Zeitschrift: Collage : Zeitschrift für Raumentwicklung = périodique du développement territorial = periodico di sviluppo territoriale

Herausgeber: Fédération suisse des urbanistes = Fachverband Schweizer Raumplaner

Band: - (2003)

Heft: 2

Artikel: Innovation sur le chantier du tram : Genève indemnise les commerçants

Autor: Pini, Giuseppe

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-957907

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 02.07.2025

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

Innovation sur le chantier du tram. Genève indemnise les commerçants

Les travaux de réalisation d'une infrastructure lourde de transport en milieu urbain peuvent avoir des répercussions économiques négatives sur les activités des établissements commerciaux, industriels et artisanaux situés dans le périmètre de construction. Ces répercussions, notamment des difficultés d'accès pour la clientèle et de la diminution de l'attractivité des établissements, sont souvent source d'oppositions retardant et renchérissant la réalisation du projet. Afin de les maîtriser, mais aussi de favoriser l'acceptation et l'appropriation du projet par les acteurs économiques, l'Etat de Genève a développé en 2002 une stratégie de communication et d'assistance dans le processus de réalisation de la ligne de tramway n°13 «Cornavin-Sécheron».

Cette stratégie a été élaborée dans un esprit de concertation et de transparence par un «groupe de négociation» formé par les représentants du Canton, de la Ville de Genève, des commerçants du Métro-Shopping qui se trouve sous la place de la gare de Genève-Cornavin, et de l'exploitant du parking de Cornavin. Elle est novatrice, car elle prévoit une compensation monétaire aux commerçants du Métro-Shopping dont l'activité est gênée par les travaux de construction. L'Observatoire Universitaire de la Mobilité, rattaché au Laboratoire d'Economie appliquée de l'Université de Genève a été mandaté par le canton pour répondre aux questions suivantes: comment évaluer ces répercussions ? Comment dédommager les commerçants ?

Expériences d'ailleurs

Les réponses à ces questions ont été données par l'expérience d'autres villes confrontées à des demandes d'indemnisation de la part des commerçants. Il est apparu que seules les villes françaises (par exemple, Montpellier, Strasbourg, Nantes), à l'inverse des villes suisses et allemandes, ont élaboré des systèmes d'indemnisation lors des travaux de réalisation de lignes de tramway. Deux enseignements majeurs ont été tirés des expériences de ces villes: d'une part, l'ampleur des indemnisations est modeste, d'autre part, la stratégie de communication revêt une importance primordiale dans le processus de réalisation d'une ligne de tramway en milieu urbain.

Si l'idée d'indemniser était parfois crainte par les autorités, l'effort financier reste toutefois «modeste» en comparaison du coût total de la réalisation de l'infrastructure: il est estimé à 1% du coût total de l'infrastructure au maximum. En revanche, les relations entre milieux économiques et autorités sont améliorées par ce processus. Ceci s'explique pour trois raisons: premièrement, le fait que les règles du jeu soient clairement annoncées et à la portée de tous enlève toute impression d'injustice. Deuxièmement, le périmètre urbain donnant droit à l'examen du dossier en vue d'une indemnisation est très restreint, en stricte application des principes jurisprudentiels français; il s'ensuit que le nombre d'établissements indemnisables reste relativement faible. Troisièmement, l'exigence de communiquer trois années de comptabilité mensuelle de l'établissement pour attester des baisses du chiffre d'affaires ainsi qu'une description des mesures entreprises pour assurer la vitalité du commerce dissuade une partie des entrepreneurs à déposer un dossier d'indemnisation. L'acceptabilité de travaux lourds est facilitée lorsque, d'une part, les riverains du chantier sont clairement informés des nuisances à subir, et d'autre part, la résolution d'éventuels problèmes se fait le plus vite possible. A ce titre, une personne a été désignée pour faciliter les contacts entre les riverains et le maître d'œuvre.

L'expérience des villes françaises a inspiré l'élaboration de la stratégie de communication et d'assistance adoptée à Genève: le premier enseignement a rassuré les édiles genevois craignant de s'engager sur une voie fort dispendieuse et le second a incité le maître d'œuvre à multiplier les efforts de communication de proximité.

En effet, l'information influence la perception sociale quant aux travaux à venir et aux nuisances qui en découlent. Une mauvaise stratégie de communication, générant de fausses informations et/ou de l'ignorance, débouchera inévitablement sur un flot de critiques de la part des riverains, habitants et commerçants, touchés par le chantier.

Stratégie de communication

La stratégie de communication élaborée pour le tramway Cornavin-Sécheron se fonde sur des mesures relatives à:

Innovation auf der Tram-Baustelle – Genf entschädigt seine Geschäfte

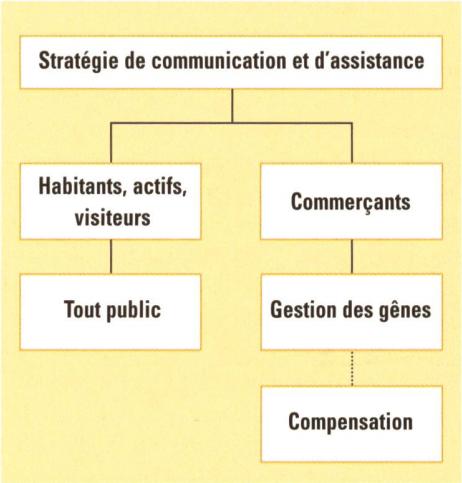
Baustellen für schwere Verkehrsinfrastrukturen im Stadtgebiet können gravierende wirtschaftliche Auswirkungen auf Verkaufs-, Handwerks- oder Industriebetriebe nach sich ziehen. Besonders Zufahrtserschwernisse oder Attraktivitätseinbussen führen oft zu Widerständen, die die Realisierung verzögern und verteuern. Um diese Effekte zu kontrollieren, aber auch um die Akzeptanz der Wirtschaftsakteure zu erhöhen, hat der Kanton Genf 2002 eine Kommunikations- und Assistenzstrategie für die Trambaustelle «Cornavin-Sécheron» entwickelt.

▶ Giuseppe Pini, Directeur de l'Observatoire Universitaire de la Mobilité, Laboratoire d'Economie Appliquée, Université de Genève (giuseppe.pini@geo.unige.ch)

▶ Gérard Widmer, doctorant, Département de Géographie, Université de Genève (gerard.widmer@geo.unige.ch)

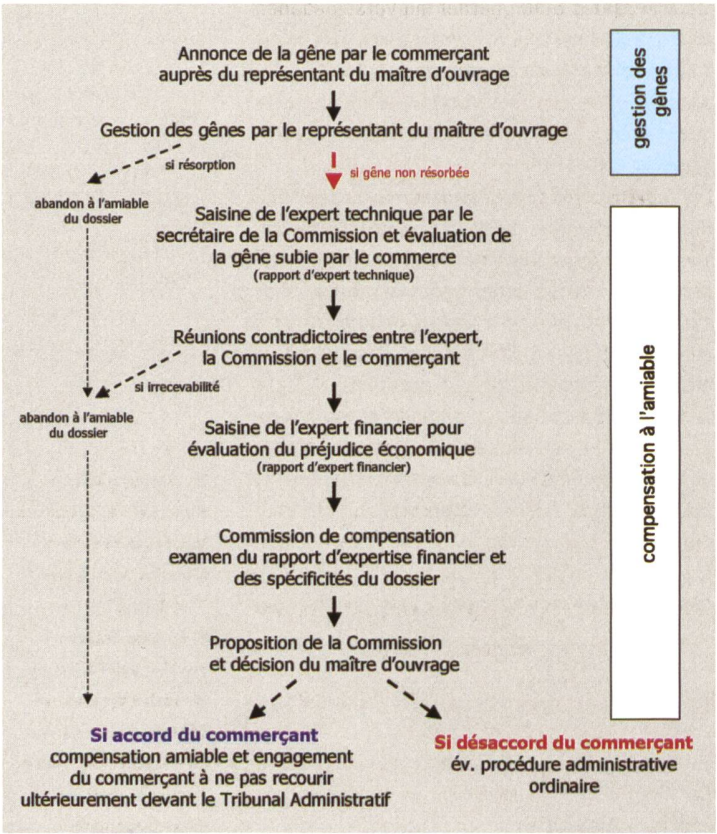
Die Strategie wurde gemäss dem Konzertations- und Transparenzprinzip durch eine Verhandlungsgruppe aus Kantons-, Stadt- und betroffenen Wirtschaftsvertretern entworfen. Die Innovation besteht in der monetären Entschädigung von Verkaufseinbussen. Zentral dafür ist die klare Definition der Spielregeln, die eindeutige Begrenzung des entschädigungsberechtigten Gebiets und die Pflicht, die monatlichen Verkaufszahlen über 3 Jahre detailliert darzulegen. Voruntersuchungen im Ausland haben gezeigt, dass die so anfallenden Entschädigungszahlungen nicht über 1% der gesamten Erstellungskosten hinausgehen. Grosses Bedeutung wird dem Kontakt zwischen Anrainern und Bauherrschaft zugemessen.

- l'information sur les travaux aux commerçants, habitants, actifs et visiteurs afin de réduire les gênes subies;
- la gestion des gênes engendrées par le chantier auprès des commerçants pour permettre la bonne marche des activités commerciales pendant la durée du chantier;
- la compensation monétaire aux commerçants en cas de baisse avérée du chiffre d'affaires afin d'éviter le recours aux procédures judiciaires en contentieux.



Au cas où les mesures d'information, d'assistance et de gestion des gênes ne parviendraient pas à résoudre le problème posé et que celui-ci s'accompagne d'une baisse avérée du chiffre d'affaires pour les commerces du Métro-Shopping, une procédure de compensation à l'amiable est prévue afin d'éviter les recours judiciaires et permettant la continuation des travaux. Au-delà des aspects économiques, la démarche à l'amiable valorise les relations entre acteurs et représente une forme de communication en faveur de «l'appropriation» de la nouvelle infrastructure de transport tout en concourant à favoriser l'acceptation du projet par les commerçants.

Processus de gestion des gênes et de compensation



Le processus de compensation

Le commerçant doit consigner dans un cahier journalier les gênes (type, intensité, durée) subies par son établissement, le cas échéant au moyen de photographies.
La compensation monétaire est déterminée de façon à reconstituer la marge brute des commerçants avant travaux, en respectant rigoureusement le principe de la comparabilité des conditions de fonctionnement pendant la période de référence.

La commission de compensation

Sur décision du Conseil d'Etat genevois, une commission de compensation composée de trois membres a été formée réunissant les représentants du maître d'œuvre et des commerçants sous la direction d'un président, personnalité externe au processus de réalisation du tramway. La commission est assistée par trois experts dans les domaines technique, financier et fiduciaire. Les membres de la commission se prononcent sur l'admissibilité des dossiers et, le cas échéant, proposent une compensation monétaire sur la base des rapports des experts technique et financier et de l'avis de l'expert fiduciaire. Un secrétaire de direction attaché au président joue le rôle de coordinateur entre la commission et les experts et s'occupe de la gestion des dossiers de compensation.
Actuellement, les travaux à l'intérieur du Métro-Shopping sont en cours. La commission n'a été saisie d'aucun dossier ce qui démontre, pour le moment, la justesse de la stratégie de communication et de réduction des gênes entreprise par le maître d'œuvre. De plus, la création de la commission a signifié l'abandon des oppositions à la construction du tram 13 de la société Parking de la Place Cornavin SA et de l'Association des commerçants du Métro-Shopping. Reste que la stratégie de communication décrite ici ne concerne qu'une partie restreinte du tracé de la ligne 13. Les édiles vont-ils la généraliser à l'ensemble des lignes de tramway en construction ou en projet ? La réponse à cette question dépendra finalement de la vigueur des oppositions et de l'urgence politique de la réalisation de nouvelles lignes de tramway. ■