

Premières failles dans le développement effréné des centres commerciaux

Depuis le début de cette décennie, le canton de Fribourg est devenu le théâtre d'une véritable guerre commerciale entre les grands distributeurs suisses et allemands. Pour conquérir de nouvelles parts de marché, ils n'ont pas hésité à investir des dizaines de millions de francs dans la construction, l'agrandissement et la rénovation de magasins. Les discounters Aldi et Lidl ont débarqué dans diverses communes et ont planifié (Lidl), ou déjà érigé (Aldi) leurs centres de distribution pour la Suisse romande dans la Broye fribourgeoise. Le prix compétitif du terrain à bâtir y est pour quelque chose, mais il s'agit aussi d'occuper les positions stratégiques proches des sorties d'autoroutes.

Plus que jamais, cette évolution réclame un pilotage global de la part des autorités cantonales, avec une vue d'ensemble. Fribourg continue de bétonner son sol, de grignoter ses espaces verts et d'augmenter ses charges sur l'environnement. Faute de réaction cantonale, la résistance est venue du bas. Des oppositions de simples citoyens et aussi de communes, qui ont répondu négativement aux avances des géants commerciaux.

L'idée de *discount*, c'est-à-dire d'un prix moins élevé que le prix couramment pratiqué, remonte probablement à la nuit des temps du commerce. Le principe consistant à vendre moins cher pour attirer plus de monde en faisant une marge moindre sur chaque client et en se rattrapant sur la quantité est connu depuis longtemps par les commerçants habiles.

Ce qui est probablement différent avec le *hard discount* allemand, c'est l'ampleur de la différence de prix par rapport à la concurrence – à qualité comparable, de l'ordre de 15 à 30% – et les règles systématiquement appliquées pour éviter l'inflation du coût des marchandises vendues. Selon Wikipedia, le *hard discount* est « un

libre service à dominante alimentaire qui se caractérise par des prix en dessous de la moyenne, une petite surface de vente et un assortiment de produits restreint: moins de 1000 m² pour moins de mille produits (contre 10 000 à 12 000 produits pour un supermarché classique).»

LA SITUATION EN SUISSE

Coup de tonnerre sur la distribution helvétique: en 2004, Aldi décide de s'implanter en Suisse, commençant sa politique systématique de roulement compresseur par la création d'un entrepôt et par une implantation en tache d'huile.

Aldi a ouvert ses premières succursales en Suisse en automne 2005. L'implantation a démarré en Thurgovie et le réseau alémanique s'est rapidement étoffé autour des deux centrales de distribution d'Embrach (ZH) et Dagmersellen (LU). En Suisse romande, un premier magasin a été ouvert en novembre 2007 à Collombey (VS). Il a fallu ensuite attendre l'année 2008 pour que les enseignes se multiplient.

Aujourd'hui, elles sont au nombre de huit, contre 86 outre-Sarine. C'est également en 2008 qu'Aldi a terminé la construction de sa centrale de distribution pour la Suisse occidentale à Domdidier (FR), inaugurée en grande pompe en présence de Doris Leuthard. Actuellement, Aldi aurait plus d'une dizaine de projets de nouvelles implantations et disposerait de plusieurs permis de construire.



Roman Hapka



Roman Hapka

Le canton de Fribourg comme tête de pont romande: centre de distribution d'Aldi à Domdidier.

La naissance du *hard discount*

Le *hard discount* est né dans un contexte particulier: l'Allemagne de l'après-guerre, un pays détruit, un pouvoir d'achat faible et un changement notable des comportements donnant la priorité à la survie et donc aux besoins alimentaires de base.

Si le *hard discount* est né après la Seconde Guerre mondiale les origines de l'entreprise Aldi sont beaucoup plus anciennes. En 1913, la famille Albrecht crée sa première épicerie en Allemagne à Essen. En 1945, l'affaire est reprise par les deux fils Théo et Karl Albrecht. Ils appliquent les principes des magasins gérés par les syndicats allemands alors dominants dans le pays, en y ajoutant un changement qui va déterminer le succès de l'entreprise: alors que l'usage est de vendre les produits au prix normal et d'appliquer les réductions en fin d'année sur le coût total des achats, ils dé-

cident d'appliquer ces réductions directement sur le prix de vente. En 1960, les deux frères disposent d'un réseau de 300 magasins. En 1961, Theo et Karl réorganisent l'entreprise en créant une direction bicéphale. Le territoire allemand et l'international sont répartis entre les deux frères. En 1962, Theo ouvre le premier magasin à l'enseigne Aldi = Al(brecht)-Di(scount) à Dortmund. Aldi devient un phénomène de société et l'un des plus gros distributeurs alimentaire allemand avec plus de 3500 magasins.

Le principal concurrent direct d'Aldi est l'autre géant allemand du *hard discount*, Lidl. Ce *hard discount* a fait preuve au cours des dernières années d'un plus grand dynamisme, peut être à cause d'une politique d'implantation moins systématique et prudente que celle d'Aldi. Par exemple, alors d'Aldi appliquait systématiquement des recherches de points de vente autour des ses entrepôts, Lidl saisisait toutes les opportunités possibles d'emplacements.

Pour sa part, Lidl a ouvert ses treize premiers magasins en Suisse alémanique au printemps 2009. La direction explique qu'elle est en train d'établir un réseau de succursales sur l'entier du territoire suisse. Pour la Suisse romande, Lidl indique qu'il a obtenu en automne 2008 le permis de construire pour sa centrale logistique à Sévaz (FR). Les travaux n'ont pas encore débuté et, tant que l'approvisionnement romand sera dépendant de la centrale de Weinfeld (TG), Lidl aura de la peine à s'engager de ce côté de la Sarine.

Ainsi, avec ces deux centrales de distribution, en activité ou en projet, situées dans la Broye fribourgeoise et censées couvrir la Suisse romande, le canton de Fribourg tient une place stratégique dans l'expansion des deux *hard-discounters* allemands. Chacun de ces centres logistiques permet de desservir entre 60 et 80 filiales.

ET POURTANT D'AUTRES SOLUTIONS EXISTENT

L'implantation de nouveaux centres commerciaux dans la périphérie des agglomé-

Des mammoths dans la Broye fribourgeoise

ALDI À DOMDIDIÉ...

Aldi a jeté son dévolu sur le site de Domdidier pour plusieurs raisons: une desserte optimale par le réseau routier – le site est à 700 m de l'échangeur de l'A1 d'Avenches-Domdidier –, un terrain plat situé hors de la zone villageoise. Les camions et leur centaine de livraisons quotidiennes n'auront pas à traverser la localité. A relever que la ligne ferroviaire Lausanne-Payerne-Berne longe le site, mais qu'il n'a jamais été question d'en faire usage, Aldi indiquant que le transport par train n'entraîne pas dans son concept commercial. Autre raison de s'implanter dans la Broye et dont la région fait un atout majeur: des prix du terrain relativement bas (12,2 millions de francs pour les 130 000 m² de terrain communal, soit 92 francs le m²). Le site de Domdidier représente un investissement de près de 50 millions de francs pour Aldi. Le centre de logistique romand dispose de 40 000 m² d'entrepôts sur les 130 000 m² de surface presque entièrement bétonnée pour pouvoir manœuvrer les poids-lourds. Il crée environ 180 emplois, dont 20

postes de management, 25 postes d'administration, 80 magasiniers et 50 à 60 chauffeurs pour une quinzaine de camions.

...ET LIDL À SÉVAZ

Le projet de centre de distribution romand de Lidl à Sévaz (situé à moins de 10 km de celui d'Aldi) prévoit la construction d'une halle de 50 000 m². Le terrain de 110 000 m² a été acheté à la commune à 100 francs le m². Le futur centre de distribution emploiera 160 à 200 personnes pour un investissement de 35 millions de francs. Le site est situé à moins d'un kilomètre d'un embranchement autoroutier. L'accès à l'autoroute ne traverse directement aucune zone habitée mais, étant donné le gabarit assez réduit des routes, Lidl réclame au canton un accès autoroutier privé pour ses poids lourds! Là également une ligne de chemin de fer (Fribourg-Payerne-Yverdon) passe en bordure du terrain, mais aucun embranchement n'est cependant planifié pour l'instant car la totalité des transports s'effectue par la route (240 camions quotidiens dont certains de nuit). Le

projet a été déposé en 2005, mais de multiples oppositions et recours de riverains, voire de Lidl même, font que la construction du centre n'a toujours pas débuté. Un permis de construire a bien été délivré cette année mais, Lidl ayant décidé de redimensionner – à la baisse – son projet, une nouvelle procédure est en cours. Elle fait l'objet d'une opposition de l'ATE qui réclame un concept de transport par le rail. Dans la mesure de leurs moyens, les Verts, seul parti à remettre en doute la voie d'un développement effréné et dévoreur de terres prôné par les autorités locales, appuient les opposants dans leurs démarches.

A relever que pour ces deux sites le ratio du nombre d'emploi par m² est particulièrement défavorable en comparaison même avec d'autres installations de grande envergure récemment construites. Il s'élève à plus de 300, alors qu'il est d'environ 100 par emploi pour le centre de distribution de la Coop à Aclens ou la nouvelle usine Nespresso à Avenches et de 60 pour le centre de tri de La Poste à Eclépens.

Premiers signes de résistance aux projets de centres commerciaux

BULLE (district de la Gruyère)

Plusieurs projets sont en cours en Gruyères, qui compte déjà une enseigne Aldi dans le chef-lieu, Bulle, alors que Lidl devra revoir sa copie. En effet, le Tribunal cantonal a donné raison au préfet de la Gruyère qui avait refusé de prolonger les permis de construire de Lidl et les a déclarés caducs. Lidl avait obtenu un premier permis de construire sur un terrain lui appartenant en 2006 ainsi qu'un permis complémentaire en mai 2008. La société ne les avait pas utilisés car elle attendait de disposer du futur centre logistique de Sévaz.

L'argument choc du refus de prolongation des permis de construire est leur non-conformité aux nouvelles exigences du plan d'aménagement local, que la commune de Bulle a récemment partiellement modifié. Soucieuse d'optimiser l'usage de ses terrains constructibles, la commune exige pour les nouvelles constructions que les surfaces affectées au commerce de détail n'excèdent pas 50% de la surface brute de plancher utile d'un bâtiment.

MARLY, MATRAN, GRANGES-PACCOT (district de la Sarine)

Les communes fribourgeoises de Marly, Matran et Granges-Paccot ne veulent plus de surfaces commerciales sur leur sol. Les centres Migros, Coop-City et autres Carrefour et Denner y pullulent. Leurs surfaces commerciales ont doublé depuis 1999 dans

l'agglomération fribourgeoise. Un record sans doute inégalé en Suisse sur une aussi courte période et dans un aussi petit territoire. Et leur expansion va encore se poursuivre avec une progression de la superficie dédiée à la vente, alors que le chiffre d'affaires de la branche ne devrait pas s'envoler.

«Nous n'avons rien contre ces enseignes, mais le problème, c'est qu'il y a une prolifération de supermarchés dans notre canton», se plaint Jean-Pierre Helbling, syndic de Marly. En ligne de mire, les discounters Aldi et Lidl, qui veulent ouvrir chacun un magasin et ont fait recours auprès de la Direction cantonale de l'aménagement. Les communes de l'agglomération fribourgeoise ont en effet totalement perdu la maîtrise de la situation, en particulier en matière de gestion du stationnement et de la desserte en transports publics. Exemple frappant, il est plus facile de rallier le nouveau méga-centre commercial de Berne-Westside en transports publics qu'Avry à partir de Fribourg.

Cependant, le canton renvoie la balle aux communes en affirmant que c'est de leur propre faute si elles n'ont pas modifié leur plan d'aménagement local (PAL) en conséquence. La commune de Marly n'a pas été soutenue par le canton pour empêcher un Aldi supplémentaire mais les juges cantonaux, heureusement, ne partagent pas cette opinion. Véritable serpent de mer politique, il ne se passe presque plus une seule séance du Conseil général de Marly sans que

Aldi et Lidl ne s'immiscent dans les débats. Dernière demande de la commune, les discounters doivent financer une part conséquente des aménagements nécessaires à la sécurisation routière aux alentours de leurs futurs magasins.

ROMONT (district de la Glâne)

A Romont, la commune a mis récemment à l'enquête la modification de son plan d'aménagement local (PAL). Un des buts est la création d'une zone mixte susceptible d'accueillir de nouveaux centres commerciaux. Lidl est prêt à s'engouffrer dans la brèche que lui ouvre la commune.

Les Verts n'ont pas manqué de relever cette contradiction entre l'avenir dessiné par cette nouvelle zone commerciale et la «ville au vert» promise aux nouveaux habitants des zones résidentielles créées ces dernières années. Un PAL permettant l'implantation d'activités fortement génératrices de trafic routier sans étude de stationnement globale ni mesures dignes de ce nom en faveur de la mobilité douce est-il encore défendable? Partout où ils s'installent, les discounters déstabilisent le commerce local et régional, mettant en danger les petites échoppes qui constituent l'essence même du lien social et assurent un approvisionnement décentralisé de la population. Les Verts ont donc demandé expressément à l'exécutif de la cité romontoise de renoncer à sa politique d'aménagement contre-productive.



Roman Hapka

Un solution autre: le centre commercial et régional de Vaulruz en Gruyère.



mérations occasionnant destruction des espaces verts et bétonnage du sol n'est pas une fatalité. Quelques exemples fribourgeois récents montrent qu'avec un peu d'imagination et d'esprit d'entreprise novateur, il est possible de s'implanter dans des locaux existants et d'y faire du neuf fonctionnel et agréable.

En pleine ville de Fribourg, Fribourg-Centre, l'un des plus grands centres commerciaux de centre-ville en Suisse (Coop et Manor) a fait l'objet d'une rénovation exemplaire en lieu et place d'une délocalisation dans la périphérie de l'agglomération. Ce complexe multifonctionnel comprend, outre 20 000 m² de surface commerciale, 38 logements et 3900 m² de bureaux. Situé au cœur de la ville, en face de la gare, il bénéficie d'un accès facile, aussi bien à pied qu'en transports publics. Quant à l'accès en voiture, seuls les adeptes des bouchons y pensent encore.

A Vaulruz, petite localité gruyérienne «bénéficiant» d'un échangeur autoroutier sur l'A12, mais également de deux gares des TPF, les Transports publics fribourgeois, le «satellite» Denner qui commençait à se sentir à l'étroit dans ses locaux a choisi de déplacer son enseigne dans un bâtiment désaffecté d'Armasuisse. Un promoteur régional avisé avait en effet racheté cet ancien entrepôt pour le transformer en un rutilant immeuble multifonctionnel d'un rouge pimpant et offrant plusieurs milliers de m² de surfaces commerciales et de bureaux. En plus du Denner, ce nouveau «Centre d'activités régional de Vaulruz» accueille à ce jour l'antenne fribourgeoise de l'Organisation romande pour l'intégration et la formation professionnelle qui prévoit d'ouvrir un restaurant autogéré par des jeunes en difficulté, la fourrière de la Police cantonale fribourgeoise, le centre ambulancier

Ces divers exemples montrent le malaise grandissant des autorités communales face à la multiplication des projets de Lidl et Aldi. Plus que jamais, cette évolution demanderait un pilotage global de la part des autorités cantonales, voire fédérales, avec une vue d'ensemble. Mais la plupart des cantons continuent de bétonner leur sol, de grignoter leurs espaces verts et d'augmenter leurs charges sur l'environnement. Tout cela à un prix bradé digne des pires hard discounters et défiant bien entendu toute concurrence.

régional, une échoppe de produits animaliers, une salle de conférence, un local d'exposition et une crèche pour 50 enfants.

IL EST ENCORE TEMPS D'AGIR

Y aurait-il une résistance romande face à l'implantation des *hard discounters* allemands? Les oppositions et abandons de projets dans le canton de Fribourg le laissent penser (voir page ci-contre). Une des raisons du désengagement actuel

de Lidl en Suisse romande provient aussi vraisemblablement des problèmes rencontrés à Sévaz pour la construction de son centre de distribution, ce qui limite son approvisionnement à sa centrale de Weinfelden, près du lac de Constance.

Dans le canton de Fribourg, la situation tend enfin à évoluer au niveau politique face aux problèmes que connaissent diverses communes. Le Grand Conseil fribourgeois a transmis au Conseil d'Etat un postulat demandant une meilleure planification des implantations de centres commerciaux et autres grandes surfaces. Il y a pléthore en la matière et le point de saturation est déjà atteint, disent les postulants. Cependant, dans le projet de nouveau règlement de la Loi sur l'aménagement du territoire, le Conseil d'Etat revient sur sa promesse d'y mettre des dispositions obligatoires plus contraignantes, comme par exemple l'obligation d'un plan d'aménagement détaillé dès 1000 m² de surface au lieu des 3000 m² proposés. Une autre excellente idée des Verts en est seulement à la phase d'étude: la publication d'une fiche du plan directeur sur les centres commerciaux. Autre piste envisagée dans le périmètre de l'agglomération fribourgeoise et qui avait suscité bien des espoirs: celle d'un moratoire de nouvelles implantations jusqu'en 2020, inscrit au plan directeur cantonal. Cette idée a également été remise aux calendes grecques.



Roman Hapka
Responsable des Verts broyards (FR)