



## Participants à l'élaboration

SEn, SPC, STE et SeCA

## Cadre légal

Nouvelle base légale fédérale et cantonale depuis la révision du plan directeur cantonal

## Pratique administrative

Nouveaux buts pour la politique cantonale

Nouveaux principes et nouvelles mesures de mise en oeuvre

Aucune étude cantonale nécessaire

Nouvelles conséquences pour l'aménagement local

Nouvelle répartition des tâches

## 1. PROBLÉMATIQUE

Une distinction s'opère entre les données relatives au commerce de gros et celles liées au commerce de détail. La distinction s'opère en fonction du type de client principal. Le présent rapport se concentre sur les données du commerce de détail. La vente au détail est la revente (vente sans transformation) au public de biens neufs ou d'occasion essentiellement destinés à la consommation des particuliers ou des ménages, par des magasins, des grands magasins, des comptoirs et des kiosques, des maisons de vente par correspondance, etc. Pour la vente au détail en magasin, il existe une autre distinction entre le commerce de détail en magasin spécialisé et le commerce de détail en magasin non spécialisé.

Le nombre d'établissements à vocation commerciale a connu une baisse régulière dans le canton de Fribourg. En 10 ans, le nombre d'établissements de commerce de détail a diminué de 16,1 %. Cette baisse est plus forte dans le commerce de détail non spécialisé (35,6 %). La conjugaison de ces deux diminutions conduit à la baisse de la part des commerces non spécialisés dans l'ensemble de la structure du commerce de détail. En 1995, 16 % des commerces étaient des commerces non spécialisés. Ils n'étaient plus que 12,2 % en 2005. Ces chiffres s'expliquent par la part importante que représente le commerce de détail spécialisé dans le nombre d'établissements. La part du commerce non spécialisé serait peut-être plus importante en se basant sur les surfaces de vente.

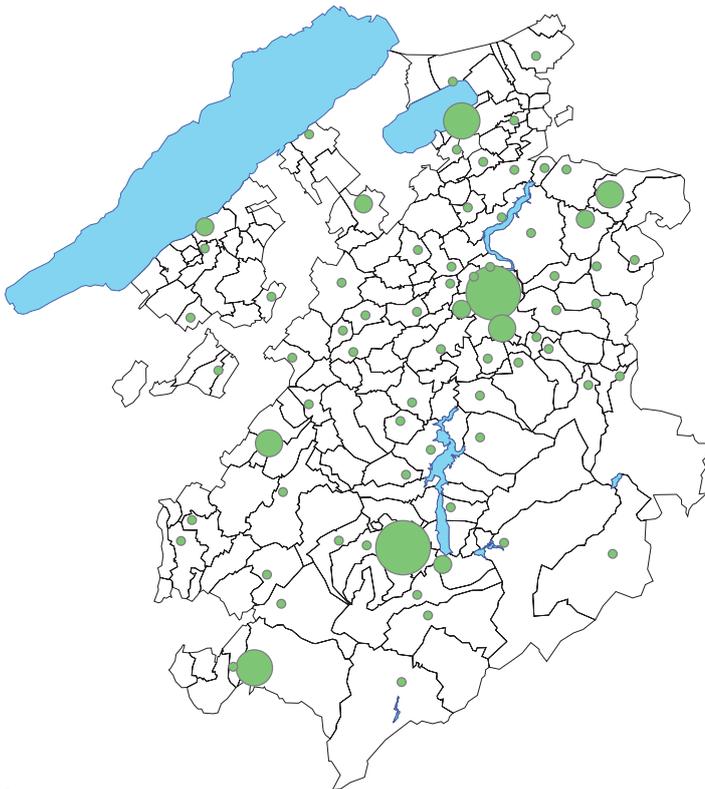
L'analyse du nombre d'emplois dans le commerce de détail rapporté au nombre d'habitants révèle que les chiffres du canton ne sont pas plus élevés qu'ailleurs en Suisse. En 2005 dans le canton de Fribourg, on comptait 29 emplois dans le commerce de détail pour 1000 habitants, alors que la moyenne suisse était de 32. D'un point de vue dynamique, la diminution du nombre d'emplois observée est moins forte dans le canton de Fribourg que dans le reste de la Suisse. La part des emplois dans le commerce de détail dans la population est particulièrement faible dans les districts de la Singine et de la Broye, illustrant ainsi une concentration du commerce dans de grands centres commerciaux dans les principaux centres urbains (Sarine et Gruyère ou autres cantons).

Dans la part totale des emplois, la part des emplois du commerce de détail est relativement plus importante. En 2005, ce type de commerce avait un poids économique relativement plus important dans le canton de Fribourg (8,9 %) qu'en Suisse (7,7 %). L'approche dynamique montre qu'en Suisse comme à Fribourg, cette part est en diminution par rapport à 1995. En raison de la part importante de la population résidante exerçant son activité professionnelle dans un autre canton, le nombre total d'emplois est relativement peu élevé par rapport à la population résidante. Les emplois dans le commerce représentent une plus forte proportion du total des emplois que dans d'autres cantons.

Le nombre de commerces de détail est en diminution. Cette baisse est inversement proportionnelle à la taille des centres d'achats. Entre 1995 et 2005, le nombre de petits commerces a diminué de près de 82 %. Cette diminution est également observable pour les commerces de détail dont la surface de vente est comprise entre 100 et 399 m<sup>2</sup> ainsi que ceux de 400 à 999 m<sup>2</sup>. A l'inverse, les grands supermarchés et les hypermarchés sont en relative augmentation. Si leur nombre est stable, leur part dans la répartition des établissements est en nette augmentation.



Entre 1995 et 2005, le nombre d'emplois dans les hypermarchés a augmenté de 190 % sur l'ensemble de la période. Chaque année, ce sont près de 30 emplois qui sont créés dans cette branche. En 2005, 32,4 % des emplois du secteur se situaient dans les hypermarchés. A l'inverse, le nombre d'emplois dans les petits commerces était en légère baisse. Elle était d'autant plus forte dans les grands commerces (100 m<sup>2</sup> – 399 m<sup>2</sup>). Ainsi, en 2005, les commerces de moins de 400 m<sup>2</sup> ne représentaient plus que 26 % des emplois du secteur contre 38,4 % en 1995.



### Légende

#### Nombre d'établissements



Source: OFS/CEAT/SeCA

*Nombre d'établissements de commerce de détail non spécialisé, 2005*

La carte ci-dessus montre que les communes des principales agglomérations concentrent un nombre important d'établissements. Fribourg et sa périphérie viennent largement en tête. Châtel-Saint-Denis a une assez forte vocation commerciale. Les communes touristiques sont également bien équipées dans ce domaine. A côté de cette armature commerciale, il faut observer que 97 communes ne comprennent pas d'établissements de commerce de détail non spécialisé. Pour les habitants de ces communes, l'accès à des commerces alimentaires non spécialisés nécessite des déplacements.



## 2. PRINCIPES

### BUTS DE LA POLITIQUE DU CANTON

Le plan directeur cantonal souhaite renforcer le centre cantonal et les centres régionaux. Or, ces centres jouent un rôle déterminant dans l'offre commerciale et le canton souhaite que ce rôle soit maintenu. Le réseau urbain proposé (voir thème « Structure urbaine ») permet d'assurer une diversité commerciale dans l'ensemble du canton. La population doit pouvoir accéder à la majorité des produits recherchés en se rendant dans le centre cantonal ou dans un centre régional. De plus, les centres urbains sont des lieux où la proximité des commerces des lieux d'habitat permet à une partie de la clientèle de faire ses achats en ayant recours aux transports publics ou à la mobilité douce.

### PRINCIPES DE LOCALISATION

L'implantation des centres commerciaux au centre des principales localités du canton n'est pas limitée dans la mesure où il s'agit des lieux les plus judicieux pour les implanter. En effet, une grande partie de la clientèle peut y accéder par des moyens de transport plus respectueux de l'environnement et les commerces permettent de contribuer à la vitalité des centres-villes.

Le plan directeur cantonal n'exclut pas l'implantation de centres commerciaux à fort impact territorial dans la proximité immédiate du centre cantonal et des centres régionaux. Toutefois, ces centres sont principalement destinés à des marchandises spécialisées et non aux produits alimentaires. Leur implantation peut être justifiée afin de disposer d'un accès plus direct à une route de grand trafic ou en raison du volume des marchandises commercialisées. La desserte par les transports publics (pour les employés et la clientèle) de même que l'accès par les moyens de mobilité douce ne sauraient être totalement négligés. Toutefois, les critères sont moins exigeants que dans les centres urbains et pour le commerce destiné aux produits alimentaires.

En proposant des critères pour le dimensionnement des zones commerciales, il s'agit à la fois d'économiser le sol, de veiller à garder suffisamment de terrains pour les activités industrielles et de services autres que commerciales et d'éviter la création de friches commerciales en raison d'une offre trop importante pour la construction de centres commerciaux.

La définition des critères pour les centres commerciaux est une adaptation des critères pour les centres commerciaux à fort impact territorial. Cette définition a pour but d'avoir une référence pour l'application des critères fixés pour les centres commerciaux dans la loi sur l'aménagement du territoire et les constructions et son règlement d'exécution.

La définition des « autres centres commerciaux » vise à préciser dans quel contexte les dispositions de l'art. 62, al. 2 et 3 ReLATeC sont applicables (stationnement dans les centres commerciaux). Ces 600 m<sup>2</sup> représentent la surface cumulée de vente de toutes les installations à l'intérieur d'un seul édifice, dans une même zone ou dans des secteurs proches. Toutefois, sur la base de la typologie de l'Office fédéral de la statistique en matière d'activités commerciales, les installations individuelles de moins de 400 m<sup>2</sup> ne sont pas prises en considération dans ce calcul.



### 3. RÉPARTITION DES TÂCHES

Le Service des constructions et de l'aménagement devra mettre en place des outils de suivi des zones destinées aux centres commerciaux à fort impact territorial afin de mieux suivre l'offre proposée en matière de terrains et de disposer de références pour vérifier les justifications données pour ce type de zone d'affectation.

### 4. MISE EN ŒUVRE

#### CONSÉQUENCES SUR LES INSTRUMENTS DE PLANIFICATION

##### Etudes régionales

L'aménagement régional est un domaine facultatif, mais si une région se dote d'un plan directeur régional et si elle souhaite voir s'implanter un ou plusieurs centres commerciaux à fort impact territorial, la thématique doit alors être obligatoirement traitée à l'échelle régionale avant de pouvoir se concrétiser à l'échelle locale.

##### Plan d'aménagement local

Le plan d'aménagement local doit identifier les secteurs pour lesquels un plan d'aménagement de détail est obligatoire. Les secteurs dans lesquels un centre commercial à fort impact territorial peut être implanté sont clairement soumis à une planification détaillée précédant la procédure d'autorisation de permis de construire

Le règlement communal d'urbanisme précisera pour les zones commerciales, le type d'activités et le trafic maximal autorisés avant même que le plan d'aménagement de détail ne soit établi. Ce dernier sera dimensionné de manière à ce que ces limites puissent être respectées.