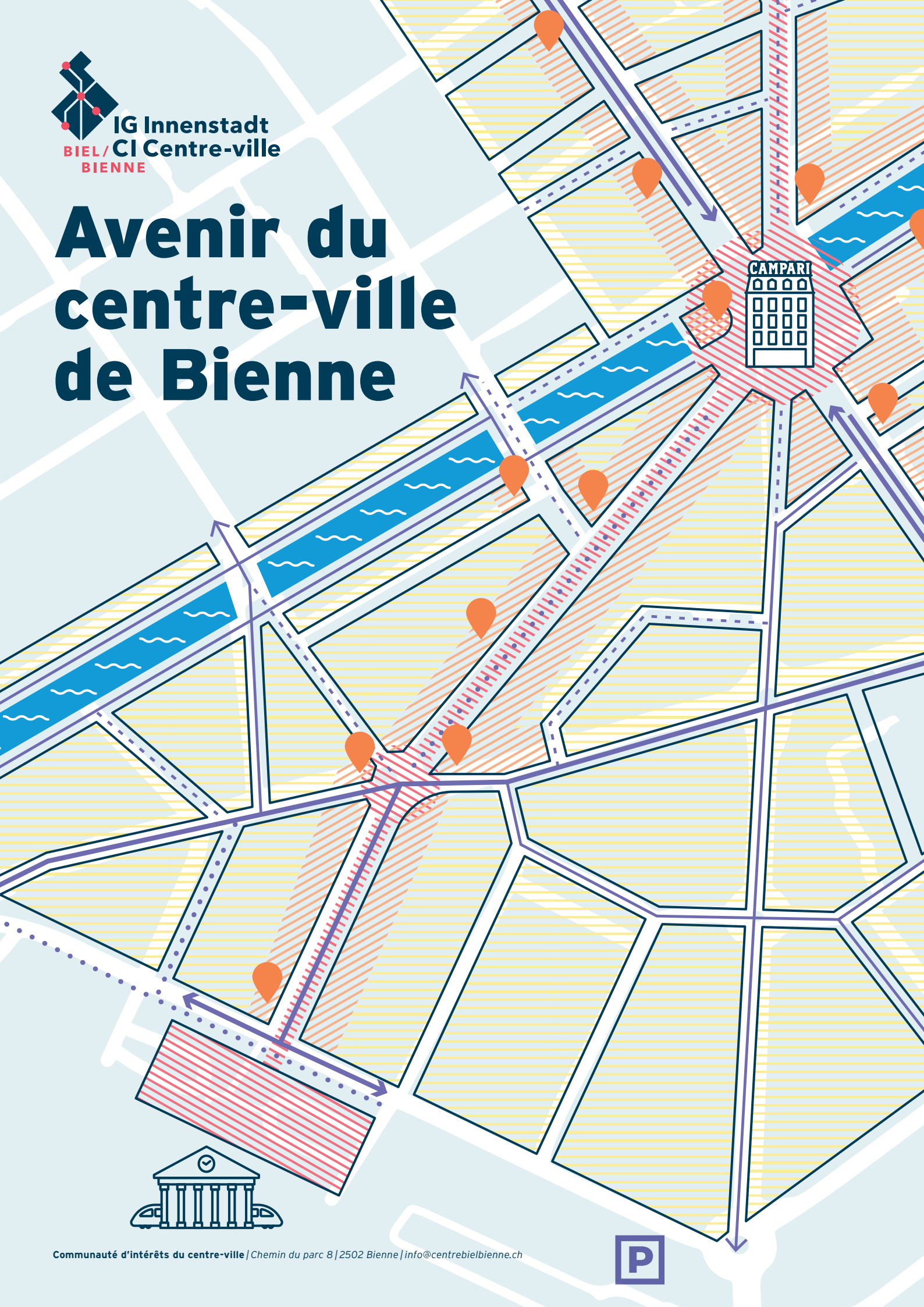




IG Innenstadt
BIEL/CI Centre-ville
BIENNE

Avenir du centre-ville de Bienne

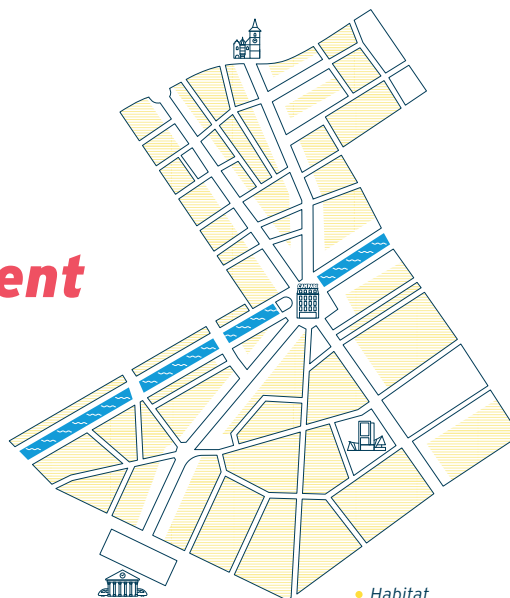


La transformation des centres-villes ne fait que commencer



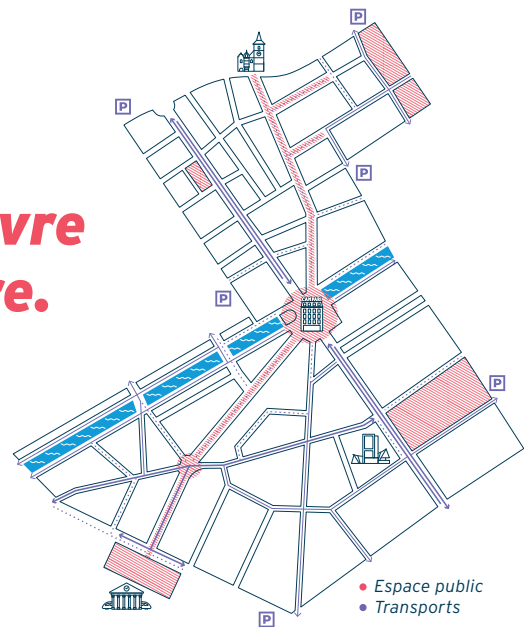
- 1** Le centre-ville de Bienna va changer de visage ces prochaines années. Cette transformation ne s'opérera certes pas du jour au lendemain, mais elle sera considérable.
- 2** Actuellement, la population et les acteurs économiques conçoivent principalement les achats comme des «rayonnages» accessibles et les bâtiments sont construits en ce sens. Or, cette définition n'a plus d'avenir.
- 3** Un changement structurel fondamental touchant le commerce de détail constitue le principal moteur de cette évolution. En effet, une grande partie des achats se fait désormais sur internet. Les «rayonnages» d'Amazon sont imbattables en termes d'efficacité. Les fournisseurs ont besoin de moins de surface pour se positionner.
- 4** Le recul du nombre de surfaces de vente se poursuivra, voire même s'accélénera, au niveau mondial. Selon les experts, cette évolution n'en est qu'à ses débuts.
- 5** À Bienna aussi, la disparition ou la diminution des commerces s'accroîtra encore. Personne - pas même les autorités - ne peut empêcher cette tendance. L'évocation nostalgique des «bons vieux temps» ne peut pas entraver cette mue de l'espace urbain.
- 6** ...mais nous pouvons en tirer le meilleur et considérer cette menace comme une chance. «Moins de commerces» ne signifie pas «moins de vie».
- 7** Une fois que notre centre-ville aura dépassé son rôle limité de centre commercial, il aura un avenir positif et important en tant qu'espace d'animation et de rencontre pour tout le monde.
- 8** À long terme, notre centre-ville ne sera plus fréquenté en premier lieu par des personnes effectuant des achats, mais par des gens de tous âges qui aiment y passer du temps, y faire des rencontres et y recherchent des expériences de toutes sortes: flâner, consommer, jouer, avoir des contacts sociaux. Faire des achats ne sera plus qu'une expérience parmi d'autres.
- 9** Notre centre-ville présente de bonnes conditions pour passer d'un lieu d'achat à un espace d'animation: central et de taille humaine, il compte de nombreux endroits qui se prêtent idéalement aux rencontres et aux loisirs ainsi que des espaces construits ou naturels dont la beauté peut être mise en valeur. De nombreuses personnes vivent au centre-ville. Leurs origines culturelles et sociales variées lui confèrent une dimension animée. La mixité des affectations (habitat, services, artisanat) y est plus élevée que la moyenne.
- 10** De manière générale, l'habitat devient plus important au et pour le centre-ville de Bienna. La qualité de vie urbaine est de plus en plus recherchée. Vivre au centre-ville ne se limite plus à habiter entre ses quatre murs, mais comprend aussi l'espace public et la qualité de vie qu'il offre. La limite entre l'espace public et privé au centre-ville s'estompe.
- 11** Le centre-ville de Bienna bénéficiera de l'ensemble de cette évolution urbaine positive. De nombreux logements destinés à la classe moyenne apportent du pouvoir d'achat, des entreprises (comme UBS) s'implantent ou se développent, attirant à Bienna de nouveaux jeunes talents, au même titre que le Campus Biel/Bienne de la Haute école spécialisée et le Parc suisse d'innovation. L'offre en matière de logements pour la classe moyenne se développe bien et une partie des logements est même située à proximité immédiate du centre.

Notre ville est le «laboratoire» idéal pour aborder positivement cette transformation



- 12** Malgré ces bonnes conditions, la transformation du centre-ville ces prochaines années n'ira pas sans heurts. Elle se déroulera plutôt un peu au milieu de deux extrêmes: donnera-t-elle lieu à un «torrent de larmes» avec de nombreux commerces vacants et d'autres signes d'érosion ou réussirons-nous à tirer le meilleur parti de ce changement ? Il appartient aux Biennoises et aux Biennois d'en décider.
- 13** Aller de l'avant (au lieu de regretter le passé), s'ouvrir aux nouvelles idées (au lieu de s'accrocher aux habitudes), avoir le courage d'innover et d'expérimenter, reconnaître la qualité et faire preuve de respect mutuel dans l'utilisation des espaces publics: voici les conditions requises pour un bon développement.
- 14** Si tous les acteurs y mettent du leur pour que le centre-ville soit agréable à vivre, nous pourrons nous targuer ces prochaines années d'avoir relevé le défi au lieu de nous plaindre d'un problème.
- 15** La population biennoise - jeune et moins jeune - percevra le centre-ville comme un lieu que l'on ne se contente pas de traverser rapidement ou dans lequel on ne va que pour faire des achats, mais où il fait bon s'attarder. À l'avenir, nous passerons tous et toutes davantage de temps au centre-ville qu'actuellement: sur les marchés, les places de jeux, les terrasses ou stands d'établissements de restauration et d'autres services (comme la bibliothèque) ou simplement pour rencontrer des amis dans des espaces urbains aménagés et meublés avec goût.
- 16** Les commerçants et artisans adapteront leurs offres aux exigences découlant du nouveau rôle du centre-ville, aborderont la clientèle activement et tireront le meilleur des outils numériques et du potentiel émotionnel (expérience sensorielle, conseils, etc.) de leurs produits.
- 17** La population du centre-ville ne se contentera pas de vivre chez elle, mais souhaitera aussi bénéficier de plus en plus de la qualité de vie de l'espace public.
- 18** Les propriétaires d'immeubles réaliseront que l'époque des baux de locaux commerciaux onéreux et de longue durée est révolue. Ils adopteront de nouvelles stratégies plus intelligentes pour leurs biens: consacrer les étages supérieurs à des logements urbains attrayants, ôtant ainsi la pression financière des rez-de-chaussée, qui redeviendront par là même abordables pour les commerces proposant de la qualité (p. ex. produits locaux ou offres socioculturelles), mais ne peuvent pas se permettre de payer les mêmes loyers élevés que les chaînes internationales (de vêtements). Les contrats de location ne seront plus d'une durée de plusieurs années, mais pourront devenir temporaires. Enfin, le centre-ville de Bienne et ses surfaces extrêmement bien situées redeviendront intéressants pour les affectations autres que le commerce de détail.
- 19** Les fournisseurs régionaux de produits et de services découvriront que le centre-ville, grâce à sa bonne accessibilité et à son caractère de lieu animé, peut jouer le rôle de plateforme promotionnelle et permet d'être présent pour une durée temporaire, par exemple sous forme de magasins éphémères.

Aménagement de l'espace public: Bienne ouvre un nouveau chapitre.



20 Le centre-ville de Bienne nécessitera des réaménagements de l'espace public et des travaux de construction. Les autorités biennoises se penchent sur la question sans tabou et repensent en profondeur l'aménagement actuel: une dimension plus humaine pour compléter l'esthétique abstraite de certains grands axes et places; du mobilier urbain et des espaces verts invitant à la flânerie et au jeu; une cohabitation différenciée de toutes les formes de mobilité; l'encouragement de l'amour du détail et de la qualité dans les domaines de la publicité et des établissements de restauration; l'encouragement d'une utilisation de qualité de l'espace public et des cours intérieures. Grâce à un tel engagement de la Ville de Bienne, on s'attend à ce que les acteurs privés s'engagent eux aussi dans leurs sphères d'influence de manière conséquente et en partenariat pour l'avenir du centre-ville.

21 Des représentantes et représentants de tous les acteurs se sont réunis au sein de la Communauté d'intérêts du centre-ville pour travailler ensemble dans et pour le centre-ville en suivant ces idées. Outre cette large alliance, le courage de se lancer, d'expérimenter et de tenter une aventure temporaire caractérisent cette «approche biennoise».

22 Aucune autre zone urbaine ne remplit autant de fonctions publiques que le centre-ville de Bienne: «visage» définissant l'image et l'identité de toute la ville, plaque tournante en termes de mobilité, espace de vie et de rencontre, centre commercial et culturel, etc. Mais en même temps, le centre-ville de Bienne est fortement concerné par les changements susmentionnés qui touchent la société et les commerces. Les autorités lui consacrent par conséquent une attention particulière, qui ne concurrence pas le travail visant à rendre les autres quartiers de Bienne plus attrayants, mais complète les efforts en ce sens.

Sources

- Enz Kaspar;** *Ladensterben: Vermieter und Politik stehen Ladensterben in der Ostschweiz ratlos gegenüber*, in *Tagblatt* (04.03.2018), <https://www.tagblatt.ch/ostschweiz/ladensterben-vermieter-und-politik-stehen-ladensterben-in-der-ostschweiz-ratlos-gegenueber-id.1006770>
- Fitzsche Daniel;** *Wie wir in Zukunft einkaufen*, in *NZZ* (02.12.2017) <https://www.nzz.ch/feuilleton/architektur-und-gesellschaft/jan-gehl-plaediert-gesellschaftsvertraeglichen-stadtbau-leben-zwischen-haeusern-ld.108229>
- Gehl Jan** (2015), *Städte für Menschen* (4. Auflage), Verlag: Jovis
- Gottlieb Duttweiler Institute;** *Future Public Space* (2018), https://staedteverband.ch/cmsfiles/180416_zora_future_public_spaces_d.pdf
- Gottlieb Duttweiler Institute,** *Shopping and the City 2020*, https://www.gdi.ch/media/summaries/Shopping_and_the_City_Summary.pdf
- Heinemann Gerrit,** *Internet gegen Innenstadt: Das grosse Ladensterben*, in *ZDF makro* (27.01.2018), <https://www.zdf.de/nachrichten/heute/ladensterben-makro-interview-100.html>
- Menge Oliver;** *«First Friday» liess die verschlafene Bieler Altstadt aufblühen - Initianten wurden ausgezeichnet*, in *Grenchner Tagblatt* (04.02.2018) <https://www.grenchnertagblatt.ch/solothurn/grenchen/first-friday-liess-die-verschlafene-bieler-altstadt-aufbluehen-initianten-wurden-ausgezeichnet-132166883>
- Sayah Amber,** *«Die Stadt war von Autos überschwemmt»*, in *Stuttgarter Zeitung* (22.03.2017), <https://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.architekt-und-stadtplaner-jan-gehl-die-stadt-war-von-autos-ueberschwemmt.36340750-b272-4acf-8aa6-775093549b85.html>
- Schaffner Andreas,** *Detailhandels-Experte kritisiert: «Es wurde eine Filiale nach der anderen eröffnet, statt nachzudenken»*, in *Aargauer Zeitung* (19.07.2017), <https://www.aargauerzeitung.ch/wirtschaft/detailhandels-experte-kritisiert-es-wurde-eine-filiale-nach-der-anderen-eroeffnet-statt-nachzudenken-131535158>
- Schmutz Christoph G.;** *Wie sich der Detailhandel gegen das Internet wehrt*, in *NZZ* (30.01.2017), <https://www.nzz.ch/wirtschaft/detailhandel-der-zukunft-der-verkaeufer-als-alleskoenner-ld.142646>
- Ville de Bienne, développement urbain,** https://www.biel-bienne.ch/fr/pub/economie/developpement_urbain.cfm
- Zukunftsinstitut;** *Zukunft der Innenstadt: Retail Report 2017* https://www.trendwelten.eu/themen-trends.html?topic_id=171