POSTULAT

Dépôt 7.6.16

Quel futur pour le commerce lausannois ?

Du - 7 JUIN 2016 AGC (Dév Com)

La Municipalité prend acte

C-29/128

Lors d'un court passage en Suisse alémanique, principalement à Lucerne et à Zürich, j'ai été impressionné par la qualité des commerces qui y sont représentés. Des petits commerces de niche, des enseignes prestigieuses, une diversité digne d'une ville d'importance et, surtout, touristique.

A Lausanne, au manque de petits commerces de niche, à connotation locale, s'ajoute le fait que plusieurs enseignes prestigieuses ont quitté la ville ou risquent de le faire.

A tel point qu'on a l'impression que la Municipalité n'a pas de 'vision' pour son Commerce. On ne peut donc que féliciter la 'nouvelle' Municipalité d'avoir créé un dicastère 'économie'.

On peut donc légitimement se poser la question : Lausanne aurait-t-elle mal à son Commerce ?

Par ce postulat, nous demandons à la Municipalité d'étudier <u>la mise en place d'une véritable politique</u> (programme, plan d'action, vision, etc.) visant à <u>maintenir</u> et à <u>développer</u> le Commerce en Ville de Lausanne. Et ce, bien entendu, de concert avec le City Management et les associations concernées.

Il conviendrait aussi d'étudier les mesures à prendre en vue de développer le commerce de niche, le commerce local, et de faire venir – voire revenir – les enseignes prestigieuses. Toutes ces activités qui donnent une image commerciale digne d'une grande ville, qui soignent une certaine qualité de vie – un art de vivre –, voire flattent une clientèle non seulement indigène mais aussi internationale.

En effet, bien placé pour le savoir de par mon métier, les touristes ont tendance à se 'faire plaisir' en rapportant un souvenir ou concrétiser l'achat d'un bien tout simple ou luxueux qu'ils ne trouvent pas dans leur pays – ou peut-être à des prix beaucoup plus élevés – et qui leur rappelleraient leur séjour – qu'on espère inoubliable – à Lausanne. Il suffit de se promener un week-end à Genève, à Lucerne ou à Zürich pour voir l'attrait de certaines boutiques sur les visiteurs étrangers, qu'ils soient touristes, congressistes ou de passage pour affaires. Mais il n'y a pas que les touristes ! Les autochtones ont aussi droit à une offre commerçante complète plutôt que de devoir aller à Genève, Zürich, voire ailleurs !

Parallèlement, il conviendrait d'étudier l'opportunité de libérer les surfaces occupées par la Ville (l'administration entre autres) qui ont pignon sur rue (avec vitrine) afin de les mettre à disposition, de les louer à des enseignes commerciales permettant de créer ainsi une plus-value aussi bien profitable pour la Ville et ses finances que pour la rue ou le quartier où elles se situent (synergies commerciales).

B. PICARD

Lausanne, le 1er juin 2016

Jacques Pernet

Henri Klunge