

Zeitschrift: Habitation : revue trimestrielle de la section romande de l'Association Suisse pour l'Habitat

Herausgeber: Société de communication de l'habitat social

Band: 46 (1973)

Heft: 1

Artikel: Aménagement du territoire et grandes surfaces de vente

Autor: Ruffy, Vivtor

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-127426>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 14.05.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Conclusion

En guise de conclusion, après ce tour d'horizon des aspects économiques des nouveaux équipements commerciaux, il convient peut-être de prendre sur un point au moins la mesure des choses. Par leur apparition fracassante sur le marché européen, par leurs dimensions et leur allure « américaines » aussi bien sûr, les grandes surfaces implantées en périphérie tendent à concentrer sur elles l'attention générale, du public comme des pouvoirs publics et de la concurrence. Un peu plus, et on les confond purement et simplement avec les équipements commerciaux modernes, dont elles ne sont en définitive qu'une forme, tout au plus très spectaculaire. Elles ont effectivement pris un essor fantastique là où il restait de la place pour elles, c'est-à-dire là où les structures de la distribution pouvaient laisser espérer aux nouveaux arrivants les bénéfices de l'effet de surprise, toujours bon à exploiter en commerce, là où, comme en France par exemple, les formules plus anciennes de la distribution intégrée leur laissaient tout un champ d'action.

Or la Suisse dispose, on le sait, d'un appareil de distribution moderne, et, autant qu'on puisse en juger par comparaison avec l'étranger, dans l'ensemble fort efficace. L'entrée sur un tel marché national, au surplus de petite taille et strictement compartimenté, n'a rien d'une partie jouée d'avance. Le retrait discret des différentes sociétés de distribution américaines qui ont à un moment ou à un autre envisagé une extension en Suisse montre assez le caractère risqué de l'aventure. Dans ces conditions, on peut assurer que la vague des hypermarchés ne roulera pas en Suisse, ou du moins pas sous la même forme sauvage qu'elle a pu prendre à l'étranger. Elle roulera tranquillement, calmée si je puis dire, à l'helvétique. Déjà la formule est récupérée par les entreprises-institutions, qui en feront la version assagie dont le MMM de Crissier pourrait être le modèle.

A cet assagissement contribueront évidemment aussi les réglementations publiques, notamment celles relatives à l'aménagement du territoire, sans compter les projets que l'on ne pourra ou ne voudra plus exécuter, le manque de moyens financiers pouvant bien, en l'occurrence, se révéler le début de la sagesse en matière d'implantations.

Yvette Jaggi,
docteur en sciences politiques,
collaboratrice au Fonds national
de la recherche scientifique

Dans son ouvrage, intitulé en français *Géographie des Marchés et du Commerce de détail*, Brian J.-L. Berry, retraçant l'évolution historique des principaux marchés de l'Iowa, déclare, à propos des effets de l'apparition du chemin de fer sur le maintien des centres, que c'est le processus de concurrence qui est le plus important; ceux qui lui ont survécu obéissaient le mieux aux règles d'orientation vers le consommateur en s'installant aux endroits d'accessibilité maximale¹.

En Suisse, dès 1969, tenant compte de la relance de la concurrence, liée à l'abandon des prix imposés, et de l'aménagement progressif d'un nouveau réseau de voies de communication, le secteur du commerce de détail a procédé et procède à un rajustement spectaculaire qui est en train de déboucher sur une nouvelle géographie des centres commerciaux où la périphérie des agglomérations et la rase campagne se disputent leur implantation. Conséquence de la mobilité quotidienne ou hebdomadaire assurée désormais par le moyen de transport individuel, les centres commerciaux s'établissent soit à l'embranchement d'une autoroute, à proximité d'une ville, soit simplement à un embranchement sur les tronçons qui canalisent le flot des migrations de fin de semaine à destination des résidences secondaires. L'autoroute du Simplon ainsi que la nationale N° 12 sont appelées à devenir à cet égard de véritables chapelets de centres commerciaux.

En fonction de ces nouvelles données, les entreprises de commerce de détail ne font que profiter au plus vite de l'infrastructure nouvellement mise en place, asseoir rapidement leur réputation grâce à une politique de prix bien étudiée et provoquer un changement de comportement chez les consommateurs. Techniquement parlant, le problème n'apparaît pas insurmontable. Déterminer l'aptitude des unités spatiales puis les attribuer en fonction des besoins spécifiques des divers secteurs économiques relève de l'élémentaire planification physique. Nul doute qu'à cet égard on puisse trouver des terrains à l'usage du commerce sans pour autant porter préjudice à d'autres secteurs, notamment à l'agriculture, dimensionner le réseau routier d'après la charge supplémentaire engendrée par les centres en question, et, finalement, concevoir une clé de répartition équitable entre secteurs privés et publics pour le financement de l'infrastructure.

¹ Brian J.-L. Berry, *Géographie des Marchés et du Commerce de détail*. Paris, Colin, 1971.

A ce niveau de préoccupation, les difficultés pourraient être facilement écartées. A condition que chaque intéressé puisse s'installer, la concurrence, apanage encore reconnu de l'économie libérale, en ressortirait revigorée et surtout la liberté du commerce, principe fondamental de notre Constitution, serait respectée de manière pratiquement absolue.

Cependant, par son adaptation aussi rapide et aussi fondamentale (on serait tenté de parler de mutation), l'activité commerciale acquiert une ampleur nouvelle qui la fait accéder à une aire d'influence beaucoup plus vaste et simultanément abandonner son siège traditionnel, la ville.

Les conflits d'intérêts et les divergences dans les prises de position devant la nouveauté du problème

Cette transformation si subite, prenant de court la plupart des citoyens – producteurs, consommateurs – a suscité des conflits d'intérêts et provoqué des prises de position contradictoires suivant leur provenance politique ou économique, individuelle ou collective, privée ou publique.

Les communes

L'hémorragie du pouvoir d'achat que peut provoquer la création de centres commerciaux périphériques par sous-traction au commerce traditionnel des communes urbaines ainsi que l'atteinte portée à l'activité villageoise à travers l'élimination des commerces ruraux autour de leur point de localisation poussent certains édiles à s'opposer à ce mouvement au moyen d'une politique concertée. Cependant, les quelques communes privilégiées ont marqué jusqu'à présent un intérêt évident vis-à-vis de ces réalisations lorsque leur position les désigna à l'attention des spécialistes d'un marketing. Cela s'est traduit par la volonté de modifier un règlement communal qui autorisait désormais l'ouverture nocturne ou encore par la vente de terrains aux groupes intéressés, consentie par des bourgeoisies ou des sociétés de développement dans lesquels les intérêts communaux sont majoritaires. Devant la force du phénomène, certaines communes ont passé de la réticence à l'incitation en jugeant préférable d'accueillir de telles réalisations sur leur propre territoire plutôt que de les voir s'installer chez

la voisine. Le même raisonnement prévaut d'ailleurs au niveau des cantons et prévaudra tant qu'une législation en la matière fera défaut au niveau national. Est-il besoin de rappeler que le succès du centre de Spreitenbach repose autant sur le comportement des consommateurs zurichois qu'argoviens.

Cependant les collectivités urbaines réticentes appuyées par le commerce en place ont tenté de tempérer l'ardeur des nouveaux venus et de contrôler leur nombre à travers une politique intercommunale. N'est-ce pas en effet, en ce qui concerne le premier point, la prise en considération des intérêts légitimes des communes voisines qui a conduit le Tribunal fédéral à confirmer la décision du Conseil d'Etat refusant l'ouverture nocturne à Carrefour?

Le commerce en place

Le commerce en place est partagé, hésitant, il sonde l'opinion, redoute de heurter de front le consommateur et pendant une certaine période s'abritera derrière les arguments de ceux qui démontrent que la progression du travail nocturne est une régression sur le plan social et qu'elle comporte des dangers pour la vie de famille des employés astreints à un tel horaire.

La consommation

La situation évolue semble-t-il actuellement très rapidement devant les résultats des sondages et un revirement n'est pas à exclure auprès des consommateurs. Car le consommateur, bien que producteur et citoyen, décide aujourd'hui et sa préoccupation se résume à pouvoir acheter le plus possible, le mieux possible, le plus vite possible. Aussi est-il prêt à oublier ses autres préoccupations pour satisfaire son programme aussi impératif qu'élémentaire et à préconiser toute mesure contribuant à y répondre au mieux. Que l'automobile devienne un jour indispensable pour faire des achats lui importe peu, il sait aujourd'hui que la nouvelle forme de commercialisation proposée lui offre la possibilité d'amortir plus facilement un bien dont il dispose de toute façon.

L'économie générale

Il conviendrait maintenant d'apporter les résultats d'une étude qui aurait été consacrée aux conséquences d'un tel phénomène sur l'économie globale, c'est-à-dire qui comprendrait, en plus des coûts des entreprises, les coûts sociaux imputables à l'économie publique ainsi que l'ensemble des bénéfices.

En l'absence de telles données, nous sommes obligés de nous limiter à quelques questions, à ne considérer que comme des hypothèses de départ d'une hypothétique étude.

La lutte que mène entre eux les grandes chaînes de magasins et les efforts déployés par les commerçants en place des centres traditionnels sont-ils réellement profitables ou n'est-on pas en train d'assister à un gigantesque gaspillage d'argent, de forces, d'espace, qui aboutira à un tel déséquilibre entre les possibilités offertes et les besoins qu'on assistera, comme on le voit ailleurs, à des fiascos et à des fermetures? Quels sont alors les freins à aménager sur les mécanismes de concurrence?

La simple planification physique n'est pas suffisante.

Par ailleurs, cette forme de commercialisation reposant sur le consommateur motorisé aussi bien rural qu'urbain, n'entre-t-elle pas directement en conflit avec une restructuration des villes grâce à l'aménagement de moyens de transport en commun? Il faudrait tout au moins que cette forme ait une période de vie relativement courte pour qu'on puisse revenir à une forme plus urbaine, une fois que le réseau de transport urbain est aménagé.

Enfin doit-on considérer cette évolution comme une menace passagère et des plus salutaires pour les villes qui ont à relever désormais le défi en augmentant la qualité de vie offerte aux citoyens?

Les intérêts de la ville

Cette évolution économique très récente serait ressentie moins violemment si elle n'entraînait pas avec elle une remise en question de la ville et si, par l'élimination d'une de ses fonctions originelles, elle ne mettait pas en danger sa structure traditionnelle.

L'architecture et l'urbanisme ont été pendant longtemps façonnés par l'activité commerciale qui a triomphé dans le milieu urbain grâce au pouvoir d'attraction que ce dernier exerçait sur les populations des alentours. De plus, la taille habituelle des villes permet, sur le plan interne, d'associer assez étroitement jusqu'au XVII^e siècle les lieux de résidence, de travail et de consommation.

Il appartient à la phase industrielle de provoquer un premier déséquilibre dans le tissu urbain par une séparation des fonctions habitat-production liée notamment à l'emprise au sol massive de certains complexes. Parallèlement, les centres des villes se spécialisèrent dans l'activité commerciale et provoquèrent par cette diversification à grande échelle à l'intérieur du tissu urbain, une nouvelle

dissociation des fonctions séparant les lieux de résidence de ceux réservés au commerce. A l'inverse des activités industrielles, les activités commerciales migrèrent de l'extérieur vers l'intérieur. Il est intéressant de noter qu'à Lausanne l'installation de centres commerciaux s'est poursuivie au cœur de la ville jusqu'à ces toutes dernières années. Les sept grands magasins se trouvent regroupés sur un cercle de moins de 600 m. de diamètre. On n'a guère pris garde aux déséquilibres provoqués dans les agglomérations par ces tropismes tant que ces derniers étaient profitables aux centres des cités. Il en va tout autrement lorsqu'à l'avènement de la société de consommation, devant l'impossibilité désormais de développer une telle activité dans le milieu urbain, le mouvement subitement s'inverse au profit de la périphérie. Imaginer que les centres culturels viennent encore se greffer sur ces centres commerciaux périphériques revient à sceller définitivement le sort des villes. Devant le péril qui menace la cité, un journal comme *Domaine public* écrit: «Tout cela demeure fondamentalement contraire à l'aménagement du territoire dont la tâche première reste la mise en valeur du centre des villes, lié à l'histoire, au civisme; et si des centres commerciaux secondaires sont nécessaires, ils devraient être unis à des villes périphériques assez fortes pour les intégrer¹.»

L'intégration d'un centre commercial devrait être conçue en fonction du rôle structurant comme lieu de rencontre à l'intérieur d'un quartier, d'une unité de voisinage. Cependant l'adjonction de ce rôle, à supposer qu'on le considère aujourd'hui comme encore valable – car il est facile de démontrer que cette nouvelle forme d'implantation est d'abord la conséquence avant d'être la cause de la dégradation urbaine – se heurte au problème physique posé par l'intégration de telles réalisations à un tissu urbain quelconque. Reposant sur les faveurs des clients en automobile, ces établissements s'entourent de parcs recouvrant une superficie quatre fois plus grande que celle qui est réservée aux surfaces de vente et font par là le vide architectural autour d'eux. Leur fonction est pratiquement incompatible avec un renforcement du tissu urbain. Cette constatation indique bien que leur localisation, dans la mesure où la garantie de la liberté du commerce autorise leur établissement, ne peut être que subordonnée à la légalisation de zones franches de conflits et correctement raccordées au réseau ainsi qu'à une participation aux frais

¹ *Domaine public*, N° 175, 20 avril 1972.

d'infrastructure. Toute volonté d'insérer de telles réalisations dans un contexte urbain serait un non-sens.

Cette constatation suggère à la fois la politique possible à court terme vis-à-vis de ces centres commerciaux et les éléments d'une riposte de la part du milieu urbain existant. On les trouve contenus pour le cas de Lausanne dans le rapport d'Urbaplan, intitulé «Centres secondaires et équipement commercial¹». Les centres secondaires aménagés à l'intérieur de l'agglomération devront supprimer une partie du déséquilibre congestionnant aujourd'hui le centre. Ils devront associer étroitement la fourniture des biens à celle des services. En ce qui concerne la circulation, ils devront répondre aux conditions suivantes:

- Accessibilité aisée par les transports en commun et par les transports individuels.
- Le centre doit être libéré de tout trafic de véhicules.
- Le stationnement doit être organisé en périphérie du centre.

Bien que considérés dans une optique différente de celle de centres commerciaux nouveaux, les centres secondaires projetés à l'intérieur restent malgré tout partiellement tributaires de l'automobile.

L'art consistera donc à localiser judicieusement les espaces à affecter aux parcs à voitures et à les intégrer le mieux possible dans l'urbain. La libre disposition des terrains pour un tel usage n'existe pas encore. Il reste donc à notre droit à évoluer de manière à reconnaître à de telles initiatives un intérêt public. La chose n'apparaît pas a priori comme impossible, quand bien même la revente d'un terrain exproprié à des tiers puisse soulever des difficultés. Peut-être la création d'une fondation de droit public accordant des droits de superficie faciliterait-elle la chose?

A supposer que cet obstacle d'ordre juridique soit aplani, cette démarche, aussi souhaitable qu'elle soit, n'en comporte pas moins des dangers qu'il est indispensable de mettre en évidence. En effet, il ne suffit pas d'offrir aux pouvoirs publics la possibilité juridique de disposer des espaces pour qu'ils soient en mesure d'aménager valablement les centres secondaires, il faut savoir encore quel est le prix qu'ils auront à payer. Nous avons déjà eu l'occasion de démontrer que les besoins en espace pour les commerces de ce type sont très vastes et que le prix du terrain au cœur des villes avec la rente foncière qu'il entraîne devient exclusif pour beaucoup de commerces². Mettre en devoir le secteur public de rétablir une situation qui se détériore en raison des lois du marché foncier tout

en exigeant de lui, parallèlement, qu'il offre aux futurs commerçants des locaux à loyers normaux, cela sans sa participation à fonds perdu serait le condamner à l'impossible. On ne peut concevoir une telle politique sans envisager parallèlement une décision capitale consistant à subventionner sous une forme ou sous une autre le commerce de détail lorsque sa localisation sera conforme au plan.

En sous-estimant cette difficulté, les urbanistes courent le risque de créer des centres secondaires qui ne pourraient accueillir que des activités rapportant énormément à la surface de plancher et n'appartenant pas, on l'a vu, au secteur du commerce ou pire encore de créer ce que les Allemands appellent des *Planungsruinen* dont les détracteurs de l'aménagement du territoire se gaussent tant.

Si cette décision capitale, à savoir le subventionnement, ne devait pas être prise, et on peut aisément imaginer qu'elle ne le sera pas si les conditions politiques ne changent pas, il ne resterait plus qu'à poser alors la question suivante:

«Des intérêts économiques centrifuges ou centripètes, quels seront les vainqueurs?» Car il s'agit bien dans les deux cas d'intérêts économiques liés à l'activité commerciale et présentés comme tels sous deux variantes spatiales différentes.

Dans l'immédiat, au point de vue de l'aménagement du territoire, on peut espérer dans le meilleur des cas, compte tenu de l'échelle du phénomène, qu'une réglementation intervienne au *niveau fédéral* afin de lui conférer, à travers l'égalité de traitement qui en résultera sur tout le territoire suisse, le minimum d'efficacité.

Ce sera une légère amélioration par rapport à la situation actuelle, car il est significatif de constater l'omission de ce problème dans les conceptions directes partielles de l'ORL. Cependant, cette réglementation, même fédérale, ne pourra que rester dans les limites de la planification physique. Elle consistera à subordonner la délivrance du permis de construire à un examen de la parcelle, de la zone et de ses prolongements permettant de dire si oui ou non les conditions techniques requises sont réunies. Il s'agira donc de décisions de cas en cas conséquentes

¹ Urbaplan, *Centres secondaires et équipement commercial*. Lausanne, octobre 1971.

² Victor Ruffy, «La géographie urbaine ou la science du métabolisme» dans *Habitation*, octobre 1970.

à une analyse ponctuelle des répercussions alors même que ces demandes relèveront d'analyses détaillées à l'échelon régional. La géographie du commerce dispose maintenant de critères devenus de plus en plus solides, permettant de construire les modèles les plus élaborés. Purement sectorielle, cette planification commerciale recherchera une optimisation des profits et s'inscrira dans la ligne générale d'une politique économique axée davantage sur le plus-avoir que sur le mieux-être. Mais en matière d'aménagement du territoire, peut-on exiger du secteur commercial plus que d'un autre secteur quand on sait la cote dont il jouit dans une société d'abondance et orientée vers la consommation, car comme le dit Laborit: «Il y a les spécialistes et bien souvent les problèmes de l'urbanisme sont réduits aux seuls problèmes spécialisés, car ils demeurent dans le domaine des sous-ensembles spécialisés et leur nombre, leur apparente diversité cachent les niveaux d'organisation plus élevés et interdit la mise en place de ces sous-ensembles spécialisés dans les ensembles plus généraux ¹.»

Au cas où aucun mouvement dialectique ne serait plus possible, la ville ne trouvant plus les forces pour riposter, il faudra s'attendre à voir cette forme de commercialisation contribuer à distendre encore plus le tissu urbain qui gagnera sous une forme lâche la périphérie des villes de notre Moyen-Pays en en faisant un espace semi-urbanisé et à voir disparaître l'image traditionnelle désormais mythique des villes, dont bien peu d'ailleurs ont su rester des cités.

A l'opposé, au lieu de subir cette évolution, on peut se mettre à imaginer une société se pensant elle-même et s'offrant surtout les moyens d'alimenter ses réflexions; moyens qui porteraient sur l'examen systématique des automatismes acceptés au nom de valeurs sociales héritées mais peut-être préjudiciables dans les conditions actuelles. Il est incontestable qu'à cet égard, en matière d'aménagement, la plus-value foncière exerce des effets dissociateurs dont il est difficile de mesurer toutes les conséquences. Mais, d'ores et déjà, il est possible de dire qu'il s'agit d'un mécanisme déterminant dans la distribution des utilisations du sol, beaucoup plus décisif que tous les plans des urbanistes. Cette attitude nouvelle manifesterait donc également la volonté d'une très grande transparence en matière économique afin de pouvoir juger, sur le plan global, le plus objectivement possible de l'avantage de telle ou telle initiative ou projet. Enfin, et directement rattaché à ce qui précède, au lieu de dissocier les fonctions pour mieux les projeter séparément sur l'espace, suivant leurs propres lois, la société rechercherait systématiquement leur intégration dans la perspective d'une qualité de vie accrue.

Victor Ruffy, géographe

¹ Henri Laborit, *L'Homme et la Ville*. Paris, Flammarion, 1971.

La voix qui crie dans le désert...

«Ce dont la Nature a le plus besoin, c'est d'une politique nouvelle, d'un refus de laisser notre terre mourir pour le profit. Pour éviter la catastrophe, il faudra ralentir fortement l'expansion de la population... Mais cela ne suffira pas. La croissance économique, beaucoup plus rapide que la croissance démographique, continuera à aggraver les nuisances jusqu'au point de rupture psychique et

physique, si nous ne transformons pas fondamentalement l'orientation du développement. Il n'y a pas de solution à la crise de l'environnement si l'on ne change pas le système économique en substituant au libéralisme matérialiste un humanisme socialiste, au culte du veau d'or l'idéal d'un progrès de l'homme, au «laissez-faire», la direction de l'Etat, au nationalisme, le mondialisme.» HSM