

## Législature 2017-2021

N°115

### Message du Conseil communal au Conseil général du 23 juin 2020

#### **Octroi d'une autorisation de dépense de CHF 260'000.00 pour différentes actions de relance économique et touristique suite au COVID-19**

---

##### **1. Contexte**

Le printemps 2020 a été marqué par la crise liée au Coronavirus. Nos commerçants et restaurateurs locaux ont été particulièrement touchés par cette crise en devant, pour leur grande majorité, réduire ou cesser leurs activités pendant de longues semaines. De plus, ils se voient maintenant privés d'une part non négligeable de leur chiffre d'affaire généré en temps normal par les nombreuses manifestations qui animent chaque année notre Commune.

Le Conseil communal a réfléchi à la manière de soutenir ces acteurs indispensables de la vie locale en cette période tourmentée, en partant du principe que toutes les situations sont particulières, chacun ayant été impacté plus ou moins fortement par la crise. Dans ce contexte, il ne nous semblait pas judicieux de prévoir par exemple de verser des montants forfaitaires.

Par ce message, le Conseil communal propose au Conseil général deux actions de relance économique et touristique qui doivent non seulement contribuer de manière indirecte à soutenir le centre-ville à court terme mais aussi créer des bases solides pour le moyen-long terme. Ces projets de relance s'inscrivent en cohérence avec plusieurs objectifs stratégiques du programme de législature : T.1 Revitaliser et animer la vieille-ville d'Estavayer-le-Lac, 8.1 Développer une offre touristique complète permettant notamment d'étendre la saison touristique, 8.4 Renforcer les liens entre les acteurs économiques, l'administration et les autorités politiques de la Commune.

Depuis le début de la législature, le Conseil communal a mené plusieurs réflexions sur le moyen d'atteindre les objectifs précités. Au niveau touristique, le Conseil général a validé le 27 mai 2019 le message n°82 concernant l'octroi d'un crédit d'étude de CHF 185'000.00 pour la réalisation de l'avant-projet et du projet de développement d'une attraction culturelle et touristique. L'étude pour cette nouvelle attraction, intitulée « Le Grand Jeu » est en cours et s'achèvera fin 2020 pour une mise en exploitation possible en 2023. L'idée qui sera développée dans le point suivant de ce message est de soutenir l'Office du tourisme dans la mise en place d'une nouvelle attraction dès cette année qui pourrait être la prémisse du Grand Jeu.

Au niveau économique, le Conseil communal a mandaté le Professeur Nicolas Babey, de l'Institut du management des villes et du territoire de la Haute école de gestion Arc (Neuchâtel), pour animer deux ateliers de travail avec des commerçants en fin d'année passée et rendre un rapport. Réunissant une trentaine d'intéressés (commerçants de détail, cafetiers-restaurateurs, divers membres de la SCAVE, quelques membres du Conseil général et du Conseil communal), ces ateliers poursuivaient un triple objectif :

1. Produire une analyse des forces et des faiblesses du centre-ville commercial d'Estavayer ;
2. Identifier des solutions ;
3. Construire un consensus sur les solutions à mettre en œuvre.

Le Conseil communal a pris connaissance avec attention du rapport remis et il propose par ce message de lui octroyer le montant nécessaire à l'engagement d'un-e chargé-e de mission pour réaliser et coordonner plusieurs des mesures proposées. Le rapport complet se trouve sur le site internet de la Commune sur la page de la Promotion économique.

## 2. Objet du message et incidences financières

### Relance touristique

La situation sanitaire actuelle impacte le comportement des publics et ses attentes en termes de divertissements et de loisirs. À brève échéance, pour l'été et l'automne 2020, il est à prévoir qu'une partie non négligeable de la population suisse optera pour un tourisme de proximité, dans sa région de résidence ou dans une autre partie de la Suisse. Dans cette perspective, il faut envisager que les Suisses favoriseront pour leurs activités de vacances, les villes et les régions offrant :

- Une palette d'activités large et diversifiée ;
- Des activités en extérieur ou en intérieur mais garantissant les normes de sécurité ;
- Une offre en hôtellerie, parahôtellerie et restauration attractive et concurrentielle.

Cette situation se révèle pour Estavayer et constitue une opportunité à saisir pour attirer un nouveau public cette année mais aussi pour le fidéliser (saison 2021-2022) et ainsi le préparer au projet du Grand Jeu qui devrait voir le jour en 2023. Les principaux enjeux pour le secteur du tourisme à Estavayer sont :

- D'attirer au cœur de la cité des touristes et visiteurs, de renouveler ce public et de le fidéliser ;
- De répondre aux nouveaux comportements des visiteurs en termes de consommation de la culture et du tourisme ;
- De trouver des outils permettant de renouveler l'offre culturelle et touristique ;
- De mettre en place une stratégie efficace de soutien aux secteurs culturels et touristiques ;
- De garantir, pour l'été et peut-être l'automne 2020, la sécurité de tous, en offrant des prestations respectant les mesures sanitaires.

Il apparaît pertinent et nécessaire que les mesures de relance qui seront mises en place, ces deux prochaines années, soient pensées pour le long terme, en cohérence avec le projet du Grand Jeu, dans une perspective d'optimisation des coûts et de renforcement de l'offre du Grand Jeu.

Pour ces prochains mois, les mesures à mettre en place doivent être efficaces, réalisables dans un court délai et attrayantes pour le public. Elles doivent à la fois bénéficier à l'image de la ville, au tourisme et aux commerces. L'objectif premier est de faire venir les visiteurs à Estavayer-le-Lac pour une activité ludique et, à travers les actions mises en place, leur faire découvrir la ville, ses attractions et les encourager à consommer de la culture, des activités sportives mais aussi au sein des commerces.

Une fois les visiteurs en ville, il s'agira de les séduire, de les « garder » le plus longtemps possible en les encourageant à rester ou à revenir. Il est donc primordial d'une part de leur faire vivre une expérience nouvelle qui soit plaisante, tout en respectant les normes sanitaires et, d'autre part de leur offrir divers avantages tels que des concours, des réductions, des offres *packages*, etc.

L'Office du tourisme mène plusieurs réflexions et, en collaboration avec la Commune, a eu contact avec l'entreprise spécialisée Thematis, qui mène l'étude pour le Grand Jeu, pour mettre en place une nouvelle attraction touristique - *la Quête d'Humbert le Bâtard* - répondant aux critères ci-dessus, et ce dès cet été. Cette Quête débutera au Musée et mettra en scène l'ancien propriétaire des lieux, Humbert le Bâtard. Il s'agira de renforcer l'offre en médiation culturelle de l'institution, à l'attention des familles, en créant une nouvelle activité au cœur du Musée. La Quête sera construite sur la thématique médiévale et en lien avec l'histoire du bâtiment. Elle invitera les familles à l'observation et à la découverte des contenus du Musée. En récoltant des indices visuels, les visiteurs collecteront des informations utiles à leur progression. Elle débuterait au Musée, avant de se poursuivre dans la vieille-ville.

Afin d'attirer le public et de l'inciter à découvrir la ville, la Quête se poursuivra en vieille-ville, sous la forme d'un jeu de parcours de type *jeu de l'oie* - en grandeur nature au cœur de la cité. Grâce au plateau de jeu présenté sous la forme d'un plan, le joueur-visitateur sera guidé dans sa découverte de la ville et de son patrimoine. En répondant à des questions à choix multiples à différents postes, le joueur obtiendra des informations pour se déplacer et collecter des points. L'objectif sera d'atteindre l'arrivée avec un maximum de points qui permettront au joueur de gagner des prix dans les commerces et restaurants de la ville (boissons, repas, etc.), à consommer de suite ou ultérieurement. Afin d'optimiser la mise en place de la Quête, le parcours sera basé sur un parcours de la ville existant et ne nécessitera aucun aménagement spécifique. Disponible aussi bien dans les restaurants qu'au Musée ou à l'Office du tourisme, le jeu sera gratuit et s'accompagnerait de prix à gagner.

Les mesures touristiques 2020 sont un investissement et à considérer comme un soutien global aux commerçants, artisans, restaurateurs, hôteliers, etc., ainsi qu'aux secteurs culturels et touristiques. Le développement de l'offre mentionnée ci-dessus, permettrait de :

- Rassembler sous un thème fédérateur (le Moyen Age) plusieurs acteurs et plusieurs propositions ;
- Fédérer les énergies (Office du Tourisme, Musée, commerçants, restaurateurs, etc.) ;
- Renforcer l'identité de la ville : la positionner comme une ville réactive, investie et attrayante ;
- Attirer des touristes au cœur de la cité et donc des consommateurs ;
- Apporter un soutien « global » en leur proposant un projet commun plutôt que de répondre ponctuellement à des demandes de soutien ;
- Annoncer la thématique médiévale qui sera développée dans les années à venir ;
- Préparer le public et les partenaires au futur projet du Grand Jeu.

Le projet de mise en place de cette Quête serait géré par l'Office du tourisme qui réfléchit également, pour 2021 et 2022, à divers événements thématiques en lien avec le Moyen Age (ateliers thématiques, spectacle, banquet, etc.). Le coût de mise en place de cette nouvelle attraction en 2020 est estimé à CHF 60'000.00 (développement du concept, questions, graphisme, impression, communication, etc.). Sur cette somme, CHF 10'000.00 seront consacrés à l'achat des prix (bons dans les commerces et restaurants de la Commune).

### **Relance économique**

Le rapport réalisé par le Professeur Babey suite à deux ateliers participatifs avec les commerçants contient de nombreuses informations utiles et de pertinentes recommandations. Entre 2011 et 2016, avant fusion, la Commune d'Estavayer-le-Lac a enregistré une perte de 8% de ses emplois commerciaux et de 7% de ses établissements commerciaux (uniquement la catégorie « commerce de détail »). En 2016, il restait 200 emplois commerciaux et 41 commerces. Les pertes sont particulièrement importantes dans les secteurs de l'alimentaire et de l'habillement. Pourtant, durant la même période, le nombre d'emplois croissait de 12% sur le territoire communal, tous secteurs confondus. Cette situation, pourtant alarmante, n'a rien d'exceptionnel. La Commune d'Estavayer affronte une situation plus ou moins similaire à 15 autres communes de Suisse romande analysées.

Cette comparaison intercommunale est le fruit d'une recherche appliquée menée pour le compte de la Coordination des villes de Suisse romande, organisme dont fait partie Estavayer. Si la concurrence d'Internet, l'évolution des modes de vie, la stagnation du pouvoir d'achat et le tourisme d'achat influencent sans conteste – et de manière négative – le développement du commerce de détail au centre-ville, cette recherche appliquée a identifié une cause supplémentaire permettant d'expliquer les grandes disparités existant entre les communes analysées : l'explosion du trafic pendulaire motorisé. Ce même trafic contribue à congestionner les voies de communication durant une bonne partie de la journée, et donc à couper temporairement les centres-villes de leur bassin de chalandise. Il est probable qu'Estavayer affronte également ce problème : la mobilité ainsi que l'ensemble des infrastructures y relatives prennent une importance considérable. Si des solutions en matière de mobilité sont des conditions nécessaires au développement des centres-villes commerciaux (accessibilité, présence de parkings proches, transports en commun, mobilité douce sécurisée, etc.), elles sont néanmoins insuffisantes. Des efforts en matière de marketing, de fidélisation de la clientèle, d'urbanisme, d'adaptation des horaires, de construction d'un « écosystème » local promouvant les circuits courts et circulaires sont également indispensables.

La réalisation de tels efforts ne peut se concevoir que sur la base d'un mode de gouvernance considérant la coopération active entre commerçants, mais aussi entre commerçants et acteurs politiques et administratifs, comme un principe relationnel clé. Ce sont, dans les grandes lignes, les constats qui ont été communiqués aux participants lors du premier atelier. Lors de cet atelier, destiné à dresser un état des lieux de la situation, les principaux éléments suivants sont ressortis des groupes de travail au niveau de l'état de situation des activités économiques au centre-ville.

Au niveau communal	Au niveau commercial
Problématiques en lien avec la mobilité, la circulation, l'engorgement du centre, la signalétique	Service perfectible
Places de stationnement utilisées par des employés pendulaires	Concurrence d'Internet
Réflexion à avoir au niveau du mobilier urbain	Changement dans les modes de vie
Essai de fermeture de la Rue de l'Hôtel de Ville et de la Grand-Rue l'été 2019	Problématique des horaires
Manque de souplesse des services de police	Comment donner envie de consommer local ?
Manque de visibilité de l'Office de tourisme	Diversification commerciale – manque de produits du terroir
Accès piétons – poussettes pas optimal	Manque d'animation
Mauvaise cohabitation entre piétons et voitures	Décoration vitrines - terrasses
	Concurrence de futurs quartiers commerciaux
Manque de communication entre les commerces et avec la Commune	

Le deuxième atelier avait comme objectif, pour sa part, de trouver des solutions. Plusieurs pistes ont été évoquées et regroupées par différents thèmes.

Au niveau de la mobilité :

- Avantager tous les types de déplacement de la clientèle (voiture, mobilité douce, transports en commun) ;
- A l'inverse, lutter contre les déplacements pendulaires en voiture individuelle en centre-ville et à ses abords (transit et parage) ;
  - Etudier la création d'un parking à proximité immédiate du centre-ville ;
  - Améliorer la signalétique des parkings existants ;
  - Dissuader le parage des pendulaires ;
  - Sensibiliser les employeurs publics et privés à la mise en œuvre de plans de mobilité ambitieux ;

- Réaménager le centre-ville en donnant davantage de place aux piétons (zone de rencontre ; élargissement et abaissement des trottoirs, etc.) ;
- Embellir le centre-ville (vitrines, bâtiments patrimoniaux, signalétique, mobilier urbain, etc.).

#### Au niveau des conditions-cadres :

- Décaler les horaires d'ouverture (être en phase avec les modes de vie actuels des ménages) ;
- Disposer d'un « Plan d'utilisation des sols » afin de maintenir la diversité des commerces et de lutter contre les « vitrines froides » et contre la spéculation immobilière ;
- En termes de *zoning* communal, centraliser les services aux personnes et l'habitat au centre-ville ; rejeter les services aux entreprises et autres activités économiques dans d'autres zones communales, tout en maintenant l'accessibilité au centre-ville ;
- Lutter contre la congestion en étendant l'interdiction de livraisons au-delà de 10h00 aux ménages habitant le centre-ville, tout en encourageant le transfert de marchandises sur de petits véhicules électriques (modèle de Zermatt), grâce au Règlement communal de circulation ;
- Suggérer à la Commune de se doter d'une stratégie d'acquisition immobilière (droit de préemption) afin de maintenir la diversité commerciale ;
- Faciliter les projets de « commerces mixtes » (restaurants + commerces dans le même espace).

#### En matière de promotion :

- Faire de la publicité dans le restoroute ;
- Créer des bons commerciaux sur le modèle des villes de Delémont et de La Chaux-de-Fonds (bons délivrés à tout nouvel habitant, à toute nouvelle naissance, en guise de gratifications de fin d'année). Promouvoir ces bons auprès des employeurs privés ;
- Localiser les flux financiers induits par le commerce de détail, en faisant la promotion des circuits courts ;
- Encourager la mutualisation entre commerçants eux-mêmes (mutualisation des données clients, une seule carte de fidélité, etc.) ;
- Soigner les vitrines, l'accueil, la qualité des produits et le service après-vente, en faisant ce que le web ne sait pas faire ;
- Communiquer auprès des habitants : « Lorsque j'achète local, je contribue à enrichir mon voisin et moi aussi ».

#### En matière de gouvernance :

- Encourager la coopération entre acteurs privés, privés et publics, privés et associatifs, etc. En effet, il n'y a pas d'innovation sans coopération ;
- Créer une structure associative (faciliter le dialogue et la création de projets entre pouvoir public, acteurs économiques, acteurs culturels, etc.) ;
- Engager un-e délégué-e au centre-ville (sur le modèle de Porrentruy).

L'étude a démontré l'importance de la création d'un groupe de travail multipartite comme élément-clé sans lequel la mise en œuvre des projets proposés sera probablement compromise. Par contre, ce groupe de travail ne suffira pas. Ce même groupe de travail devrait être considéré comme une Commission *ad hoc* à laquelle un-e chargé-e de mission devrait pouvoir répondre. Ce nouveau poste transversal – qui s'apparente à la fonction d'un-e délégué-e au centre-ville – aurait pour mission de mettre en œuvre les propositions ci-dessous qui forment un cahier des charges. Les premiers éléments de ce cahier des charges seraient :

- Gestion des questions immobilières : tenue d'une liste des locaux vides ; prises de contact avec les propriétaires pour inciter les loyers à la baisse ; prise de contact avec les commerçants pour trouver des repreneurs de baux (nouveaux commerçants) ;
- Mise en réseau avec l'Office du tourisme pour la promotion du centre-ville depuis le restoroute ;

- Mise en œuvre d'un système de carte fidélité et d'une base de données clients ;
- Mise en œuvre d'un système de location des salles communales dont le coût serait pondéré par l'origine des fournitures (réduction en cas d'appel à des fournisseurs locaux) ;
- Participation à l'organisation d'un marché hebdomadaire et d'un événement mensuel sur le modèle du First Friday biennois ;
- Participation à l'élaboration d'un plan parking / mobilité avantageant la possibilité de venir faire ses courses au centre-ville ;
- Promotion du « consommer local » auprès des ménages ;
- Participation à l'harmonisation des vitrines et terrasses du centre-ville ;
- Gestion du secrétariat de la Commission *ad hoc* des commerçants.

Le Conseil communal est convaincu par la création d'un tel poste, évalué à 80-100% et qui pourrait être envisagé sur la base d'un contrat à durée déterminée de 2 ans. Selon le degré d'atteinte des objectifs, le degré de satisfaction des commerçants ainsi que la capacité financière de la Commune, ce poste de délégué-e au centre-ville pourrait être pérennisé. Le montant nécessaire pour la création de ce nouveau poste en CDD pour une durée de 2 ans est estimé à CHF 200'000.00, charges sociales comprises. Actuellement, au niveau de la Commune, il n'y a personne au sein du personnel communal qui puisse se consacrer pleinement à la promotion économique et qui peut jouer ce rôle de facilitateur, de coordinateur ou encore de donneur d'impulsions.

### Synthèse

En résumé, le Conseil communal demande au Conseil général l'octroi d'un montant de CHF 260'000.00 réparti de la manière suivante :

- CHF 60'000.00 de relance touristique comme contribution à l'Office du tourisme pour la mise en place d'une nouvelle attraction touristique dès cette année ;
- CHF 200'000.00 comme relance économique pour l'engagement d'un-e chargé-e de mission pour une durée de 2 ans.

Le Conseil communal estime que le moment est opportun pour investir dans la relance économique et touristique de notre Commune. Cette démarche est aussi cohérente et judicieuse au niveau de la temporalité avec les travaux de rénovation de la Rue de l'Hôtel de Ville puis de la Grand-Rue qui vont se dérouler dès cet automne et qui vont remodeler le cœur de notre cité. En effet, plusieurs mesures d'accompagnement, et conditions-cadres, notamment au niveau de la mobilité, des aménagements urbains ou de l'embellissement du centre-ville, pourront intervenir dans le cadre de ces travaux.

## 3. Financement

Le montant de CHF 260'000.00 TTC sera financé par les liquidités courantes ou l'emprunt, le cas échéant au meilleur taux du marché.

Le montant de CHF 60'000.00 (contribution à l'Office du tourisme) sera porté à charge du compte 830.352.00, en dépense extrabudgétaire sur l'année 2020.

Le montant de CHF 200'000.00 sera proportionnellement réparti pendant 2 ans sur les comptes liés aux salaires du personnel et charges sociales de la rubrique 020, en dépense extrabudgétaire pour l'année 2020, puis dans le cadre du processus budgétaire dès 2021.

## 4. Conclusion

Le Conseil communal demande au Conseil général de bien vouloir lui octroyer une autorisation de dépense de CHF 260'000.00 pour différentes actions de relance économique et touristique suite au COVID-19.

Message validé par le Conseil communal lors de sa séance du 25 mai 2020.

AU NOM DU CONSEIL COMMUNAL :

Le Secrétaire général :  
Lionel Conus



Le Syndic :  
Eric Chassot

**Conseillers communaux responsables :** Eric Chassot, Syndic  
Samuel Ménétreay, Dicastère Culture, Tourisme et Sécurité