



Attractivité et accessibilité du centre-ville de Lausanne

4 juin 2024

Personnes présentes

- Florence Germond, conseillère municipale, direction des finances et de la mobilité
- Pierre-Antoine Hildbrand, conseiller municipal, direction de la sécurité et de l'économie
- Anne-Lise Noz, présidente de la Société coopérative des commerçants lausannois
- Claude Jutzi, président de l'Association du Quartier rue de Bourg et Saint-François
- Sébastien Munafò, directeur filiale suisse de 6t



Enquêtes pour comprendre les pratiques et aspirations au centre-ville



6t bureau
de recherche



ATTRACTIVITÉ ET ACCESSIBILITÉ DU CENTRE- VILLE DE LAUSANNE

PRINCIPAUX RÉSULTATS DE L'ÉTUDE



Ville de Lausanne

6t-bureau de recherche
Rue des Voisins 15 | 1205 Genève
info@6-t.co | www.6-t.co
+41 22 552 02 98

OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE

> Objectifs de l'étude

- > Offrir une photographie précise et objective des pratiques de mobilité et de fréquentation du centre-ville de Lausanne
 - > Comment s'y rend-t-on ?
 - > Quels liens avec les achats et la consommation ?
 - > Quelles aspirations sur la thématique de l'accessibilité et de l'espace public ?

> Les mandataires



6t-bureau de recherche : cabinet indépendant spécialisé dans l'analyse de la mobilité, du territoire et des modes de vie



M.I.S trend : institut de sondage basé à Lausanne

> 3 enquêtes complémentaires

> Une enquête in situ au centre-ville de Lausanne

- Des données objectives auprès des visiteurs effectifs du centre-ville
- **2'023** personnes enquêtées sur 6 lieux du centre-ville en octobre 2022

> Une enquête complémentaire en ligne

- Enquête en ligne auprès d'un échantillon représentatif de la population (Lausanne, reste du PALM, canton de Vaud hors PALM).
- Objectif : interroger également des personnes qui ne fréquentent pas (ou peu) le centre-ville
- **1'060** personnes enquêtées

> Une enquête auprès des commerçants

- Enquête envoyée aux 1'276 commerçants du centre-ville de Lausanne
- **172 réponses**

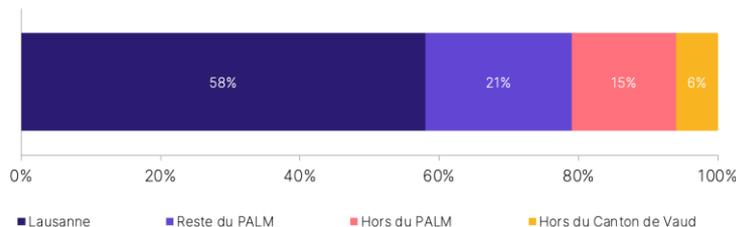
PROVENANCE DES VISITEURS

- > Les visiteurs du centre-ville de Lausanne habitent en très grande partie à proximité. La plupart sont Lausannois.

Enquête in situ

- > **58%** résident à Lausanne (**19%** au centre-ville), **21%** dans le reste du PALM, **15%** dans le canton hors PALM et **6%** hors canton de Vaud

PROVENANCE DES ENQUÊTÉS PRÉSENTS AU CENTRE-VILLE POUR UN MOTIF COMMERCIAL

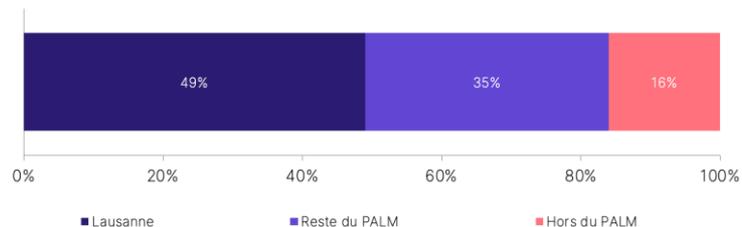


N présents au centre-ville pour un motif "commercial" (sans données manquantes): 1326
Calculs et infographie: Et-bureau de recherche

Enquête en ligne

- > Parmi les répondants qui se sont rendus au centre-ville pour un motif « commercial » au cours des 2 semaines précédant l'enquête, **49%** résident à Lausanne, **35%** dans le reste du PALM

PROVENANCE DES ENQUÊTÉS QUI SE SONT RENDUS AU CENTRE-VILLE POUR UN MOTIF COMMERCIAL AU COURS DES DEUX DERNIÈRES SEMAINES



N dernière visite dans les deux dernières semaines: 760
Calculs et infographie: Et-bureau de recherche

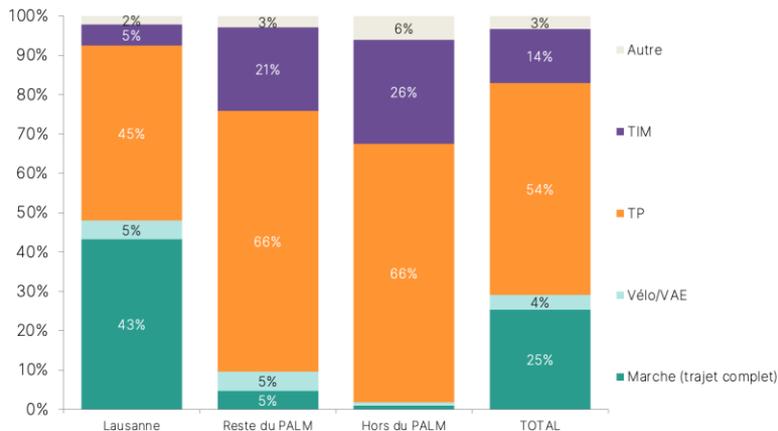
MODES DE TRANSPORT UTILISÉS

- > Les transports publics représentent les modes les plus utilisés pour venir au centre-ville.
- > Plus les visiteurs habitent proche, plus la part de la marche est importante, plus ils habitent loin, plus la part des transports individuels motorisés est élevée.

Enquête in situ

- > La marche et les TP sont les modes les plus utilisés

MODES UTILISÉS POUR SE RENDRE AU CENTRE-VILLE SELON LE LIEU DE RÉSIDENCE

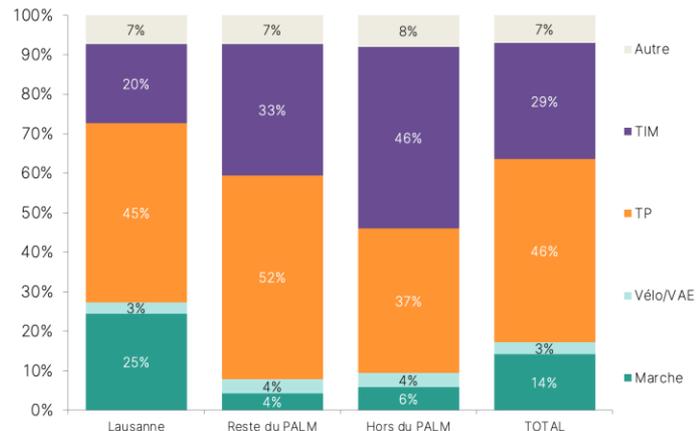


Enquête en ligne

- > Les TP dominent, surtout chez les résidents du PALM

MODES UTILISÉS POUR SE RENDRE AU CENTRE-VILLE SELON LE LIEU DE RÉSIDENCE

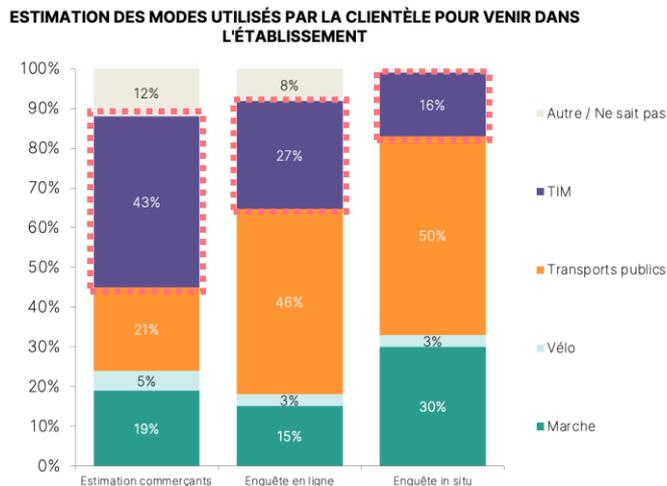
>



MODES DE TRANSPORT UTILISÉS

- > Les commerçants estiment que 43% de leurs clients viennent en voiture.
- > L'enquête en ligne indique, elle, une part de 27% et l'enquête in-situ 16%.

Enquête auprès des commerçants



Données supplémentaires : Microrecensement 2015

- > Utilisées pour une troisième mesure complémentaire sur cette question
- > A l'époque, les TP ressortent également comme le premier mode utilisé
- > Les TIM enregistrent une part de 31%

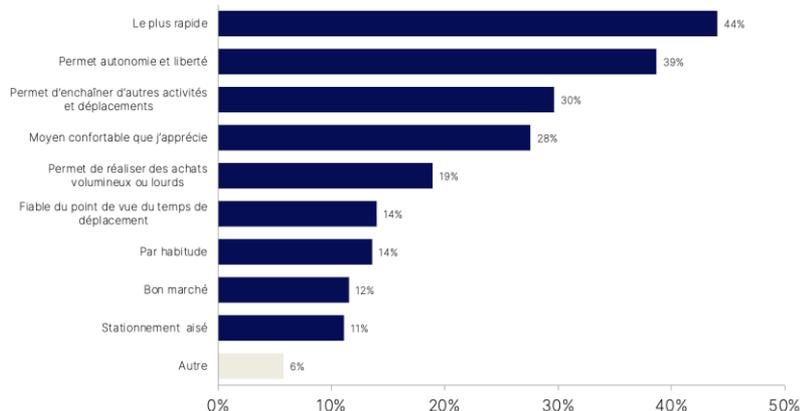
	MRMT 2015
Marche	26%
Vélo / VAE	1%
TP	42%
TIM	31%

FOCUS SUR LES AUTOMOBILISTES

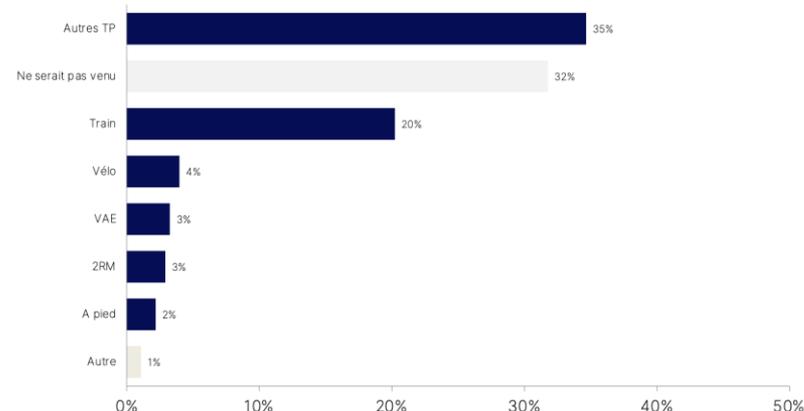
- > Le transport des achats lourds ou volumineux n'apparaît pas comme le motif principal du choix de la voiture pour venir au centre mais plutôt la rapidité, l'autonomie, l'enchaînement des déplacements.
- > S'ils n'avaient pas pu venir en voiture, la majorité des automobilistes indique qu'ils auraient utilisés un autre mode, en premier lieu les transports publics et le train. 32% ne seraient pas venus.

Enquête en ligne

RAISONS D'UTILISATION DE LA VOITURE



ALTERNATIVES À LA VOITURE

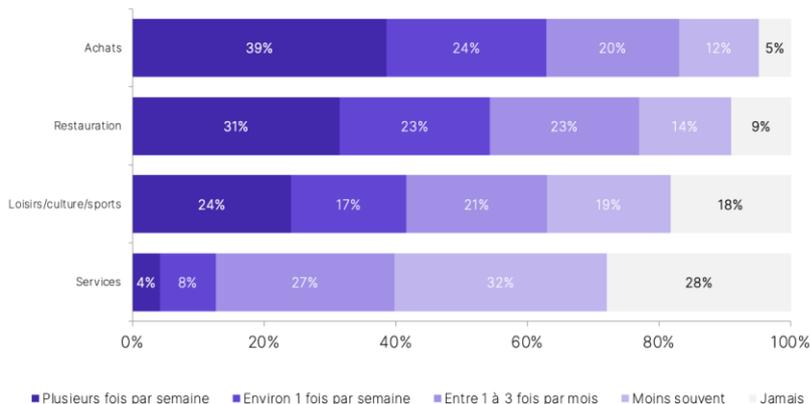


FRÉQUENCE DE VISITE DU CENTRE-VILLE

- > Les fréquences de visite du centre-ville sont élevées. Elles le sont d'autant plus que les personnes interrogées habitent proche.
- > Seuls 17% des enquêtés se rendent très occasionnellement ou pas du tout au centre-ville
- > Les achats représentent le premier motif de visite du centre-ville

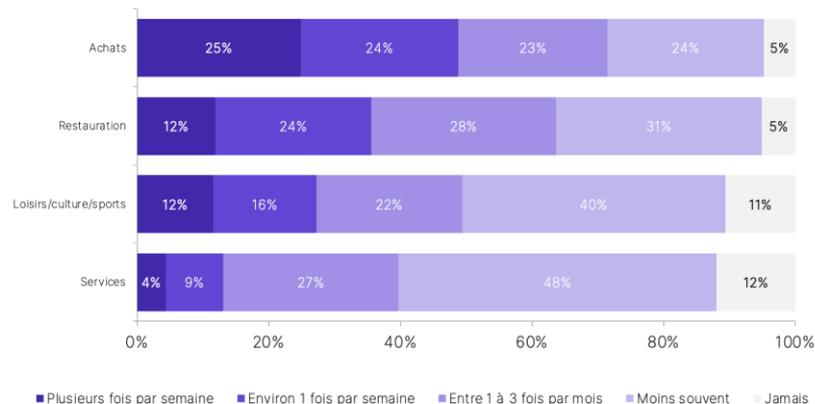
Enquête in situ

FRÉQUENCE DES ACTIVITÉS "COMMERCIALES RÉALISÉES" AU CENTRE-VILLE



Enquête en ligne

FRÉQUENCE DES ACTIVITÉS "COMMERCIALES" RÉALISÉES AU CENTRE-VILLE



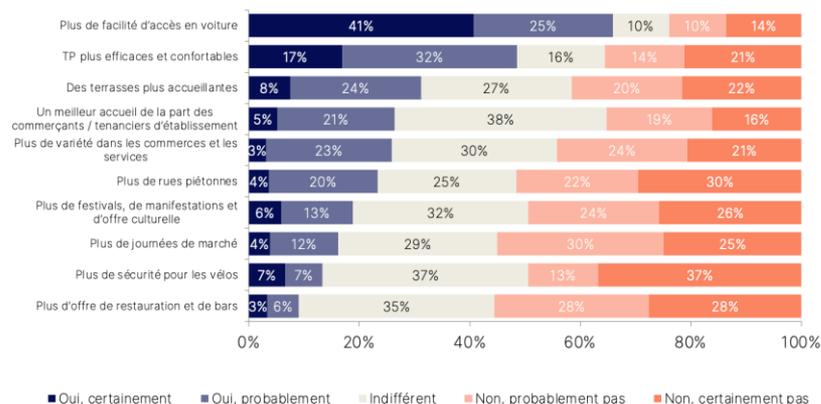
FOCUS SUR LES VISITEURS OCCASIONNELS OU NON VISITEURS

- > Les visiteurs peu fréquents privilégient une destination plus proche de leur domicile. Une part conséquente d'entre eux (47%) expliquent leurs visites peu fréquentes par le fait que le centre-ville est trop difficilement accessible.
- > De meilleures accessibilités TIM mais aussi TP sont soulignées comment éléments incitatifs pour venir plus souvent au centre.

Enquête en ligne

Pour quelle(s) raison(s) ne vous rendez-vous pas – ou peu – au centre-ville de Lausanne ? (N=185)	
« Je préfère opter pour une destination plus proche de mon domicile »	64%
« Le centre-ville de Lausanne est trop difficilement accessible »	47%
« Le centre-ville de Lausanne est trop cher »	24%
« Je préfère réaliser mes achats en ligne »	17%
« Je préfère opter pour une destination plus proche de mon lieu de travail ou de formation »	14%

ÉLÉMENTS INCITATIFS POUR SE RENDRE AU CENTRE-VILLE

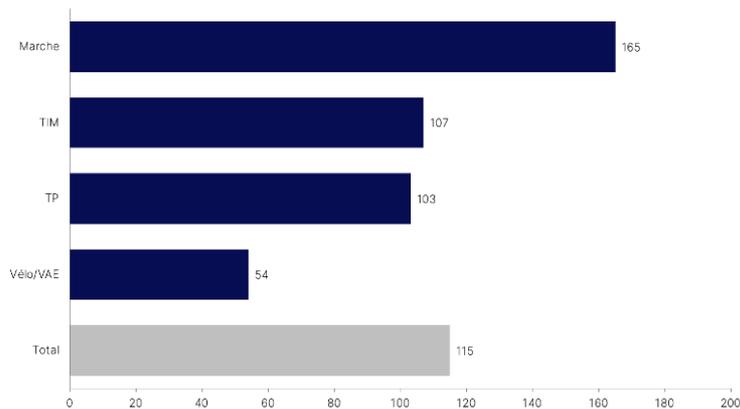


MONTANTS DÉPENSÉS DANS LES COMMERCES

- > Les visiteurs venus en voiture ont dépensé le plus d'argent, mais cela est contrebalancé par des fréquences de visites plus faibles.
- > À une échelle mensuelle extrapolée (fréquence x montant), on estime ainsi que ce sont les piétons qui dépensent le plus d'argent au centre-ville.

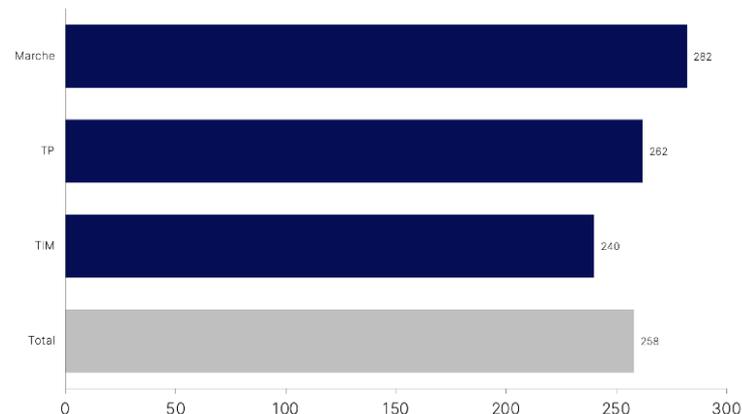
Enquête in situ

ESTIMATION DES MONTANTS DÉPENSÉS MENSUELLEMENT POUR LES ACHATS (EN CHF), SELON LE MODE DE TRANSPORT UTILISÉ LE JOUR DE L'ENQUÊTE



Enquête en ligne

ESTIMATION DES MONTANTS DÉPENSÉS MENSUELLEMENT POUR LES ACHATS (EN CHF), SELON LE MODE DE TRANSPORT UTILISÉ LORS DE LA DERNIÈRE VISITE

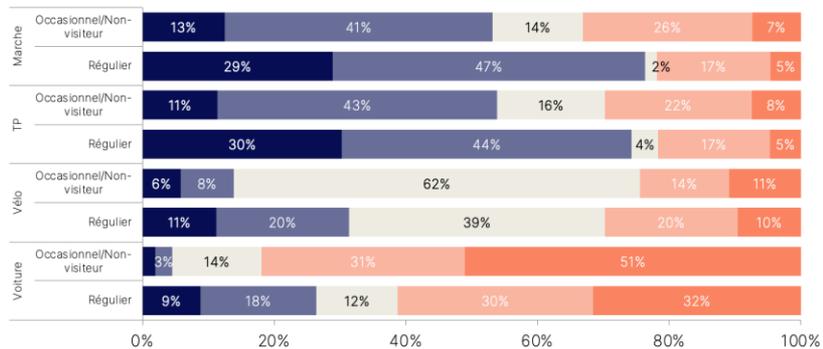


OPINIONS DES VISITEURS

- > La très grande majorité est satisfaite de l'accessibilité du centre-ville à pied et en transports publics. L'accessibilité à vélo et en voiture est jugée insatisfaisante (plus marquée chez les visiteurs occasionnels).
- > Une part importante des visiteurs estime qu'il y a trop de voiture en ville, mais aussi qu'il y a un nombre insuffisant de places de stationnement.
- > Le manque de nature et de végétation est souligné.

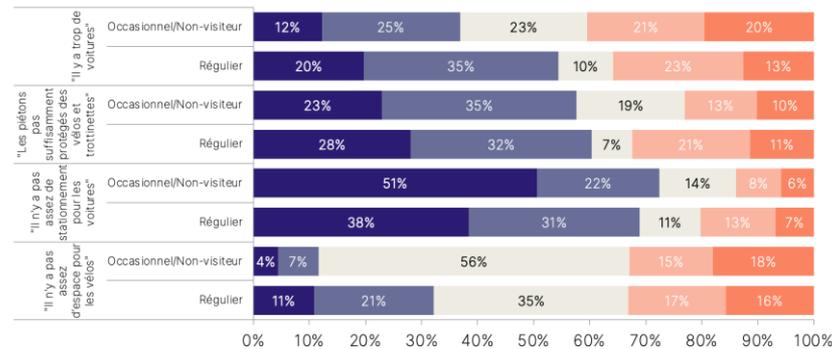
Enquête en ligne

ACCESSIBILITÉ DU CENTRE-VILLE SELON LES MODES ET LE TYPE DE VISITEUR



■ Très satisfaisant/facile ■ Plutôt satisfaisant/facile ■ Indifférent / pas concerné ■ Un peu difficile ■ Très difficile/insatisfaisant

DEGRÉS D'ACCORD AVEC LES AFFIRMATIONS RELATIVES À LA MOBILITÉ, SELON LE TYPE DE VISITEUR



■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Indifférent ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas de tout d'accord

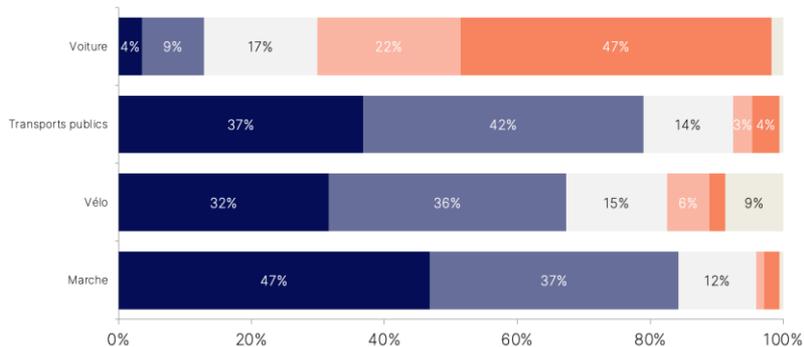


OPINIONS DES COMMERÇANTS

- > L'accessibilité en voiture est jugée particulièrement insatisfaisante par les commerçants ayant répondu au sondage.
- > Ils se disent très insatisfaits quant au nombre de places de stationnement. Ils soulignent également les nuisances dues à des interpellations (signature, mendicité) trop nombreuses dans l'espace public.
- > L'offre et le prix du stationnement ainsi que le respect des règles pour les trottinettes et vélo est relevé comme étant à améliorer.

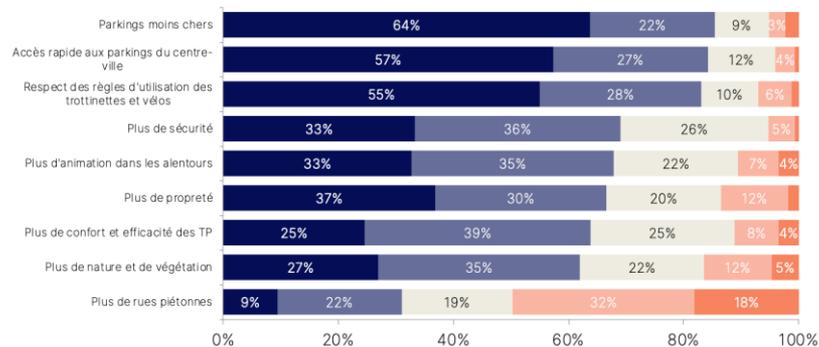
Enquête auprès des commerçants

SATISFACTION RELATIVE À L'ACCESSIBILITÉ DU CENTRE-VILLE, SELON LE MODE



■ Très satisfaisant
 ■ Plutôt satisfaisant
 ■ Ni satisfaisant, ni insatisfaisant
 ■ Plutôt insatisfaisant
 ■ Très insatisfaisant
 ■ Ne sait pas

ASPECTS QUI DEVRAIENT ÊTRE AMÉLIORÉS POUR AUGMENTER L'ATTRACTIVITÉ DU CENTRE-VILLE



■ Tout à fait d'accord
 ■ Plutôt d'accord
 ■ Indifférent
 ■ Plutôt pas d'accord
 ■ Pas de tout d'accord



ENSEIGNEMENTS (1/2)

- > **Le centre-ville est un atout de proximité.** Une grande majorité des visiteurs du centre-ville résident ou travaillent à Lausanne. La clientèle venant de plus loin est minoritaire et vient moins fréquemment. Elle n'est toutefois pas négligeable.
- > **Les transports publics représentent le premier mode pour venir au centre-ville.** Les plus locaux utilisent largement la marche, tandis que l'usage des TIM augmente avec l'éloignement du centre-ville.
- > **Les piétons sont ceux dont la fréquentation du centre-ville est la plus élevée.** A l'échelle mensuelle, ils représentent ceux qui dépensent le plus dans les commerces du centre-ville. Les automobilistes dépensent plus par visite, mais viennent moins souvent.

ENSEIGNEMENTS (2/2)

- > **L'accessibilité est positivement notée par les visiteurs concernant la marche et les transports publics mais celle concernant le vélo et la voiture fait l'objet de plus grande insatisfaction.**
- > **Le centre-ville est globalement très apprécié par ses visiteurs.** Une grande partie souligne cependant le manque de végétation, l'excès de bruit et qu'il y a trop de voitures.
- > **Les commerçants se déclarent, eux, particulièrement insatisfaits quant à l'accessibilité en voiture du centre-ville.** Il apparaît cependant qu'ils surestiment l'usage de la voiture par leurs clients et sous-estiment celles utilisant les transports publics.

Anne-Lise Noz, Société coopérative des commerçants lausannois



- Une étude qui fait du bien, mais qui met aussi à jour un certain nombre de difficultés.
- Important de prendre en compte la clientèle dans sa globalité
- Une série de mesures nécessaires et bienvenues

Claude Jutzi, Association du Quartier rue de Bourg et St-François

Dans les années
1930,
l'agglomération
lausannoise
comptait environ
70'000 âmes qui se
pressaient dans un
centre-ville
dynamique et
vivant.



(7) Vidéo | Facebook

Aujourd'hui,
Lausanne, Capitale
Mondiale Olympique,
compte **150'000**
habitants.

Quant au canton de
Vaud, il compte près de
850'000 habitants.



20 choses à faire à Lausanne * Expert World Travel

Les commerçants du centre-ville s'inquiètent de la baisse de fréquentation de leur clientèle vaudoise

- Les Vaudois viennent de moins en moins au centre-ville de Lausanne.
- Les **commerçants** lausannois sont très **inquiets** de l'évolution du commerce au centre-ville.

- L'analyse croisée de trois enquêtes quantitatives, pour le compte de la Ville de Lausanne, sur l'attractivité et l'accessibilité du centre-ville amène un certain nombre d'éléments **intéressants**.
- Notre Association est convaincue de l'importance d'améliorer l'accessibilité en voiture que 62% des visiteurs réguliers et que 82% des non-visiteurs ou visiteurs occasionnels enquêtés en ligne jugent insatisfaisante.
- Ces deux chiffres sont éloquentes. Entre 6 et 8 personnes sur 10 sont mécontentes ; c'est vraiment énorme.
 - Association du Quartier rue de Bourg et St-François
 - Rue de Bourg 3 | 1003 Lausanne | www.rue-de-bourg-saint-francois.ch

- Le nombre important de Vaudois mécontents quant à l'accessibilité en voiture du centre-ville lausannois n'est évidemment pas sans conséquence sur la pérennité des commerces du centre-ville.
- En effet, comme le relève l'analyse, les automobilistes sont ceux qui dépensent les plus grandes sommes d'argent lors de leur venue dans les commerces.

En conclusion :

- **l'accessibilité en voiture**, qui est principalement utilisée pour sa rapidité ainsi que pour l'autonomie et la liberté qu'elle permet, joue un **rôle clé** ;
- Il est nécessaire d'améliorer les conditions de **livraison** que **40%** des 171 commerçants enquêtés considèrent comme **pas pratiques**.

C'est donc peu dire que Lausanne doit être accessible à tous les **Vaudois**.

Et pas uniquement aux Lausannois.

Il en va de l'avenir et de la **pérennité** du commerce lausannois.

- Association du Quartier rue de Bourg et St-François
- Rue de Bourg 3 | 1003 Lausanne | www.rue-de-bourg-saint-francois.ch

Il convient :

- d'offrir une **accessibilité TIM minimale indispensable** ;
- de continuer d'être **à l'écoute des commerçants**, car ils connaissent la réalité du terrain ;
- de continuer à garder un **dialogue constructif** entre la Municipalité et les commerçants, comme en attestent les dernières mesures d'accompagnement.

Par exemple :

- La revalorisation du passage sous-voie Ouest Saint-François est un **signe très positif** pour l'accueil de la clientèle et des touristes ;
- La création d'un passage pour piétons permettant de traverser la Rue du Grand-Chêne ;
- Le tourner-à-gauche depuis Ruchonnet vers l'avenue de Savoie car il permet de faciliter l'accès à St-François et au Lausanne-Palace depuis la Maladière et de désengorger un peu le carrefour de Cécile.

- Le réaménagement de la Place St-François, des Rues de Bourg et du Lion d'Or avec la mise sous terre des câblages électriques pour les marchés, l'arborisation ainsi que les arrangements floraux qui seront installés rendent notre quartier plus accueillant et attrayant.
- La mise en zone 30 et en sens unique Est-Ouest de la Rue Pierre-Viret qui ne devrait pas engorger le trafic.

Quelques mots sur notre Association et les enjeux à venir :

- Notre Association a augmenté le nombre de ses membres actifs à 109 membres aujourd'hui, malgré la fermeture de 23 enseignes n'ayant pas trouvé repreneurs depuis 2023 ;
- Nous saluons la réouverture du Grand-Pont après sa rénovation, garantie par la première convention que notre Association avait conclue avec la Municipalité le 11 avril 2014, soit il y a plus de 10 ans.

- Ramener l'entier du trafic de transit Est-Ouest sur un seul et unique axe n'apparaît pas raisonnable ni envisageable pour notre Association au vu des problèmes d'accessibilité du centre-ville déjà évoqués.
- Nous serons très attentifs au résultat du monitoring de la circulation qui devra être fait 18 mois avant la mise en service du tram t1 et des éventuelles mesures compensatoires complémentaires à la fermeture du Grand-Pont au TIM.

Florence Germond

Des résultats intéressants

- Les personnes en visite au centre-ville sont satisfaites de sa convivialité et de son dynamisme
- L'accessibilité au centre-ville est jugée positive en transport public et à pied
- Des retours nuancés émergent entre l'envie d'avoir plus de nature et de végétation au centre-ville mais sans renoncer aux places de stationnement
 - Libérer l'espace en surface est compatible avec les deux visions et également celle de la Ville

Florence Germond

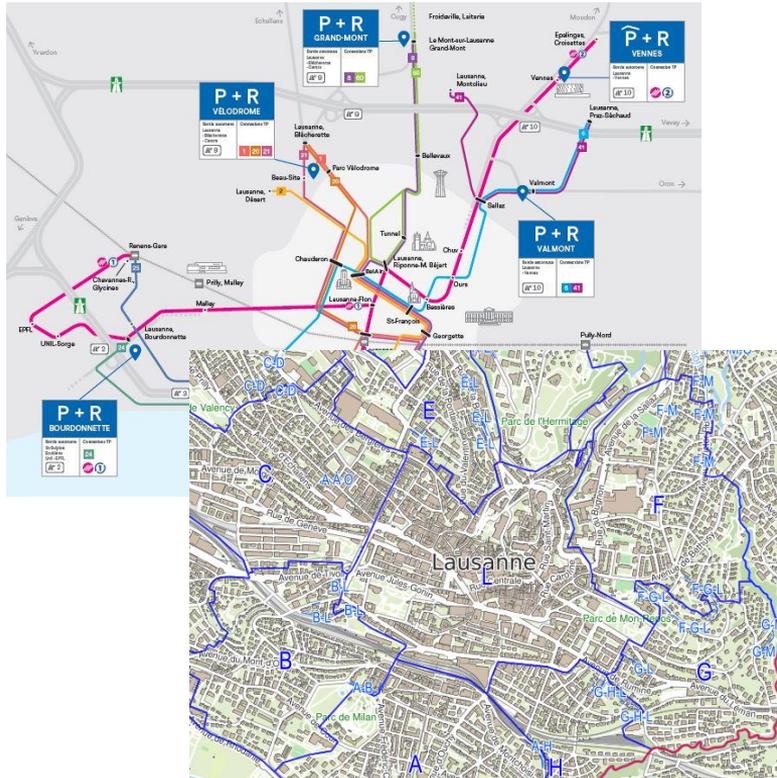
Des résultats intéressants

- Les commerçantes et commerçants sont inquiets de l'accessibilité TIM
- Garantir l'accessibilité c'est mieux organiser l'offre de déplacement notamment en renforçant les transports publics
- L'étude montre que c'est d'abord pour privilégier les destinations proches du domicile que les non-visiteurs/visiteurs occasionnels se rendent peu ou pas au centre-ville (64%).
- Les personnes venues en TP et à pied jugent également l'accessibilité en voiture compliquée. Il ont adapté leur comportement. C'est donc important d'offrir une offre alternative en TP.
- L'essentiel est que toute personne qui le souhaite puisse arriver en ville.



Nouvel accord et nouvelles mesures

Mesures en faveur des voitures



- Prolongation de la durée de stationnement voiture des 1'124 places dans la zone L de 2 à 3 heures.
- Gratuité du stationnement horaire voiture dans les P+R de surface et en ouvrage le samedi (2'460 place).

Mesures en faveur de l'apaisement, la sécurisation et la convivialité de l'espace public



- Piétonisation de la rue Centrale.
- Mise en zone 30 et en sens-unique Est-Ouest de la rue Pierre-Viret.



Focus: passage sous-voie Ouest St-François Intérieur



- Remplacement de la dalle en vinyle par un carrelage
- Peinture du plafond en nuance claire
- Pose de bandeaux lumineux
- Maintien de l'éclairage des vitrines existantes

Focus: passage sous-voie Ouest St-François Accès Petit-Chêne



- Conservation du pavage
- Transition extérieur/intérieur par modulation de l'intensité lumineuse

Focus: passage sous-voie Ouest St-François

Accès place



- Remise en état de l'escalier
- Ajout d'une main courante lumineuse

Mesures réalisées

- ✓ Réouverture du Grand-Pont au TIM jusqu'à la mise en service du tramway lausannois
- ✓ Maintien du tourner-à-gauche depuis l'avenue Jean-Jacques Mercier vers l'avenue Jules-Gonin et modification de l'aménagement
- ✓ Assimilation, au sens du régime de vitesse, de l'avenue Jules-Gonin à une route principale urbaine à orientation trafic et maintien de la limitation à 50km/h
- ✓ Maintien de la possibilité de tourner-à-gauche depuis le Pont Chauderon sur Jules-Gonin jusqu'à la mise en service définitive du tram
- ✓ Autorisation de tourner-à-gauche depuis l'avenue Ruchonnet vers l'avenue de Savoie

Mesures réalisées

- ✓ Création d'un passage pour piétons permettant de traverser la rue du Grand-Chêne au droit de l'entrée du Lausanne-Palace
- ✓ Mise en souterrain des câbles électriques traversant la place St-François
- ✓ Réparation des lampadaires sur la place St-François
- ✓ Pose de mobilier urbain et de végétation en pot dans le quartier St-François/rue de Bourg
- ✓ Rétablissement de 10 places de stationnement pour véhicules automobiles, avec horodateur, à l'Est du Palais de Justice de Montbenon

Mesures planifiées

- ❑ Rénovation du passage inférieur à l'ouest de St-François



Travaux prévus durant l'été 2024

- ❑ Refaire le pavage de St-François



Travaux terminés pour fin août 2024

- ❑ Monitorings de la circulation sur le Grand-Pont

- 18 mois avant la mise en service du tram
- 6 mois après la fermeture du Grand-Pont
- Accord sur le choix de l'expert



1^{er} monitoring prévu pour janvier 2025



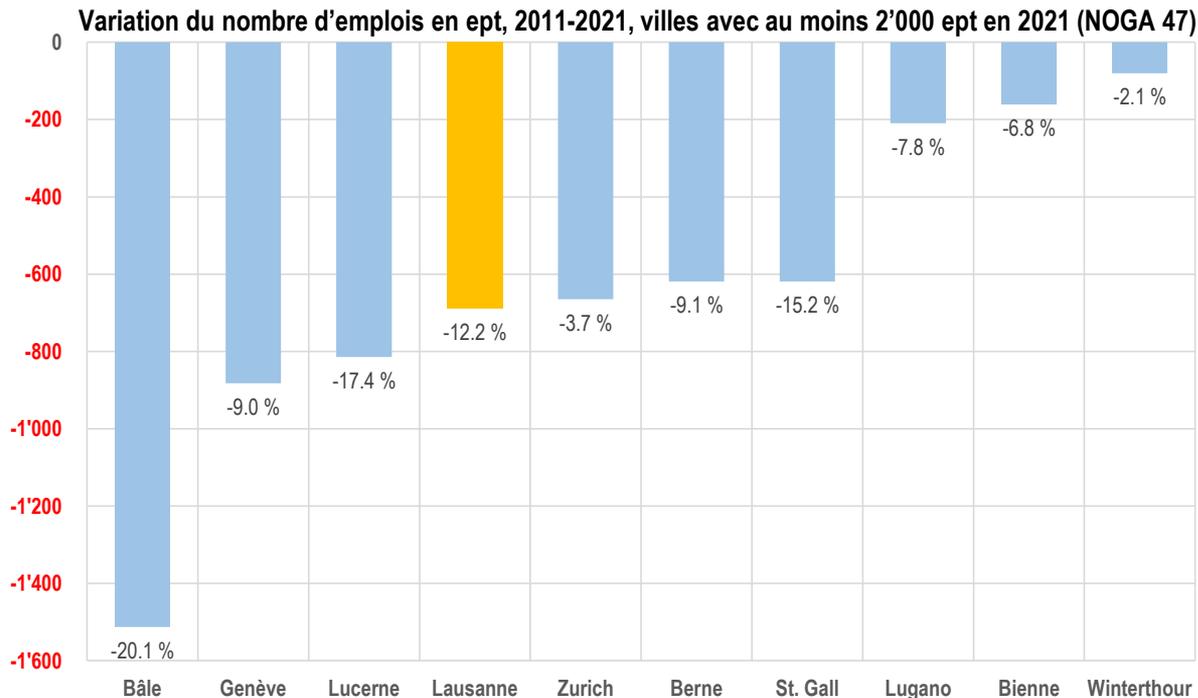
Conclusions

Pierre-Antoine Hildbrand

Pierre-Antoine Hildbrand

Le commerce de détail: une branche sous pression

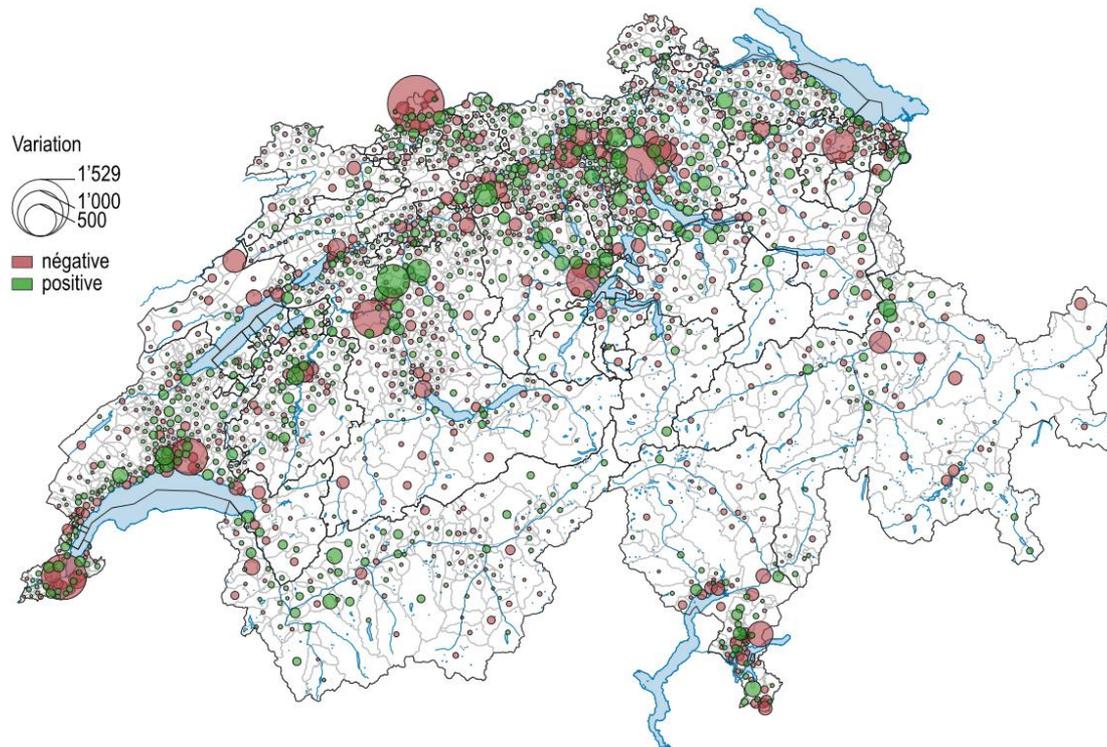
(pratiques d'achat, concurrence en ligne, mutations territoriales)



Source : Office fédéral de la statistique (STATENT)

Un problème spécifique qui frappe les villes centres et s'accompagne d'un changement des habitudes de consommation

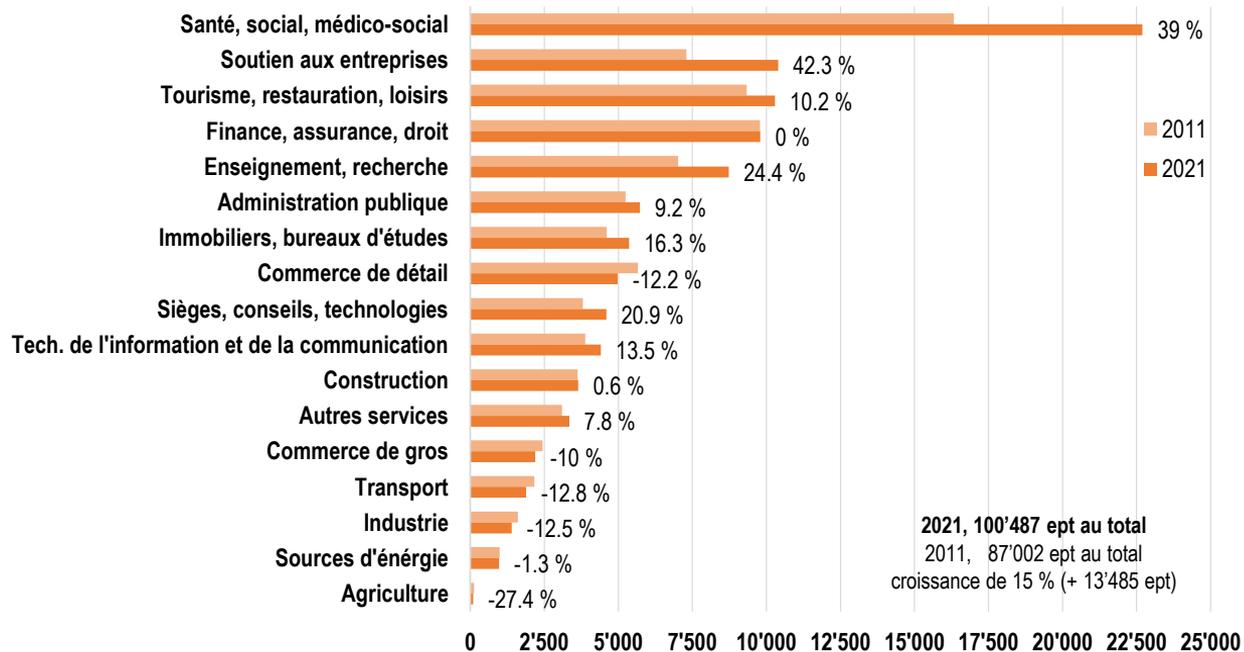
Variation du nombre d'emplois du commerce de détail en (ept), communes suisses, de 2011 à 2021



Source : Office fédéral de la statistique (STATENT), calculs propres OAES

Un cadre économique en expansion

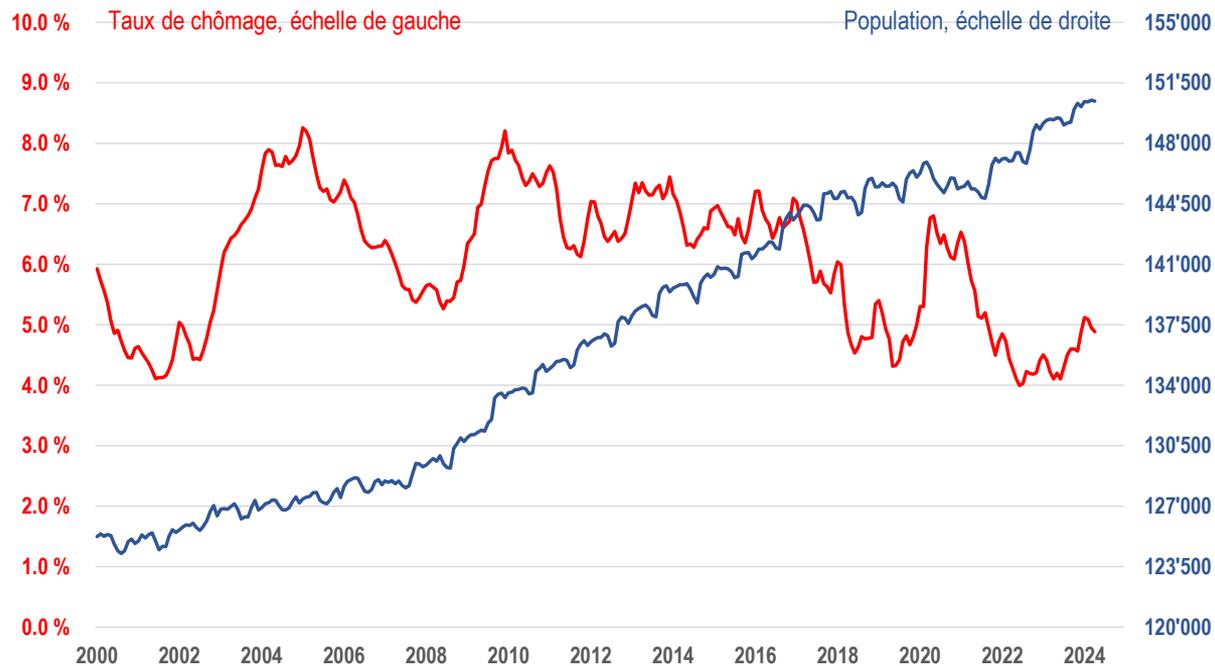
Nombre d'emplois en ept, par type d'activité, Lausanne, 2011 et 2021



Source : Office fédéral de la statistique (STATENT)

Une croissance de l'emploi en général: le commerce suit une évolution à rebours d'autres secteurs.
La restauration compense à elle seule la diminution des emplois commerciaux

Taux de chômage et évolution de la population de Lausanne



Source : Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO) et Contrôle des habitants de la Ville de Lausanne

Une population en hausse et un taux de chômage en dessous de la moyenne décennale

3 constats et 3 mesures

3 constats

- En termes de dépenses: les clients piétons sont ceux qui dépensent le plus annuellement et cette donnée est sous-estimée
- En terme d'accès: les difficultés d'accès sont surestimées par les visiteurs occasionnels
- En terme de qualité des espaces: la mendicité et les incivilités, notamment liés à la consommation de drogues, péjorent l'attractivité générale

3 mesures

- Favoriser la flânerie commerciale, notamment par la piétonisation de la rue Centrale et l'amélioration de la convivialité de la place St-François, cela grâce à la présence des marchés et la création de nouvelles terrasses
- Souligner l'accessibilité des parkings au centre-ville, grâce aux accords et mesures annoncés ce jour et en collaboration avec les milieux économiques
- Réaffirmer notre volonté inflexible d'appliquer dès que possible les interdictions cantonales de la mendicité et mettre en œuvre les mesures d'accompagnement de l'ouverture du 2^e ECS par la présence policière uniformée en rue



Conclusions

Florence Germond

Conclusions

- Echanges très constructifs avec les associations de commerçantes et commerçants
- Volonté de poursuivre le dialogue et la collaboration
- Confiants en notre capacité à faire ensemble de Lausanne une ville à la fois attractive et agréable à vivre pour toutes et tous