

PERSPECTIVES DE L'ÉCONOMIE FRIBOURGEOISE

LE COMMERCE DE DÉTAIL DANS LE CANTON DE FRIBOURG

2012



ETAT DE FRIBOURG
STAAT FREIBURG

Service de la statistique SStat
Amt für Statistik StatA
[WWW.FR.CH/DEE](http://www.fr.ch/dee)



Banque Cantonale
de Fribourg

simplement ouvert

SOMMAIRE

Avant-propos _____	3
Introduction _____	4
L'économie fribourgeoise en 2012 _____	5
Les prévisions du PIB fribourgeois pour 2013 _____	7
Le commerce de détail fribourgeois _____	8
1. La demande _____	9
2. L'offre _____	15
3. Les tendances à l'œuvre dans le canton _____	20
4. Perspectives et conclusions _____	22
Remerciements - Avertissements _____	23

IMPRESSUM

Banque Cantonale de Fribourg

Bd de Pérolles 1
1701 Fribourg
www.bcf.ch

Avec la collaboration de

Institut Créa, Université de Lausanne
Claudio Sfreddo

Rédaction: Paul Coudret, Conseiller économique

Illustrations et mise en page: Joël Meyer, RMG Design

Avec la participation du:

Service de la statistique du canton de Fribourg

Bd de Pérolles 25
Case postale 1350
1701 Fribourg
statfr@fr.ch
www.stat-fr.ch

AVANT-PROPOS



Beat Vonlanthen

Pour beaucoup, le produit intérieur brut est un indicateur un peu abstrait auquel on reproche souvent de ne pas être une mesure universelle du succès ou du progrès, et encore moins du bonheur. Mais, si l'on se souvient que le Produit intérieur brut cantonal (PIB) n'a jamais eu cette ambition et qu'il est simplement la somme des valeurs ajoutées de chaque branche économique ou entreprise, alors il garde un intérêt certain.

A chaque étape du processus d'élaboration d'un bien ou d'un service, le travailleur apporte une valeur supplémentaire au produit. Mais la valeur ajoutée par emploi, soit la productivité, n'est pas la même dans toutes les branches. Elle n'est pas non plus la même dans tous les cantons. On peut mesurer ces différences en faisant une synthèse complexe de différentes sources statistiques, notamment sur les résultats comptables des entreprises et sur l'emploi. Ces analyses montrent que ce ne sont pas tant les différences de productivités à l'intérieur d'une même branche qui font les disparités entre cantons, mais plutôt les différences dans la structure des économies. C'est là, au niveau de la répartition des emplois dans les différentes branches, que se situe l'enjeu principal.

C'est la raison pour laquelle les autorités, notamment les autorités fribourgeoises, cherchent à promouvoir les activités à forte valeur ajoutée. Cela ne signifie évidemment pas que les branches dont la valeur ajoutée est moins élevée ne sont pas importantes. Le commerce de détail, qui fait l'objet d'un éclairage particulier dans le présent fascicule, ou la construction sont par exemple des branches qui jouent un rôle très important dans le canton de Fribourg. Leur développement y est naturellement favorisé par la croissance démographique et contribue largement à la santé économique du canton. Mais la croissance dans ces seules branches ne suffit pas, à terme, à conserver une structure économique solide et variée. Elle ne permet pas non plus à elle seule d'augmenter le PIB par emploi ou par habitant. Pour cela, notre économie doit aussi créer des emplois dans des branches économiques à haute valeur ajoutée. Or, les entreprises de ces secteurs sont souvent mobiles, car moins liées à la proximité de leur clientèle et moins dépendantes du dynamisme démographique pour leur développement. Elles ont donc le choix de leurs lieux d'implantations et sont très courtisées.

Pour bien cibler nos efforts de promotion et être à même de créer de bonnes conditions-cadres pour les entreprises, il faut avoir une connaissance aussi précise que possible de la situation et des perspectives de notre économie. C'est un des buts de la présente étude.

Beat Vonlanthen
Conseiller d'Etat
Directeur de l'économie et de l'emploi



Edgar Jeitziner

Les prévisions du Produit intérieur brut cantonal (PIB) que publient depuis cinq ans la Banque cantonale de Fribourg (BCF) et le Service de la statistique (SStat) sont toujours attendues avec une certaine impatience. D'une part, parce que cette publication vient compléter celle des banques cantonales romandes au printemps. D'autre part, parce que le PIB cantonal pour l'année qui se termine et la prévision pour l'année à venir sont devenus des outils importants pour les autorités et les acteurs économiques fribourgeois.

Cet outil leur permet en effet de mieux préparer leurs décisions et de mieux piloter leurs projets. Elle leur donne un moyen de se repérer dans leur environnement économique et leur livre quelques jalons utiles pour orienter leur action microéconomique. Dans ce contexte, la BCF répond parfaitement à l'un des objectifs de sa mission qui est de contribuer au développement économique du canton. Même si le PIB est un instrument parfois contesté, la banque donne en effet ainsi aux entrepreneurs fribourgeois un des seuls moyens qui existe actuellement de prendre la température économique ambiante.

Contribuer au développement économique du canton et mieux le comprendre, c'est aussi faire le pari que les arrêts sur image peuvent être intéressants. Après avoir successivement examiné la capacité concurrentielle du canton face à des régions comparables d'Europe et de Suisse et s'être penchée sur les raisons du dynamisme économique fribourgeois, la présente publication se consacre à l'examen d'une branche partout présente dans le canton mais largement méconnue, celle du commerce de détail.

Entre 1973, date de l'ouverture du premier centre commercial fribourgeois à Avry et aujourd'hui, cette branche s'est développée de manière très dynamique sans toutefois attirer l'attention du grand public autrement que par l'ouverture, année après année, de nouveaux centres commerciaux. Alors même que l'ancien Conseiller d'Etat Michel Pittet présentait son importance stratégique dans sa thèse de doctorat économique publiée en 1976, celle-ci a été confirmée dans les faits. Aujourd'hui, le commerce de détail est devenu une activité économique stratégique pour le canton.

Il valait la peine de s'y arrêter au moment où Fribourg connaît une expansion démographique sans précédent, qui continue à stimuler le commerce de détail et fait de notre canton, pour les acteurs de cette branche, l'endroit où il faut être.

Edgar Jeitziner
Président de la direction générale
de la BCF

INTRODUCTION

En 2012, l'économie fribourgeoise a été soumise à de fortes pressions. D'une part et grâce essentiellement aux facturations de la branche horlogère, son secteur exportateur a bien résisté aux soubresauts conjoncturels. A fin septembre, le canton présentait en effet des exportations en hausse de 18% par rapport à la même période de 2011. D'autre part, le sentiment des entrepreneurs quant à la situation à venir est de plus en plus pessimiste selon les enquêtes du Centre d'études conjoncturelles de l'Université de Zurich, le KOF.

C'est en effet du côté des entreprises actives sur le marché intérieur que le ciel semble se charger. Comme l'ont montré des enquêtes de l'Observatoire fribourgeois de l'économie et de la Chambre de commerce de Fribourg, celles-ci doivent affronter une concurrence accrue et faire face à une érosion importante de leurs marges, deux effets indirects de la force du franc.

Cette année, outre les données de l'Institut Créa de macroéconomie appliquée de la Faculté des HEC de l'Université de Lausanne sur l'état de l'économie cantonale en 2012 et sur les prévisions pour 2013, nous mettons l'accent sur une branche d'activité précisément orientée sur le marché intérieur, à savoir celle du commerce de détail. Elle est une composante essentielle de la richesse économique fribourgeoise. Mais elle est aussi un révélateur des défis que le canton doit affronter, notamment sur le plan démographique.

Avertissement méthodologique

Parrapport aux précédentes publications, la nomenclature NOGA 2008 a été adoptée pour la classification des activités de production, conformément au changement opéré par l'OFS et par le SECO dans leurs estimations du PIB national. Comme pour les chiffres du SECO, l'année de base est désormais 2005. Les révisions du PIB fribourgeois reflètent, en général, celles opérées par l'OFS et par le SECO pour le PIB suisse. Les divisions (soit les branches à 2 digits) de la nomenclature NOGA 2008 sont définies de façon plus précise que celles de la NOGA 2002, notamment dans le secteur des services. Cela a un impact dans le choix de la composition des 16 branches retenues pour décomposer le PIB fribourgeois, le contenu de ces branches ayant ainsi quelque peu changé.



Fig. 1
Evolution et prévision du Produit intérieur brut (PIB)
Source: Créa; PIB aux prix de 2005

PIB réel (CHF mia)					PIB réel par habitant (CHF)		
	2010	2011	2012 (estimation)	2013 (estimation)		2010	2011
Fribourg	12,749	12,959	13,04	13,14		45'779	45'523
Suisse	532,823	543,090	545,8	551,8		67'702	68'638
Croissance du PIB réel					PIB réel par emploi (CHF)		
Fribourg	2,4%	1,6%	0,6%	0,8%	Fribourg	143'501	144'604
Suisse	3,0%	1,9%	0,5%	1,1%	Suisse	157'994	159'263

Note: L'ajustement des données du Créa aux normes NOGA 2008 a entraîné des adaptations. Le PIB par emploi est calculé sur la base des EPT estimés par le Créa.

L'ÉCONOMIE FRIBOURGEOISE EN 2012

Cette année, l'économie fribourgeoise apparaît avoir bien tiré son épingle d'un jeu conjoncturel suisse et international toujours plus sombre.

De fait, la conjoncture internationale est de plus en plus en panne. Son dynamisme fléchit au fil des mois, la zone euro étant de plus en plus paralysée par les effets de la crise de la dette souveraine. Comme le note le Secrétariat d'Etat à l'économie SECO dans la dernière livraison de «Tendances conjoncturelles», «les tendances récessives sont de plus en plus marquées» dans cette région qui est le premier interlocuteur de l'économie suisse. Ailleurs, la forte croissance des pays émergents est en train de ralentir et la reprise économique américaine se fait toujours attendre.

En Suisse, après un premier trimestre 2012 encore assez soutenu, la croissance du PIB s'est érodée au fil des mois. Comme le note le Créa, «le secteur exportateur plie sous l'effet d'un recul de la demande étrangère», les activités dans le secteur industriel se dégradent, la consommation privée s'essouffle, alors qu'elle était jusqu'ici très robuste, et les dépenses étatiques restent vigoureuses, permettant, selon le Créa, «à la demande intérieure de maintenir des rythmes de croissance positifs»¹.

Dans ce contexte plutôt morose, l'économie fribourgeoise fait de la résistance. Globalement, comme le montrent les estimations du Créa, le PIB cantonal devrait avoir encore progressé de 0,6% en termes réels en 2012 à 13,04 milliards de francs (aux prix de 2005). Ce taux de croissance, qui devrait être à peine supérieur à celui de l'économie suisse, accuse un sérieux coup de frein par rapport à celui (+1,6%) qui avait été atteint en 2011 et surtout par rapport à la forte reprise (+2,4%) de 2010. Il reste que l'économie fribourgeoise n'aura sans doute pas terminé l'année 2012 en phase avec son rythme de croissance moyenne annuelle depuis 1998, qui se situe à 1,5%. Mais elle a aussi bien résisté sur le plan de l'emploi: le taux de chômage cantonal reste le plus bas de Suisse romande et l'un des plus bas de Suisse (2,5% en novembre).

Dans le secteur secondaire, les entreprises ont été soumises à une forte pression, notamment au niveau de leurs marges. La valeur ajoutée créée par ce secteur reste dans la moyenne cantonale (0,6%). Son rythme de croissance diminue nettement par rapport à sa moyenne annuelle de croissance depuis 1998 qui est de 1,6%. Dans ce secteur, les entreprises exportatrices ont su résister. A fin septembre 2012, si on fait exception de la seule branche horlogère qui facture ses ventes suisses depuis Fribourg, les autres branches exportatrices du canton ont enregistré une croissance de leurs ventes à l'étranger de 13% selon les données de l'Administration fédérale des douanes. En éliminant les branches de l'horlogerie et de la bijouterie, les

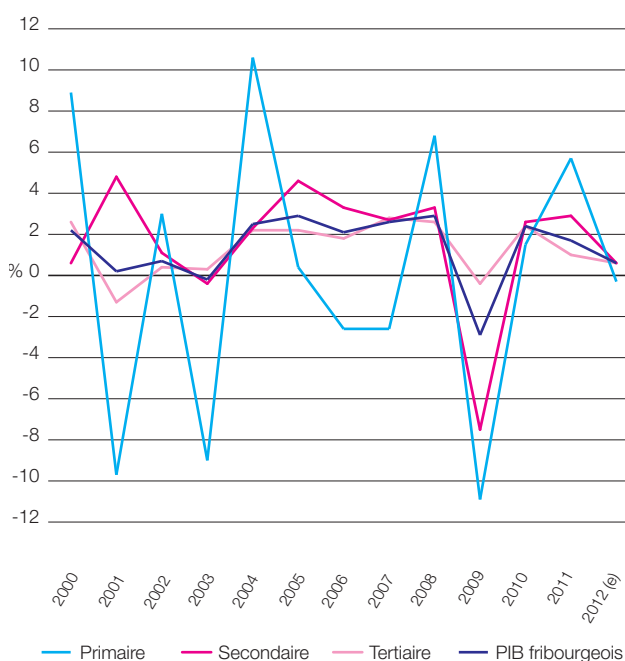
exportations fribourgeoises ont cependant diminué de 1,3% à fin septembre 2012.

Cela explique pourquoi la création de valeur dans la branche des machines, équipements et instruments de précision a pu progresser en 2012 de 1,6%. Cela explique aussi pourquoi la branche de la chimie a pu résister (-0,9%). Par contre, d'autres branches du secondaire ont été directement touchées par les effets de la force du franc et de la morosité conjoncturelle. Il en est ainsi des branches de l'industrie alimentaire (-3,1%), du textile et de l'habillement (-7,4%) et de la métallurgie (-7,8%).

Le cas de la construction reste atypique. Avec un taux de croissance en 2012 de 5,6% dans la création de valeur, cette branche montre qu'elle fait actuellement fi du climat conjoncturel. Les entreprises de la construction fribourgeoise profitent en effet à plein en ce moment du dynamisme démographique. Leurs carnets de commande sont pleins. Cette branche est en fait celle qui est actuellement le moteur de l'économie fribourgeoise, d'autant que les projets de construction et les réserves de travail continuent d'augmenter selon les observations du Créa².

Fig. 2
Evolution du PIB fribourgeois par secteurs économiques
PIB réel et valeurs ajoutées réelles aux prix de 2005 de 2000 à 2012

Source: Créa



¹ Prévisions pour l'économie suisse 2012 – 2014, Créa, Lausanne, octobre 2012

² Conjoncture romande et suisse No 68, Créa, Lausanne, septembre 2012.

Dans le secteur tertiaire, la croissance a aussi été atone (+0,6%). La branche du commerce de détail et de gros tire à peine son épingle du jeu avec une valeur ajoutée qui régresse de 0,6%. Dans l'hôtellerie-restauration, c'est la soupe à la grimace: même si les nuitées hôtelières ont été en forte progression toute l'année (à fin octobre, elles enregistraient une hausse de 4,1% par rapport à un paysage suisse en déclin prononcé de -3%), la branche souffre toujours de faiblesses structurelles. En 2012, sa valeur ajoutée a diminué selon le Créa de 1,7%.

Dans le secteur tertiaire, deux branches font très bonne figure, mais leur poids respectif au PIB cantonal ne leur permet pas de tirer l'ensemble vers le haut. Il s'agit d'une part des services financiers et des assurances, qui progressent de 3,3%, et d'autre part, des activités immobilières et services aux entreprises (+3,8%). Or, la première branche ne représentait en 2011 que 5,2% du PIB cantonal et la seconde 7,7%. Leur bonne santé, qui est aussi le corollaire du dynamisme fribourgeois ces dernières années, n'arrive pas à compenser l'effet de frein de la branche de l'administration publique (20,3% du PIB cantonal en 2011) dont la valeur ajoutée a stagné en 2012 (+1%).

L'érosion des marges

Selon une enquête de l'Observatoire fribourgeois de l'économie, effectuée pendant l'automne 2012 auprès de 39 entreprises importantes du canton de Fribourg, ce problème touche de plein fouet, mais à des degrés divers, les entrepreneurs fribourgeois qui ont répondu à cette enquête. Dans l'ordre d'importance cité par les entrepreneurs interrogés, les causes en sont la concurrence, la force du franc, la détérioration du marché intérieur et des marchés à l'exportation ainsi que la nécessité de réduire les coûts et, le cas échéant, celle d'investir pour rester compétitif.

Les effets de cette érosion des marges pour les entreprises fribourgeoises sont en premier lieu une moindre capacité bénéficiaire, la perte d'opportunités commerciales sur les marchés, ainsi qu'une moindre capacité d'investissement et une moindre capacité concurrentielle. Le tout freine le développement de l'entreprise ou sa capacité à investir dans l'innovation. Pour y faire face, les entreprises fribourgeoises rationalisent les coûts, sans penser, pour l'instant et pour les entreprises produisant dans le canton, ni à délocaliser ni à réduire le personnel.

Fig. 3
Croissance de la valeur ajoutée réelle des principales branches économiques fribourgeoises en 2012
 Valeur ajoutée réelle aux prix de 2005
 Source: Créa



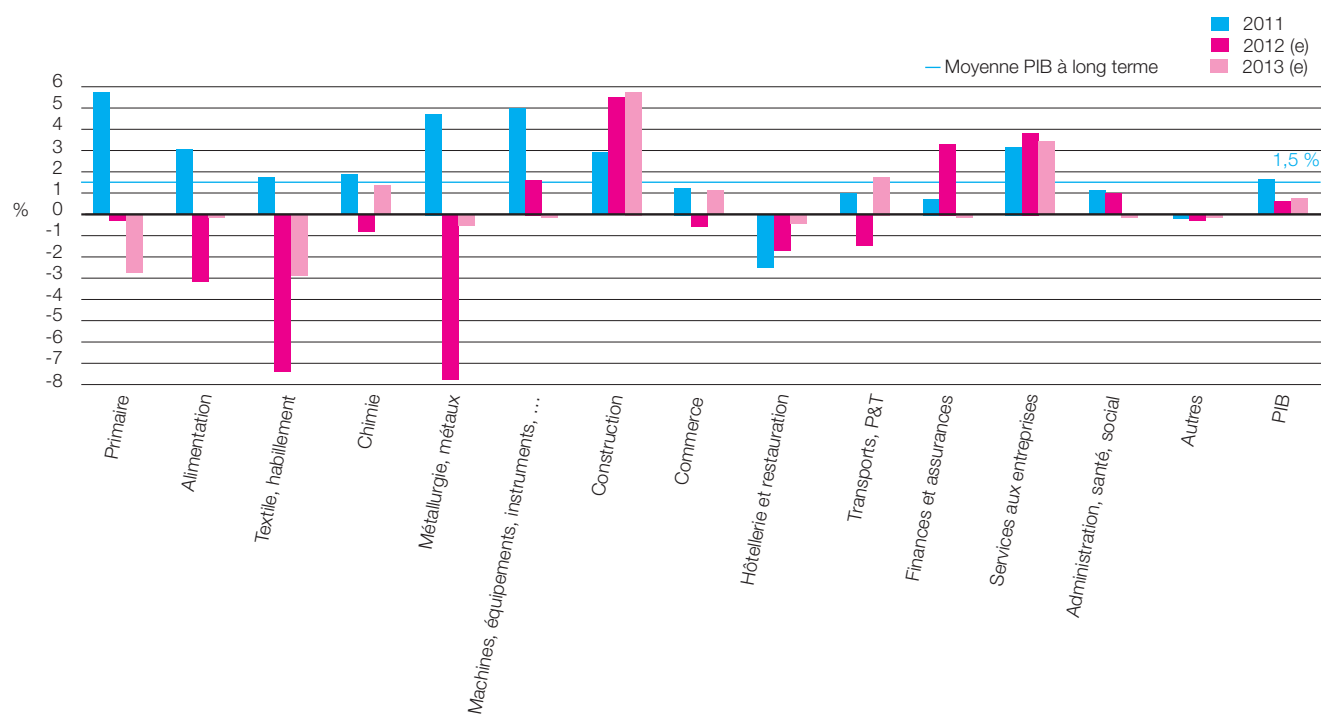
LES PRÉVISIONS DU PIB FRIBOURGEOIS POUR 2013

Pour 2013, les prévisions du Créa pour l'économie fribourgeoise progressent modestement. Globalement, le PIB cantonal devrait légèrement se redresser de 0,8% (contre 1,1% pour la Suisse). Le secteur primaire devrait rester sous pression (-2,7%) mais il ne pèse guère plus de 2% de la valeur ajoutée cantonale. C'est le secteur secondaire, avec une progression de sa valeur ajoutée réelle de 1,1% qui devrait «tirer» le canton à la hausse. Le secteur tertiaire devrait rester en effet à la traîne avec une croissance de 0,7%, à peine supérieure à celle de 2012.

Dans le secondaire, les analystes du Créa pensent que la croissance viendra essentiellement de la construction, dont la croissance restera soutenue (+5,7%) et de la chimie (+1,4%). Ces deux branches représentent ensemble 10% du PIB cantonal. 2013 devrait être une année tout juste équilibrée pour les branches des machines (-0,1%) et, dans une moindre mesure, celle de la métallurgie et des métaux (-0,6%). L'un dans l'autre, ce secteur devrait donc éviter de trop fortes secousses. Dans le tertiaire, les branches du commerce (+1,1%) et des activités immobilières et des services aux entreprises (+3,4%) permettront de sauver la situation.



Fig. 4
Taux de croissance du PIB par branche
Source: Créa



LE COMMERCE DE DÉTAIL FRIBOURGEOIS

Introduction

Quand l'ancien Conseiller d'Etat Michel Pittet a rédigé en 1976 sa thèse³ de doctorat en sciences économiques sur le commerce de détail dans le canton, il n'imaginait sans doute pas que, près de quarante ans plus tard, elle serait toujours la plus importante branche économique fribourgeoise. En 2012, cette branche est de plus devenue un reflet des défis que pose la croissance dynamique de la démographie cantonale. Cette étude sectorielle veut faire le point sur cette activité économique, la mettre en perspective et souligner les problèmes qu'elle doit résoudre pour consolider son développement.

Bref historique

En Suisse et dans le canton de Fribourg, l'histoire du commerce de détail reste à écrire. Jusqu'au milieu du 19^{ème} siècle et à la naissance du premier grand magasin à Paris en 1852, le commerce de détail fribourgeois a été adapté à une économie rurale: les artisans étaient aussi des commerçants qui profitaient des marchés et des foires pour faire leurs affaires.

Les grands magasins se sont vite établis dans le canton avec des enseignes comme Nordmann & Cie à la fin du 19^{ème}, Oskar Weber ou encore Knopf. En 1973, il y en avait neuf, soit un dans chaque chef-lieu sauf en Singine et en Veveyse. La Migros a ouvert son premier magasin dans la capitale en 1933. Hormis les années de guerre, pendant lesquelles le Conseil fédéral a stoppé la croissance du commerce de détail, le développement de cette branche a été lent, en phase avec le développement économique du canton.

En 1973, huit ans avant l'ouverture officielle de l'autoroute A12, Migros ouvre sur 23'000 m² le premier centre commercial fribourgeois à Avry-sur-Matran. Le commerce de détail cantonal va alors évoluer très rapidement. Il y a alors plus de 1'500 points de vente dans le canton, mais seulement 66 libre-services. Le commerce indépendant est encore majoritaire, avec des magasins de tous genres dans toutes les communes. Selon Michel Pittet, qui note déjà en 1974 que la Migros est «le plus important employeur du canton de Fribourg», tous les districts sont très bien équipés, notamment dans l'habillement, le textile et l'ameublement.

Ainsi, en 1974, le district de la Glâne comptait 123 commerces indépendants: 9 dépendaient de la chaîne Usego, 25 de la chaîne Végé (toutes deux disparues aujourd'hui); il y avait deux points de vente Migros et Coop, 8 magasins en libre-service dont 5 à Romont et un grand magasin à Romont du groupe Maus Frères. Il y avait donc un point de vente pour

Le commerce de détail dans le canton de Fribourg en chiffres

- * Chiffre d'affaires estimé : 2,3 à 3,4 milliards de francs (2010)
- * Valeur ajoutée brute : 1 milliard de francs (2010)
- * Nombre d'emplois : 7'705 équivalents plein temps-EPT (2010)

Sources: calculs propres pour le chiffre d'affaires; Créa⁴ pour la valeur ajoutée et le nombre d'EPT

Définitions

Le commerce de détail comprend toutes les entreprises de revente, c'est-à-dire de vente sans transformation, au public de biens neufs ou d'occasion destinés à la consommation des particuliers et des ménages. Sur la base de la codification NOGA, la branche du commerce de détail (code NOGA 2008: 47) exclut les automobiles et les motocycles. Elle distingue entre le commerce en magasin spécialisé (commerce alimentaire, de biens d'équipements, de biens culturels et de loisirs, d'habillements, etc.) et le commerce non spécialisé, avec les centres commerciaux et les grands magasins. En Suisse, on distingue aussi entre la «grande distribution» (Migros, Coop, Manor, etc.) et les commerces de détail de plus petites tailles.

107 habitants alors que la proportion était en 2008 de 207 habitants pour un point de vente dans ce district⁵.

Entre 1973 et aujourd'hui, le nombre de points de vente de détail est resté globalement stable (1518, selon le RFE⁶ de 2008) mais leur structure a évolué. En 1974, le commerce indépendant représentait ainsi selon Michel Pittet une surface de vente de 121'933 m² dans le canton. C'était autant que ce que représente aujourd'hui les neuf plus grands centres commerciaux du canton⁷. Il n'y a aujourd'hui plus que 2 grands magasins, mais 5 hypermarchés d'une surface supérieure à 2'500 m². Les centres commerciaux ont essaimé le long de l'autoroute A12. Bien des communes n'ont plus du tout de commerces de proximité.

Michel Pittet l'écrivait déjà en 1976: «Le secteur de la distribution a subi de profondes mutations au cours de ces dernières années dans le canton de Fribourg.» En 2010, selon le Créa, il pesait ainsi 7% du PIB cantonal et représentait près de 7'700 emplois à plein temps, soit 8,6% des postes de travail à plein temps fribourgeois.

³ Michel Pittet, Equipements et zones de chalandise du commerce de détail fribourgeois, Thèse de doctorat en sciences économiques, Université de Fribourg, 1976

⁴ L'Institut Créa de macro-économie appliquée de l'Université de Lausanne.

⁵ Sources: Michel Pittet pour la donnée en 1974 et RFE/SSStat pour celle de 2008

⁶ RFE = Recensement fédéral des entreprises

⁷ Avry Centre, Agy, Fribourg Sud, Fribourg Centre, Gruyère Centre, Le Cârô à Bulle, Matran Centre et Pérolles Centre; Source: Detailhandel Schweiz 2011, GfK Switzerland, Hergiswil

1. LA DEMANDE



Le commerce de détail fribourgeois est une des trois principales activités économiques du secteur privé cantonal. Avec 7'705 emplois à plein temps, il pèse près de 9% des postes de travail, contre 7% au niveau national⁸. Il représente entre 7% et 8% de la valeur ajoutée du canton. Il a réalisé en 2010 un chiffre d'affaires estimé entre 2,3 et 3,4 milliards de francs. Cette branche se situe entre celle des services aux entreprises et de la construction.

1.1. Estimation du chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires suisse de la branche du commerce de détail est calculé par l'OFS⁹. Pour 2010, il s'élève à 110,96 milliards de francs, en hausse de 2% par rapport à 2009. Le chiffre d'affaires de la branche du commerce de détail du canton de Fribourg n'est pas calculé. Son estimation permet aussi d'évaluer l'importance de cette branche dans le canton. Pour cela et en collaboration avec les experts du Créa, on a utilisé trois méthodes dont les résultats ont été soumis aux professionnels de la branche¹⁰.

1.1.1. Le rapport entre le chiffre d'affaires et la valeur ajoutée

Cette première méthode postule que le rapport, au niveau suisse, entre le chiffre d'affaires et la valeur ajoutée nominale estimée de la branche peut être appliqué au cas fribourgeois. De 1999 à 2010, ce rapport s'est établi en moyenne annuelle à 3,14. Pour 2010, il a été de 3,64. Le chiffre d'affaires de la branche est donc en 2010 égal à 3,64 fois la valeur ajoutée nominale.

Appliqué à la valeur ajoutée nominale du commerce de détail fribourgeois, qui a été de 1,025 milliard de francs en 2010 selon les calculs de l'Institut Créa¹¹, le chiffre d'affaires estimé de cette branche dans le canton serait donc de **3,733** milliards de francs. Ce montant semble un peu élevé aux spécialistes. Il ne peut en effet pas éliminer certains biais tels que le poids du commerce de détail dans les grandes villes et dans les cantons les plus riches du pays.

1.1.2. Le chiffre d'affaires par emploi rapporté à Fribourg

Cette autre méthode utilise le chiffre d'affaires de la branche par emploi équivalent plein temps (EPT) pour la Suisse. Pour 2010, l'OFS l'a calculé à 443'100 francs. Rapporté au nombre d'EPT pour la branche estimé par le Créa pour le canton de Fribourg (7'705), on obtient un chiffre d'affaires pour 2010 de **3,414** milliards de francs. Ce montant suscite moins de commentaires des professionnels de la branche. Il souffre

cependant des mêmes biais que le résultat précédent: les chiffres d'affaires par EPT dans les grandes villes et/ou dans les cantons riches ne sont vraisemblablement pas comparables à ceux des villes plus petites et/ou des cantons plus pauvres.

1.1.3. Evaluation par le budget familial

Cette troisième méthode passe par les données du budget des ménages¹².

Les données précises n'existent pas pour Fribourg. On pose alors l'hypothèse que les dépenses d'un ménage fribourgeois sont, en moyenne, les mêmes que celles d'un ménage suisse¹³. On part aussi de l'hypothèse que les dépenses de consommation en produits alimentaires et en boissons (dépenses dites «food») et que les dépenses dites «non food» (vêtements, ameublement, équipements de loisirs, équipements audio, biens culturels et soins personnels) sont faites dans les commerces de détail. Puis, ces dépenses sont rapportées au nombre de ménages estimé dans le canton pour l'année 2010, date de la dernière enquête de l'OFS sur le budget des ménages.

Les données utilisées sont les suivantes:

- Dépenses food/mois/ménage: 763 francs
- Dépenses non food/mois/ménage: 993 francs
- Dépenses totales/an/ménage: 21'072 francs
- Nombre de ménages estimé pour le canton de Fribourg en 2010 111'397 (population /2,5)¹⁴:

Le chiffre d'affaires estimé pour 2010 selon cette méthode est de 2,347 milliards de francs. Sur la base de leurs parts de marché estimés, les professionnels de la branche interrogés estiment que cette évaluation est très plausible, même si, de leur avis, elle constitue le bas de la fourchette.

1.1.4. Discussion...

On peut évaluer que le chiffre d'affaires de la branche du commerce de détail fribourgeois se situe dans une fourchette de 2,35 à 3,41 milliards de francs (soit dans la fourchette des évaluations faites en 1.1.2. et 1.1.3). Les professionnels de Trade Fribourg (voir note 10) estiment en effet leur chiffre d'affaires cantonal entre 1 et 1,2 milliard de francs, pour une part du marché cantonal aux alentours de 40%. Ceci situerait le chiffre d'affaires total de la branche entre 2,5 et 3 milliards de francs.

⁸ Sources: Créa.

⁹ Les résultats comptables des entreprises suisses, brochure annuelle publiée par l'OFS

¹⁰ L'association Trade Fribourg regroupe les grandes entreprises du commerce de détail du canton; elle représenterait 40% du chiffre d'affaires du commerce de détail cantonal.

¹¹ L'Institut Créa de macro-économie appliquée de l'Université de Lausanne calcule le PIB cantonal.

¹² Enquête sur le budget des ménages 2010, Actualités OFS, Neuchâtel novembre 2012;

¹³ Selon l'OFS, le ménage privé se définit comme un groupe de personnes qui partagent le même logement, mettent en commun une partie ou la totalité de leurs revenus et de leur patrimoine et consomment collectivement certains biens et services. Les étudiants et les pendulaires sont compris dans les ménages, qui font partie de la population résidente permanente. Les frontaliers et les touristes ne le sont pas.

¹⁴ Source: SStat; le nombre d'habitants est celui de la population résidente moyenne en 2010; le nombre moyen de personnes par ménage est calculé sur la base du RFP 2000.

1.2. La valorisation économique du commerce de détail fribourgeois

Le Créa a valorisé la branche fribourgeoise du commerce de détail. L'indicateur de la valeur ajoutée semble plus pertinent aux professionnels que le chiffre d'affaires. D'une part, les prix ont généralement baissé de 2%¹⁵ dans la branche ces dernières années, ce qui impacte les ventes. D'autre part, les efforts en termes de productivité ont influencé positivement la création de valeur dans cette branche.

Pour 2010, la valeur ajoutée brute nominale a été évaluée à 1,025 milliard de francs pour un total de 7'705 emplois EPT dans la branche. La valeur ajoutée réelle a été pour sa part estimée à 909 millions de francs en 2010. Leur évolution par rapport à celle des emplois EPT est illustrée dans dans la figure 5. Pour 2011, le Créa estime la valeur ajoutée nominale à 1,043 milliard de francs (+1,7% par rapport à 2010) et la valeur ajoutée réelle à 926 millions de francs (+1,8% par rapport à 2010).

La branche du commerce de détail fribourgeois est dans le tiercé de tête des plus importantes branches économiques du canton (voir Fig. 6 page 11).

Globalement et en termes de création de valeur, la branche se compare favorablement à celle des services aux entreprises et de la construction. En termes d'emplois, cette branche représentait en 2008 8,6% des emplois EPT du canton.

1.3. Répartition des emplois dans le commerce de détail fribourgeois

Le commerce de détail fribourgeois est un employeur important dans le canton. La répartition de cette importance a cependant varié au fil des ans comme les cartes ci-dessous le montrent. En 1995, l'emploi était encore largement réparti dans tout le canton et rares étaient les communes qui n'avaient pas leur épicerie, leur boulangerie, leur «bazar» (voir carte 1 ci-contre). En 2008, le dernier RFE montre que les emplois se sont concentrés dans le district de la Sarine et dans des agglomérations comme celles de Bulle, de Châtel-St-Denis et de Morat (voir carte 2 ci-contre).

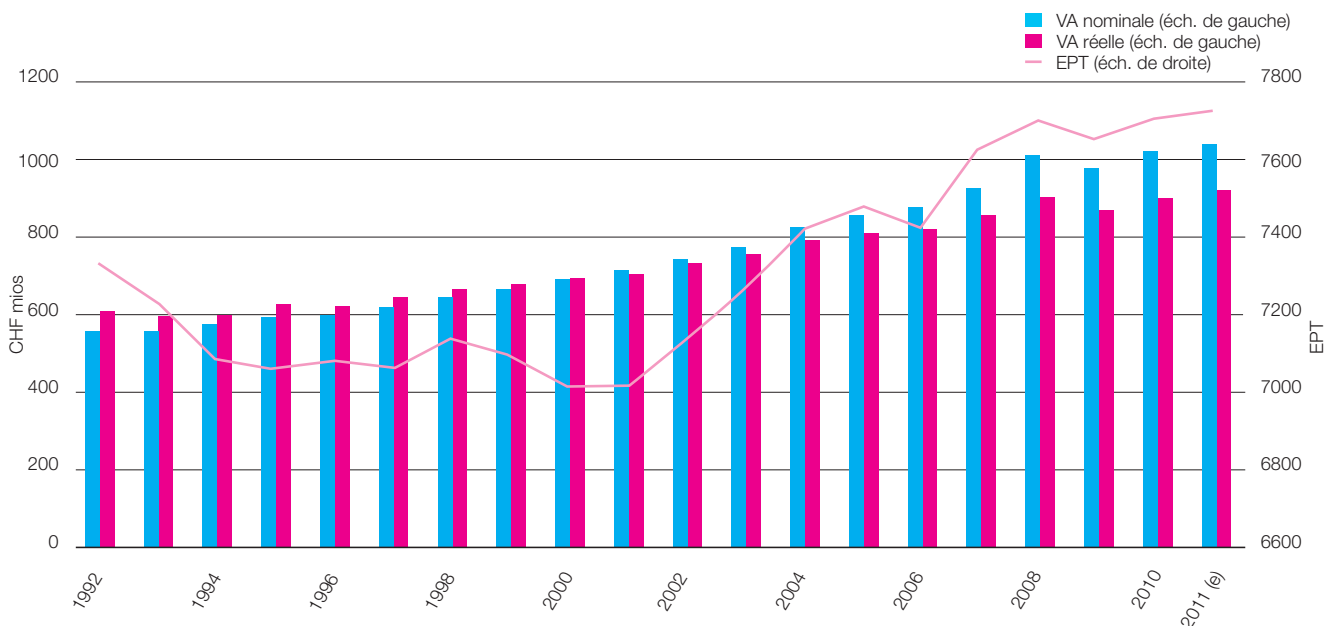
1.4. Le poids économique indirect du commerce de détail

Faute de données précises, il est impossible d'estimer correctement le poids économique indirect du commerce de détail. Certains éléments permettent d'apprécier son importance. Ainsi...

- Les grands distributeurs présents dans le canton se fournissent en produits alimentaires de base auprès des producteurs agricoles régionaux basés notamment en Gruyère, dans la Broye et dans le district du Lac. Cela pourrait notamment expliquer la part importante, d'environ 3%, du secteur primaire dans le PIB cantonal alors qu'elle est largement inférieure dans d'autres cantons. Certaines

Fig. 5
Evolution comparée de la valeur ajoutée et des EPT dans le commerce de détail fribourgeois

Source: Créa

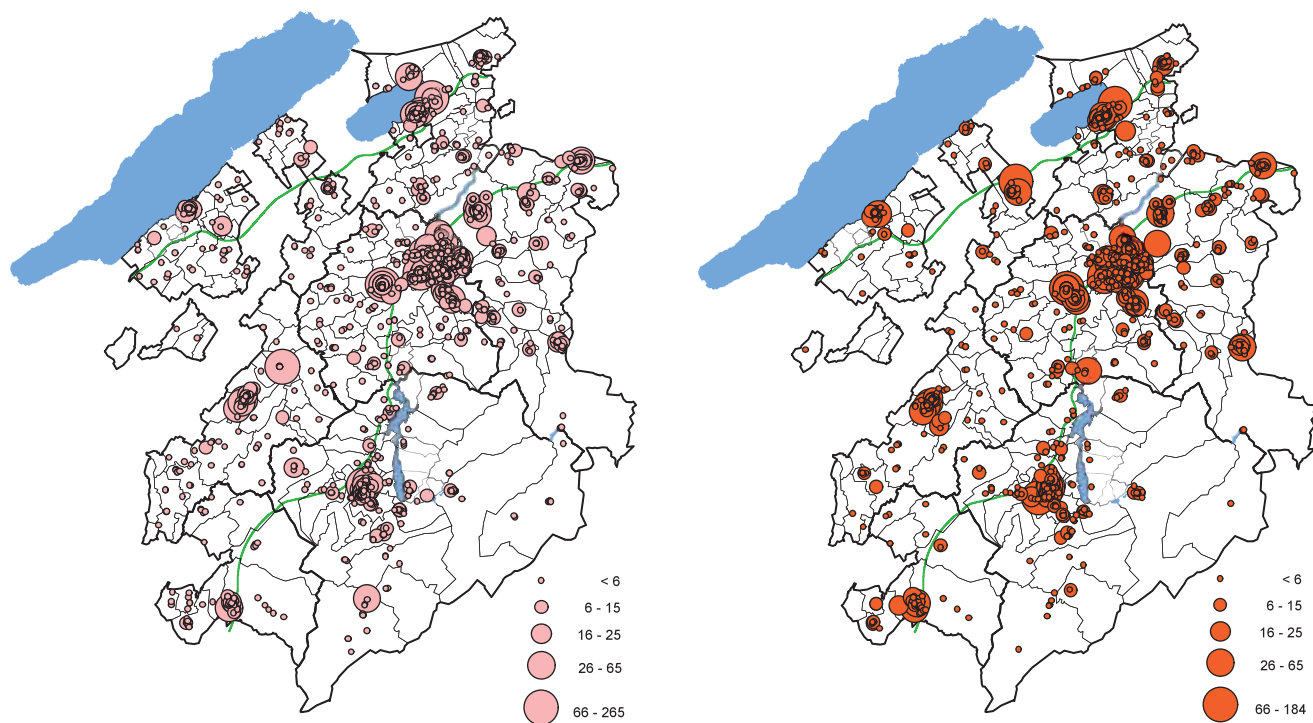


¹⁵ Swiss Issues Branches, Retail Outlook 2012, Credit Suisse Economic Research Janvier 2012

Fig. 6
Les dix plus importantes branches économiques fribourgeoises
Source: Créa/BCF; classement selon la valeur ajoutée réelle

Données pour 2010 – CHF mios (Base: NOGA 2002)			
Branche	Valeur ajoutée nominale	Emplois EPT (unités)	Valeur ajoutée réelle aux prix de 2000
Administration	2'742	23'379	2'408
Commerce de détail	1'025	7'705	909
Services aux entreprises	1'062	7'626	886
Alimentation	958	3'748	886
Construction	970	10'153	845
Machines & équipements	926	6'911	837
Commerce de gros	924	7'872	802
Chimie	847	2'726	779
Transport P&T	648	3'966	700
Finances	642	2'606	565
Total canton de Fribourg	13'737	88'404	12'350

Cartes 1 et 2 - Nombre d'équivalents plein temps (EPT) dans le commerce de détail dans le canton de Fribourg en 1995 (carte de gauche) et 2008 (carte de droite)
Source: SStat/RFE 1995 et 2008





stratégies commerciales ou le lancement de labels dits «régionaux» (par exemple, les labels de production biologique) et des politiques tarifaires spécifiques peuvent avoir des conséquences directes sur le secteur primaire cantonal.

- Deux grandes entreprises actives dans l'agro-alimentaire, Elsa-Mifroma à Estavayer-le-Lac et Ursy et Micarna à Courtepin, qui représentent 3'100 emplois, dépendent directement de la Migros. Si on y ajoute ses 600 emplois EPT dans la distribution, Migros est ainsi le plus grand employeur dans le canton¹⁶.

- L'entreprise Crema SA à Villars-sur-Glâne, active dans la transformation du lait, écoule aussi la plus grande partie de sa production via la grande distribution et le commerce de détail dans le canton et en Suisse: elle emploie plus de 600 personnes et réalise un chiffre d'affaires supérieur au demi-milliard de francs.

- Deux distributeurs (Aldi à Domdidier et Denner à Schmitten) ont installé dans le canton des centrales logistiques dont le rayon d'action est supra régional.

- La grande distribution possède ou loue ses surfaces de vente dans le canton: elle contribue donc ainsi à la création de valeur dans le domaine immobilier et ainsi, à la branche des services aux entreprises.

- Depuis 1973, les créations de centres commerciaux dans le canton ont représenté plusieurs centaines de millions de francs d'investissements dans le canton¹⁷. A titre d'exemple:

- Centre commercial à Morat
17 millions de francs investis
- Centre commercial à la Tour-de-Trême
26 millions de francs investis
- Centre commercial à Châtel-St-Denis
25 millions de francs investis
- Centre Cormanon Est à Villars-sur-Glâne
50 millions de francs investis
- Centre commercial La Galerie à Fribourg
50 millions de francs investis

1.5. Les facteurs influençant la demande

1.5.1. La démographie

En 1973, le premier centre commercial du canton à Avry-sur-Matran avait comme zone primaire de chalandise la Ville de Fribourg et le district de la Sarine. Plus globalement, «Migros a retenu pour l'implantation d'Avry Centre une région assez grande, en l'occurrence le canton de Fribourg»¹⁸, qui avait à l'époque une population résidente moyenne de 182'700 habitants. Fin 2010, la donne démographique

a radicalement changé pour ce centre commercial. La Ville de Fribourg et le district de la Sarine comptent en effet 94'849 habitants et le canton, 278'591 habitants (+52%). Or, «en règle absolue, 70% à 80% des clients d'un centre commercial proviennent du bassin de population primaire», c'est-à-dire d'un rayon de 10 à 20 km¹⁹. Au vu de cette dynamique démographique, le district de la Sarine et la capitale sont donc aujourd'hui devenus la région avec la plus forte concentration de commerces de détail du canton de Fribourg (voir les cartes 3 page 13 et 4 page 16). D'ailleurs, pour y faire face, la surface commerciale de Avry Centre a été augmentée, au début des années 2000, de 24'632 m² à 34'035 m², ce qui en fait aujourd'hui le 9^{ème} plus grand centre commercial de Suisse²⁰.

Outre l'axe autoroutier qui le traverse de part en part, la raison du succès des implantations commerciales sur Fribourg aura donc été la croissance démographique la plus dynamique de Suisse. Depuis plus de 10 ans, la population fribourgeoise croît à un rythme (2% l'an) plus soutenu que son PIB (+1,4%). Le solde migratoire positif vient surtout des cantons voisins (VD, NE et BE). Il représente une population composée surtout de pendulaires qui vivent dans le canton mais travaillent ailleurs. Pour le commerce de détail, Fribourg est le canton où il faut s'installer «parce que c'est là que cela se passe»²¹.

Le dynamisme démographique fribourgeois a dopé la demande, tous types de commerce confondus. D'autres facteurs connexes sont importants:

- **Le bilinguisme** – Le consommateur fribourgeois est considéré par certains grands distributeurs comme francophone et alémanique. En particulier, dans la région de Fribourg et dans le nord du canton, les distributeurs jouent donc avec des influences publicitaires différentes de celles qui influencent le consommateur francophone: le canton a deux types de clientèle.

- L'opposition **nord/sud** - Le canton est démographiquement divisé en deux: les habitants du sud vont plutôt vers Bulle (ou vers l'arc lémanique); ceux du nord, vers la capitale ou Berne. Conjugué à l'essor démographique des districts du sud fribourgeois, du fait de l'immigration lémanique et parce que les centres urbains lémaniques sont difficiles d'accès, ceci explique le développement du commerce de détail dans la région de Bulle et, aujourd'hui, dans celle de Châtel-St-Denis.

¹⁶ Données Migros, Elsa SA et Mifroma SA.

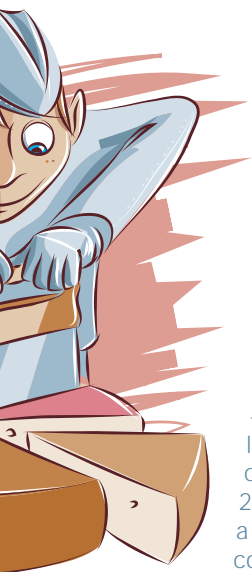
¹⁷ Sources: articles de presse: données des entreprises.

¹⁸ Source: Jean-Marie Egger, La détermination de l'emplacement des centres commerciaux, Mémoire de licence, Université de Fribourg, 1977

¹⁹ Les stratégies foncières des grands propriétaires collectifs: le cas des entreprises de commerce de détail, Patrick Csikos, IDHEAP, Lausanne, 2009

²⁰ Detailhandel Schweiz 2011, GfK Switzerland, Hergiswil

²¹ Entretien avec le responsable d'un grand distributeur (06.09.2012)



- L'opposition **ville/campagne** - Perceptible dans les années 1970, elle est aujourd'hui une réalité: c'est d'abord dans les agglomérations (+2,3% en 2011²²) que la croissance démographique du canton a lieu. Des différences de comportement et de consommation en découlent. C'est dans les villes que le brassage de population est le plus important et que les changements de comportement sont les plus rapides. Ensuite, l'essor démographique touche aujourd'hui également des petites localités, notamment dans le sud et dans la Broye²³. Le commerce de détail se remet en question. Il privilégie le retour à une certaine proximité (voir aussi page 20).

- **La jeunesse** - La population fribourgeoise est la plus jeune de Suisse. Fin 2011, 51% des Fribourgeois ont moins de 39 ans et 24% moins de 20 ans. Cela induit aussi des comportements d'achat différents: les achats sur Internet ou dans les shop-services concurrencent les acteurs classiques de la branche. D'où aussi, aux dires de certains distributeurs, les nombreuses enseignes de mode, de produits de grande consommation ou de biens pour les maisons et les appartements.

La démographie fribourgeoise porte cependant en germe des problèmes structurels en termes de qualité des infrastructures, de mobilité, voire d'évolution des comportements sociaux. D'ici à 2030, on anticipe une population de 330'000 habitants. Mais la dynamique démographique pourrait ralentir, notamment en raison d'une raréfaction de l'espace foncier disponible avant que les effets des politiques directrices en matière d'aménagement du territoire ne se fassent sentir. Le développement du commerce de détail pourrait être alors directement concerné. Certains de ses acteurs souhaitent donc sa consolidation rapide.

Qualité de la localisation, pouvoir d'achat et climat de consommation

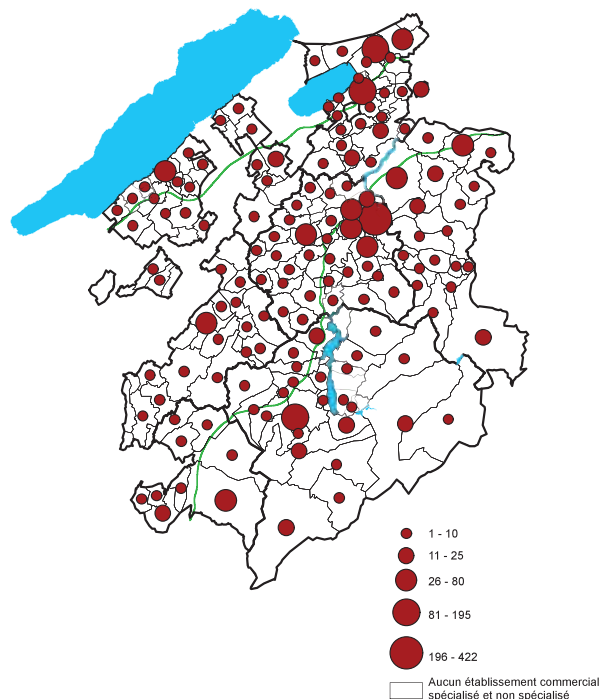
L'indicateur de compétitivité²⁴ des cantons suisses qualifie le canton de Fribourg de «solide», en raison notamment de la diversification de son économie et de son marché du travail. Une autre étude²⁵ relève que le revenu librement disponible des Fribourgeois met le canton en bonne place en Suisse occidentale. Le commerce de détail en profite tout autant que de la dynamique démographique ou que des réserves de terrains importantes, qui freinent la hausse des prix et favorisent un climat de consommation dynamique.

1.5.2. Infrastructures et axes de communication

Le commerce de détail, autrefois réparti dans les communes du canton, s'est développé et restructuré aujourd'hui le long des grands axes de communication. Comme cette carte le montre, entre 1995 et 2008 l'axe autoroutier de l'A12 a favorisé le développement de cette branche dans le canton. La Glâne, par exemple, s'est presque vidée de ses commerces en à peine 15 ans à l'exception de son chef-lieu. Même chose pour la Broye et le district du Lac qui, en 2008, n'avaient pas encore vraiment profité démographiquement de l'autoroute A1. Par ailleurs, la pauvreté des axes routiers secondaires et la force d'attraction des grands centres commerciaux de la Sarine, stratégiquement desservis par des nœuds routiers, expliquent aussi que de nombreuses communes n'aient plus de commerces de détail en 2008. Selon les professionnels de la branche, cette évolution montre aussi que les centres commerciaux se sont établis là où il y avait une demande de la clientèle.

Carte 3 – Nombre d'établissements commerciaux spécialisés et non spécialisés par commune du canton de Fribourg en 1995

Source: SStat/RFE 1995 et 2008



²² Communiqué de presse du SStat du 26.04.2012: « Dans une analyse urbain/rural, l'essentiel de la croissance du canton s'est produit dans les agglomérations (+2,3%) ».

²³ Communiqué de presse du SStat du 26.04.2012.

²⁴ L'indicateur de compétitivité des cantons, UBS, mars 2012

²⁵ Swiss Issues Regions – Canton de Fribourg, Credit Suisse Economic Research, Zurich, 2010

1.5.3. Le cadre légal

Le cadre légal s'est renforcé. Certains acteurs de la branche considèrent qu'il est l'un des plus sévères de Suisse. Ce cadre légal est basé sur trois piliers:

→ **Aménagement du territoire** – Depuis 2011, le plan directeur cantonal fixe aux communes des principes généraux précis pour les projets de centres commerciaux. Il n'exclut pas de nouveaux centres commerciaux à proximité de la capitale et des centres régionaux. Mais ils doivent être spécialisés et avoir des accès plus directs aux routes à grand trafic. L'idée est de dimensionner les zones commerciales pour économiser le sol, garder assez de terrains pour les zones industrielles et éviter la création de friches commerciales²⁶. Sont concernés...

- Les centres commerciaux à fort impact territorial - Plus de 2'000 trajets motorisés par jour; surface de vente supérieure à 3'000 m² et plus de 200 places de parking, ces critères n'étant pas cumulatifs. Outre des normes sur la mobilité douce, l'implantation dans les zones d'habitation et la desserte par transports publics, le centre sera dimensionné pour respecter au maximum un ratio de 2 m² de surface commerciale par habitant. Les places de parc doivent être aménagées en sous-sol.
- Autres centres commerciaux – Entre 600 et 3'000 m² et plus de 40 places de parc. Normes de mobilité douce et d'accès par les transports en public. Le stationnement doit être réalisé en souterrain. Dimensionnement dans les communes en fonction des besoins du plan directeur et coordination avec les communes voisines. Pas de concurrence avec les activités économiques à forte valeur ajoutée.

→ **Protection de l'air** – Il s'agit de coordonner l'implantation des «grands générateurs de trafic», que sont les centres commerciaux, avec les principes de la protection de l'air. Les mesures adoptées dans le Plan de mesures pour la protection de l'air se rapprochent, dans les agglomérations seulement, d'un système de limitation de trafic qui serait appliqué au cas par cas.

→ **Police du commerce**²⁷ – La loi du 25 septembre 1997 sur l'exercice du commerce (chapitre 2) et le règlement du 14 septembre 1998 (chapitre 2) règlent le régime légal en matière d'heures d'ouverture des commerces (voir aussi page 21). La base applicable sur l'ensemble du territoire cantonal et pour tous les types de commerces de détail peut se résumer ainsi:

- Du lundi au vendredi, pour l'ensemble des commerces, ouverture de 6 à 19 heures ; pour les kiosques et les shops de stations d'essence, ouverture de 6 à 21 heures;
- Le samedi, ouverture de 6 à 16 heures, sauf pour les laiteries autorisées jusqu'à 19 heures;
- Le dimanche et les jours fériés, fermeture de tous les commerces.

Le droit cantonal accorde des compétences résiduelles aux communes qui, par le biais d'un règlement de portée générale, peuvent prévoir des élargissements d'horaires dans certaines limites et à certaines conditions. La situation est aussi différente selon que la commune est ou non un site à vocation touristique (cf. art. 3 et 4 du règlement).

Les communes «ordinaires» peuvent:

- Fixer une nocturne hebdomadaire pour tous les commerces jusqu'à 21 heures;
- Prévoir une ouverture dominicale de 6 à 19 heures pour certains types d'activités (cf. art. 10 du règlement) à condition que le commerçant ait obtenu une autorisation préalable sous l'angle de la législation fédérale sur le travail pour le personnel de vente;
- Prévoir une ouverture nocturne exceptionnelle jusqu'à 23 heures du lundi au samedi pour certains commerces permanents de vente de mets et de boissons à emporter (vendeurs de pizzas, de kebabs...);
- Accorder une ouverture nocturne ou dominicale exceptionnelle pour des événements ou des manifestations.
- Les communes «touristiques»²⁸ peuvent autoriser durant la saison l'ouverture des commerces de 6 à 22 heures du lundi au samedi et de 6 à 20 heures le dimanche et les jours fériés.

Par ailleurs, les commerces dans les gares ou sur les aires des routes nationales peuvent profiter de régimes particuliers au sens du droit fédéral pour répondre aux besoins des voyageurs.

Si une commune n'a pas un règlement communal sur les heures d'ouverture des commerces, le régime cantonal y est applicable. 77²⁹ des 177 communes ont adopté un tel règlement. Une commune ne peut pas autoriser des ouvertures contraires à ce que le droit cantonal lui laisse comme marge de manœuvre. La Direction de la sécurité et de la justice est l'autorité de surveillance des communes dans ce domaine. Les communes sont quant à elles autorités de surveillance des commerces et ont la compétence de sanctionner les abus.

²⁶ Plan directeur cantonal, chapitre 25 Grands générateurs de trafics et centres commerciaux

²⁷ Texte basé sur la prise de position du chef de la Police du commerce du canton de Fribourg (25.07.2012)

²⁸ Dans le canton: le Lac-Noir, Charmey, Gruyères-Moléson, Jaun-Bellegarde, Les Paccots (à l'année) et, de manière saisonnière, Bas-Vully, Greng, Haut-Vully, Meyriez, Morat, Muntelier, Châbles, Cheyres, Delley, Estavayer-le-Lac, Font, Gletterens et Portalban.

²⁹ Liste des communes sous www.fr.ch/spoco/fr/pub/heurecommerce.htm

2. L'OFFRE

L'offre du commerce de détail reflète les tendances démographiques et socio-économiques du développement récent du canton.

2.1. Evolution du commerce de détail

Le nombre de commerces de détail a diminué de 250 établissements entre 1995 et 2008, année où, selon le RFE, il y avait 1518 commerces. Cette diminution, tant pour les types de commerces que dans les districts, est illustrée par les deux figures 7 et 8.

Les petits commerces de détail non spécialisés, d'une surface inférieure à 100 m², les commerces de détail alimentaire, en équipements du foyer (ameublement, textiles, quincaillerie, électroménager, etc.) et les autres commerces de détail, comme les boutiques d'habillement, d'articles de voyage, de chaussures ou encore les horlogeries-bijouteries ont le plus diminué. Tous les districts ont été touchés, la Broye et la Glâne relativement plus que les autres. Le Lac, la Singine et la Veveyse ont mieux résisté.

Fig. 7

Evolution du commerce de détail (nombre d'établissements)

Source: OFS/ RFE/SStat

Canton de Fribourg	1995	2001	2005	2008
Commerce de détail en magasin non spécialisé	281	206	180	175
Hypermarchés (> 2500 m2)	5	2	5	5
Grands supermarchés (1000-2499 m2)	8	11	9	8
Petits supermarchés (400-999 m2)	34	27	22	30
Grands commerces (100-399 m2)	76	63	51	57
Petits commerces (< 100 m2)	139	89	76	55
Grands magasins	5	3	2	2
Autres	14	11	15	18
Commerce de détail en magasin spécialisé	1'487	1'417	1'321	1'343
Commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé	381	354	319	293
Commerce de détail de carburants en magasin spécialisé	21	29	28	36
Commerce de détail d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé	98	117	101	104
Commerce de détail d'autres équipements du foyer en magasin spécialisé	204	166	169	175
Commerce de détail de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé	168	176	160	164
Autres commerces de détail en magasin spécialisé	585	551	519	537
Commerce de détail sur éventaires et marchés	2	5	4	6
Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés	28	19	21	28
Total	1'768	1'623	1'501	1'518

Fig. 8

Evolution du commerce de détail (nombre d'établissements par district)

Source: OFS/ RFE/SStat

	1995	2001	2005	2008
Canton de Fribourg	1'768	1'623	1'501	1'518
District de la Sarine	707	634	583	616
District de la Singine	196	176	167	167
District de la Gruyère	343	326	303	303
District du Lac	196	192	185	175
District de la Glâne	118	102	100	96
District de la Broye	127	113	94	91
District de la Veveyse	81	80	69	70

2.2. Densité de la branche

2.2.1. Emplois

En termes d'emploi, les très petits établissements ont été le plus touchés par la concentration de la branche. Entre 2001 et 2008, plus de 100 établissements occupant moins de quatre EPT ont disparu. Pourtant et parallèlement, le nombre d'EPT par établissement a globalement augmenté. Ceci traduit la concentration dans cette branche.

Les cartes de l'évolution du nombre d'établissements entre 1995 et 2008 (voir cartes ci-dessous) et du nombre d'emplois montrent aussi que l'évolution du commerce de détail dans le canton s'est faite au profit des agglomérations (Fribourg, Bulle, Châtel-St-Denis et, dans une moindre mesure, Romont et Estavayer-le-Lac).

Cette évolution est-elle à mettre au compte de l'augmentation des centres commerciaux? Le fait est qu'il y en a actuellement 19 dans le canton (voir Fig. 10), sur une surface commerciale de 170'503 m² équivalente à 24 terrains de football. Ces centres commerciaux ont créé beaucoup d'emplois. En 2008, par exemple, les magasins non spécialisés d'une surface commerciale supérieure à 100 m² représentaient 1'801 emplois EPT, soit 80% de la catégorie des magasins non spécialisés et 23% de tous les emplois des commerces de détail du canton.

Le fait est que le décompte du nombre d'établissements par l'OFS (voir Fig. 15) ne tient pas compte de la notion de «centre commercial». Ce dernier ensemble peut en effet comprendre plusieurs des sous-catégories de commerces de détail en magasin non spécialisé ainsi que des établissements qui sont catalogués comme magasin spécialisé.

Fig. 9

Evolution du commerce de détail (nombre d'équivalents plein temps par établissement)

Source: OFS/ RFE/SStat

	1995	2001	2005	2008
Canton de Fribourg	4.4	4.5	5.0	5.2
District de la Sarine	5.0	5.3	6.1	6.0
District de la Singine	4.3	4.4	4.3	4.7
District de la Gruyère	3.8	4.0	4.6	4.7
District du Lac	4.6	4.6	4.7	4.9
District de la Glâne	4.2	3.7	4.0	4.4
District de la Broye	3.1	3.2	3.4	4.5
District de la Veveyse	2.9	3.2	4.3	4.7

Cartes 4 et 5 Evolution du nombre d'établissements commerciaux spécialisés et non spécialisés par commune du canton de Fribourg, entre 1995 et 2008 (carte 4 à gauche) et évolution du nombre d'emplois dans le commerce de détail dans le canton de Fribourg, entre 2005 et 2008 (carte 5 à droite)

Source: SStat/RFE 1995 et 2008

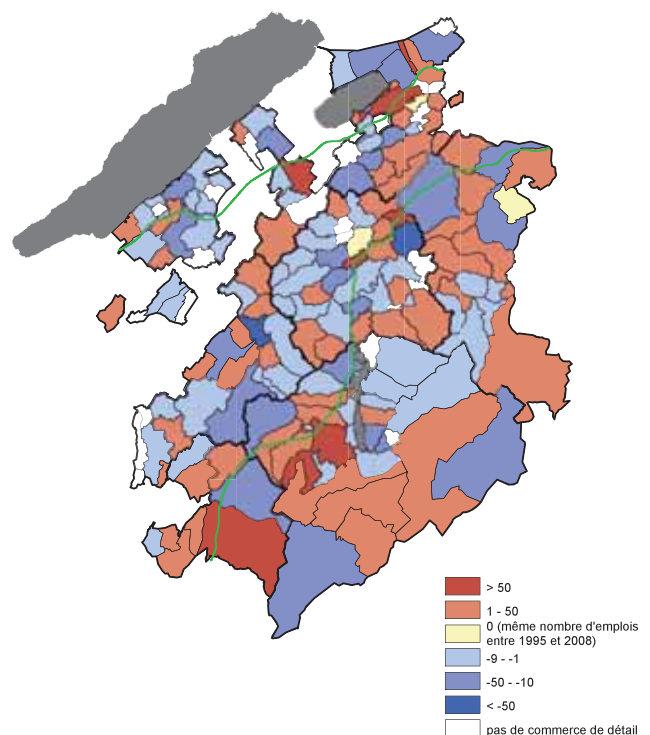
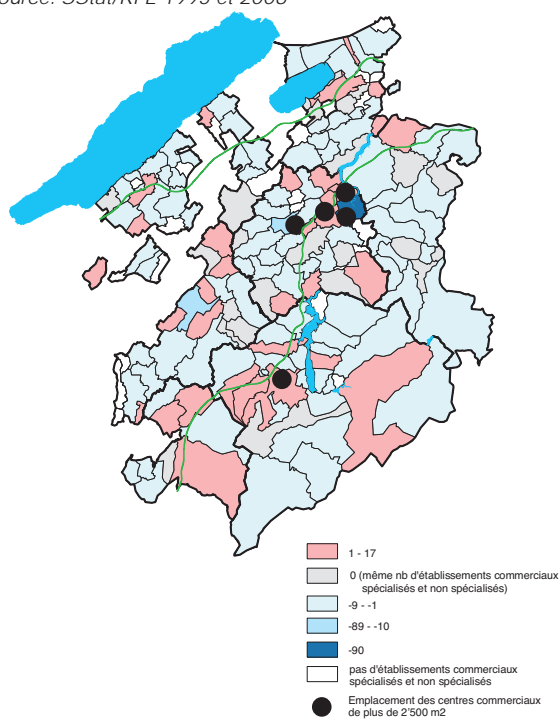


Fig. 10**Liste des centres commerciaux du canton de Fribourg**

Sources: IHA-GFK, Detailhandel Schweiz 2011; www.Architectes.ch; articles et communiqué de presse (Pérolles Centre et Galeries du Rex) n.a: non disponible

Centre commercial	Chiffre d'affaires 2011 – CHF mios	Surface en m ²	Places de parc	Année de construction
Avry Centre, Avry-sur-Matran	223	34'035	1'718	1973
Centre commercial d'Agy, Granges-Paccot	n.a	10'636	370	1999
Centre Fribourg Sud, Villars-sur-Glâne	75	17'558	790	1973
Fribourg Centre, Fribourg	117	15'263	120	2003
Gruyère Centre, Bulle	87	8'080	700	1977
Le Câro, Bulle	n.a	8'535	260	2004
Matran Centre, Matran	97	15'431	510	2007
Pérolles Centre, Fribourg	n.a	8'900	275	1989
Galeries du Rex, Fribourg	n.a	4'680	212	2008
Cormanon Est, Villars-sur-Glâne	38	6'000	n.a	2006
Châtel-St-Denis	n.a	2'970	227	2008
Morat	n.a	3'254	145	1999
Guin	n.a	2'941	154	2008
Romont	n.a	1'800	n.a	2010
JUMBO, Givisiez	n.a	9'450	200	2005
La Tour, La Tour-de-Trême	n.a	7'400	282	2007
Pôle Sud, Bulle	n.a	8'770	n.a	2012
Cottens	n.a	1'000	52	2012
La Galerie, Fribourg	n.a	3'500	-	2007

2.2.2. Population

L'évolution du nombre de commerces de détails dans le canton n'a pas forcément été en phase avec la croissance démographique. Entre 1995 et 2008, la population du canton a certes progressé de 19%, mais, dans le même temps, la proportion d'habitants par commerce de détail a augmenté de 38%. Comme le montre la figure 11, le nombre d'habitants par commerce de détail a augmenté de diverses manières selon les districts.

On pourrait, par exemple, déduire de l'évolution dans la Broye, où la population a progressé de 27% mais le nombre d'habitants par commerce de détail de 76%, qu'il n'y a pas assez de commerces de détail pour la population. On pourrait faire aussi un constat similaire pour la Veveyse, la Singine et le Lac. Ce serait cependant négliger un facteur difficile à évaluer mais réel (voir page 21), à savoir le tourisme d'achat intercantonal, qui voit les Fribourgeois proches des cantons de Berne et de Vaud aller y faire leurs emplettes.

Fig. 11

Evolution du commerce de détail (nombre d'habitants par établissements)

Source: SStat; calculs BCF; Base des calculs: RFE et Population résidente moyenne des districts

	1995	2001	2005	2008
Canton de Fribourg	127.9	149.0	170.2	177.1
District de la Sarine	114.2	133.9	148.3	148.8
District de la Singine	164.7	217.3	236.7	241.5
District de la Gruyère	102.7	117.3	137.0	145.9
District du Lac	128.8	149.0	164.4	182.8
District de la Glâne	144.7	173.7	188.8	207.1
District de la Broye	156.2	189.2	245.9	276.0
District de la Veveyse	144.4	158.9	203.7	219.1

2.2.3. Surface commerciale

La surface commerciale par habitant est un autre ratio intéressant. Pour Fribourg, elle a été évaluée avec une clé calculée par l'Institut CEAT³⁰ de l'Université de Lausanne. Elle n'a cependant pu être calculée avec précision que pour les établissements non spécialisés à prédominance alimentaire³¹, seuls établissements pour lesquels l'OFS met à disposition des données selon la classe de taille commerciale. Pour le canton, les estimations pour cette catégorie de commerces de détail sont illustrées dans la figure 12 ci-contre.

Dans les districts du canton et pour la même catégorie de commerces de détail, l'évolution de la surface commerciale moyenne par habitant entre 1995 et 2008 est illustrée dans la figure 13.

Fig. 12

Evolution du commerce de détail non spécialisé à prédominance alimentaire (surface commerciale par habitant)

Sources: SStat/CEAT; m² arrondi à deux décimales

Evolution dans le canton				
	1995	2001	2005	2008
Nombre de commerces de détail non spécialisés à prédominance alimentaire	262	192	163	155
Surface moyenne en m ² par établissement (estim.)	318	352	401	445
Population résidente moyenne FR	224'552	240'339	253'954	268'537
Surface moyenne par habitant (estim. en m ²)	0.37	0.28	0.26	0.26

Fig. 13

Evolution du commerce de détail non spécialisé à prédominance alimentaire (surface commerciale par habitant)

Sources: SStat/CEAT; m² arrondi à deux décimales

m ² /habitant	1995	2005	2008
Canton FR	0.37	0.26	0.26
Sarine	0.51	0.34	0.34
Singine	0.67	0.57	0.57
Gruyère	0.36	0.21	0.21
Lac	0.16	0.17	0.17
Glâne	0.43	0.22	0.22
Broye	0.29	0.15	0.15
Veveyse	0.17	0.14	0.14

³⁰ Commerce et aménagement du territoire dans le canton de Fribourg: éléments pour une évolution de la politique cantonale, Rapport final du CEAT (Communauté d'Etudes pour l'aménagement du territoire) pour le Conseil d'Etat de Fribourg, Lausanne, 2008

³¹ Code NOGA 4711: Hypermarchés (> 2'500 m²), Grands supermarchés (1'000-2'499 m²), Petits supermarchés (400-999 m²), Grands commerces (100-399 m²), Petits commerces (< 100 m²): la surface moyenne utilisée par le CEAT dans ses calculs pour chaque catégorie est de, respectivement, 3'000 m², 1'800 m², 700 m², 250 m² et 80 m².

2.2.3.1. Estimation pour tout le commerce de détail

Selon les données du recensement fédéral des entreprises, les commerces spécialisés représentent cependant la plus grande partie du commerce de détail fribourgeois.

Si on appliquait à tous les commerces du canton les surfaces moyennes calculées selon la méthode du CEAT³², on pourrait dire que la surface commerciale par habitant est stable dans le canton autour de 2,5 m² depuis 1995 (voir Fig. 14). Cette estimation, jugée plausible par les professionnels de la branche, est proche de la limite des 2 m² par habitant que le Conseil d'Etat veut appliquer aux nouveaux centres commerciaux du canton³³ ayant un fort impact territorial, c'est-à-dire dont la surface est supérieure à 3'000 m². Elle montre de fortes variations selon les districts. Elle montre aussi que, depuis 1995, ce ratio aurait fortement augmenté dans la Sarine où il est proche de 3 m² et reculé à moins de 2 m² en Singine, où il y a le moins de centres commerciaux dans le canton.

Fig. 14
Evolution du commerce de détail - Total (surface commerciale par habitant)

Source: OFS-RFE; SStat; calculs BCF

m ² /habitant	1995	2001	2005	2008
Canton FR	2.49	2.36	2.41	2.52
Sarine	2.79	2.63	2.77	2.99
Singine	1.93	1.62	1.74	1.84
Gruyère	3.10	3.00	3.00	3.05
Lac	2.47	2.36	2.50	2.44
Glâne	2.20	2.03	2.18	2.15
Broye	2.04	1.86	1.67	1.61
Veveyse	2.20	2.22	2.02	2.03

Le commerce de «convenience»

Le terme de «convenience» n'est pas bien défini en Suisse. Pour Fribourg, on limitera ce type de commerce de détail, qui désigne des boutiques d'approvisionnement de passage, aux «shop-services» et aux boutiques dans les gares. L'assortiment de ces commerces dépasse une «offre d'urgence». De même, l'amplitude de leurs heures d'ouverture est plus large que dans les commerces traditionnels, soit «tôt le matin et jusque tard le soir, 7 jours sur 7».

Ces boutiques sont des lieux d'achat pour les automobilistes ou les voyageurs pressés par le temps. Ils se trouvent donc sur des sites où la densité du trafic est importante. Ils deviennent aussi des lieux d'achat de proximité (voir page 20). Leurs surfaces commerciales sont de 100 à 500 m² et ils peuvent employer jusqu'à une quinzaine de personnes.

Selon le dernier recensement fédéral des entreprises, il y avait 18 shop-services en 2008. Trois ans plus tard, il y en avait 37³⁴. Un décompte effectué dans le cadre de cette étude le situe aujourd'hui à une cinquantaine employant plus de 300 personnes et détenues en majorité par les entreprises de produits pétroliers ou par les grands distributeurs en partenariat avec celles-ci³⁵.



³² Voir aussi note 22, page 13

³³ Plan directeur cantonal, chapitre 25 Grands générateurs de trafics et centres commerciaux

³⁴ Ce chiffre est cité dans la réponse du 17 mai 2011 du Conseil d'Etat à la Question Josef Binz sur la Convention collective de travail des professionnels de l'automobile du canton de Fribourg (QA 3368.11);

³⁵ Comptage sur les sites Internet recensant les stations services des marques Total, BP, Tamoil et Agrola; Grande distribution: Coop avec les boutiques Pronto et Migros avec Migrolino; Entreprises spécialisées: Valora SA, Restoshop SA et Alvisshop SA du groupe Villars Holding.

3. LES TENDANCES À L'ŒUVRE DANS LE CANTON

Situé au milieu du pays, soumis aux influences de la Riviera lémanique et de la capitale bernoise, le commerce de détail fribourgeois évolue bien sûr en suivant les grandes tendances. Il est et sera ainsi influencé par le vieillissement de la population, par les effets sur la consommation de la crise économique ou de la force du franc, par la concurrence entre les chaînes de distribution, par la baisse tendancielle des prix ainsi que par les nouvelles technologies de vente des distributeurs ou les nouvelles technologies d'achat, comme Internet. Quelques tendances sont cependant plus spécifiques au paysage fribourgeois du commerce de détail.

Raréfaction des terrains

Dans le canton, l'expansion des surfaces commerciales est terminée. Les dispositions légales (voir page 14) et le besoin d'un arbitrage politique entre l'expansion des établissements de commerce de détail et le besoin de terrains pour les autres entreprises vont freiner, voire stopper, la création de nouveaux grands centres commerciaux. L'exemple du Plan d'aménagement local de la commune de Bulle est éloquent: «... le PAL a introduit l'obligation aux surfaces commerciales d'être intégrées à des bâtiments comportant d'autres fonctions...»³⁶. Par exemple, autant de surfaces de logements que de surfaces commerciales.

La raréfaction des terrains à disposition de l'immobilier résidentiel et de l'immobilier industriel et commercial³⁷ va entraîner une augmentation des prix fonciers dans les régions/localités à forte expansion démographique. Cette hausse des prix hypothéquera la rentabilité des projets commerciaux de forte capacité. Dans le canton, on va donc vers une consolidation des installations existantes, avec des réaménagements ou une diversification des surfaces commerciales. Dans ce contexte, on pourrait aussi assister à la disparition pure et simple d'enseignes. Par ailleurs, la lenteur des procédures ou les oppositions aux rares projets en cours ne facilitent pas les vocations.

Redéploiement stratégique

L'exemple de Coop, qui vient d'implanter en gare de Fribourg un magasin de proximité d'environ 500 m², symbolise cette tendance. Ce magasin doit montrer qu'il n'attire pas seulement les clients de passage mais aussi ceux qui veulent y faire des achats à des heures mieux adaptées au rythme de leur vie.

Dans le canton, on assiste aussi à un redéploiement stratégique de certaines enseignes qui s'installent dans des localités où il y a un réel dynamisme démographique mais dont les commerces avaient pratiquement disparu

au profit des centres commerciaux. Ce redéploiement, qui est d'ailleurs souhaité par le Plan directeur cantonal, obéit au principe de proximité à la clientèle et de respect du régionalisme. On cherche l'identification à une clientèle pour qui le prix n'est pas, ou plus, le seul argument de vente.

L'implantation récente d'un «petit» centre commercial de 1'000 m² à Cottens ou encore l'annonce de l'arrivée de petites épiceries d'une enseigne du Groupe Fenaco dans certaines localités illustrent cette tendance. C'est ainsi, en y ajoutant la composante prix qui reste d'actualité pour certains consommateurs, qu'on peut aussi comprendre l'arrivée des discounters allemands Lidl et Aldi dans le canton.

Ce redéploiement stratégique là où grandit la population devrait s'accompagner d'une composante de services. Certaines initiatives en Ville de Fribourg, pour améliorer la qualité de prestations à la clientèle par exemple, en lui assurant une livraison à domicile, vont dans ce sens.

Centres urbains et spécialisation

Le prix a été un facteur important dans les décisions d'achat et pour la fréquentation des centres commerciaux. Il perd de l'importance au profit du facteur mobilité-gestion du temps et du facteur proximité. Les centres urbains reprennent donc une certaine importance pour le commerce de détail. Les professionnels y voient un meilleur avenir pour les commerces très spécialisés.

Certaines concentrations d'enseignes fribourgeoises dans le commerce de détail alimentaire (boulangerie, boucheries) ou dans l'habillement vont dans ce sens. Une plus grande spécialisation, une meilleure localisation, donc une meilleure proximité à la clientèle, sont à l'ordre du jour. Cet aspect a été souligné par une récente étude sur l'attractivité du commerce de centre ville³⁸ qui, dans zone de chalandise d'une vingtaine de kilomètres, montre que celui-ci a une image positive. Mais son offre devrait être focalisée sur des commerces très spécialisés avec des services à la clé.

Pour les professionnels fribourgeois, les petits commerces de détail très spécialisés, offrant des services annexes qui valorisent le prix demandé, avec une composante identitaire très forte et qui sont proches de leur clientèle n'ont aucun problème dans le canton. Ils complètent l'offre des grands distributeurs. Au vu de l'évolution démographique et sociologique du canton, il y aurait même de la place pour des commerces spécialisés dans le luxe, qui commencent d'ailleurs à apparaître dans certaines rues de la capitale.

³⁶ Commune de Bulle, Plan d'aménagement local, Rapport explicatif (paragraphe 5.1.7, page 25), Bulle, février 2011

³⁷ «Malgré une disponibilité générale de quelque 220 hectares, le canton ne dispose plus de surfaces répondant aux besoins actuels de l'économie»: Canton de Fribourg, Nouvelle Politique Régionale (NPR) Programme cantonal pluriannuel de mise en œuvre 2008 - 2011, Direction de l'économie et de l'emploi, Fribourg, 2008.

³⁸ Imadeo et HEG Arc, Etude attractivité du commerce de centre ville, mai 2011

Le tourisme d'achat

Selon l'édition 2005 du microrecensement de l'OFS sur le comportement de la population suisse en matière de transports, les temps de trajet pour les achats alimentaires sont en moyenne de 10 minutes, de 15 minutes pour les achats non alimentaires. Cette moyenne passe à 20 minutes, respectivement 30 minutes, pour les achats à l'étranger. Elle est même de 45 à 60 minutes pour les biens de consommation de qualité élevée.

Hormis une petite frange de la population fribourgeoise domiciliée dans la Broye et le Lac, le tourisme d'achat vers la France est donc absent du paysage cantonal du commerce de détail. Ce comportement est anecdotique dans le canton y compris dans un climat de franc fort. Certes, on peut parfois apercevoir des voitures à plaques fribourgeoises sur les parkings des centres commerciaux de Pontarlier, dans le Jura français. Pour que cela devienne une habitude, il faudrait que les coûts annexes (essence, trajets, etc.) n'annihilent pas les gains de change et de prix des biens.

Le tourisme d'achat vers les cantons de Berne et Vaud, comme il est aussi qualifié par les professionnels de la distribution dans ce cas, est par contre une réalité hebdomadaire. Notamment, le samedi en raison des heures supplémentaires d'ouverture des magasins dans ces deux cantons, Berne jusqu'à 17h00 et Vaud jusqu'à 18h00. C'est aussi une réalité quotidienne pour la Broye et les districts du sud fribourgeois, notamment la Veveyse, du fait de sa proximité avec l'Arc lémanique. Or, l'impact financier de ce tourisme d'achat confiné au samedi après-midi pour le canton de Fribourg est une réalité économique pour les commerces, selon les spécialistes de la distribution interrogés.

Une autre forme de tourisme d'achat concerne les shop-services, notamment en dehors des heures d'ouvertures quotidiennes classiques et le dimanche. Finalement, les achats sur Internet sont aussi une sorte de tourisme d'achat. Les responsables des commerces de détail, spécialisés notamment dans les biens culturels et de loisirs ou l'habillement, voient les clients venir en magasin tester la marchandise, mais l'acheter sur Internet. Un distributeur spécialisé dans l'électronique ménager estime ainsi que l'impact du commerce virtuel représente aujourd'hui l'équivalent de 20% de son chiffre d'affaires, une proportion qui devrait s'établir à 25% de son chiffre d'affaires en 2020.

Le rôle économique des heures d'ouverture³⁹

La question des heures d'ouverture des commerces de détail aurait, selon les spécialistes de la distribution, un impact économique réel. Selon les enseignes et à l'échelle du canton, la perte financière peut représenter des millions de francs chaque année et des centaines d'emplois. Elle expliquerait même pourquoi, dans les centres-ville du canton, des petits commerces de détail ont disparu.

Car, la perte de chiffre d'affaires au profit des commerces vaudois ou bernois varie entre 20% et 30% des ventes de la journée concernée, en l'occurrence le samedi. Les commerces du centre ville de Lausanne réalisent 20% de leurs ventes hebdomadaires le samedi. A Fribourg, où ils sont ouverts une heure de moins ce jour-là, la proportion est de 14%.



³⁹ Ce paragraphe est basé sur les entretiens avec les responsables de Trade Fribourg et des spécialistes de la distribution du canton.

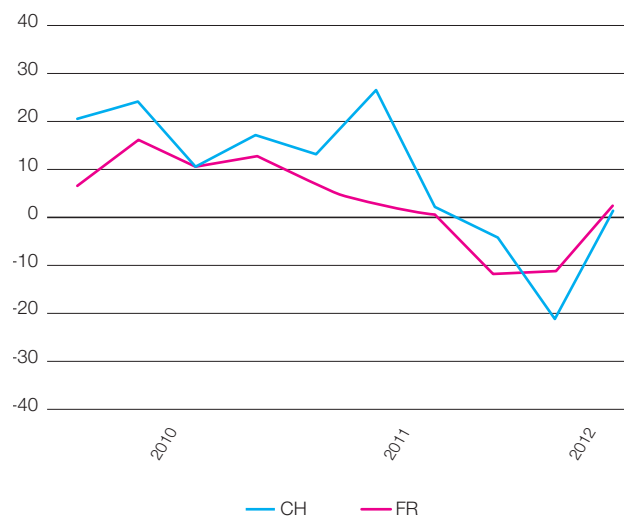
4. PERSPECTIVES ET CONCLUSIONS

La branche fribourgeoise du commerce de détail a un caractère stratégique pour l'économie du canton. Elle réalise un chiffre d'affaires compris entre 2 et 3 milliards de francs, représente entre 7% et 8% de la création de valeur ajoutée cantonale et pèse 9% des emplois fribourgeois. Dans le secteur privé, elle est donc la plus importante, si ce n'est une des deux plus importantes branches d'activité du canton. Selon les dernières estimations du KOF, le Centre d'études conjoncturelles de l'Université de Zurich, les perspectives de cette branche sont assez bonnes (voir graphique ci-contre).

Le développement, respectivement la consolidation de ses activités dépend fortement de la dynamique démographique qu'a prise le canton de Fribourg ces dernières années. Il dépend aussi du cadre légal, non seulement au niveau de la question des heures d'ouverture, mais aussi à celui de la réglementation quant à l'aménagement du territoire, la protection de l'air et la mobilité.

Les entreprises de cette branche ne peuvent pas agir sur des conditions cadre importantes telles que les effets de la force du franc sur leurs activités ou sur le niveau d'utilisation par les consommateurs des nouvelles technologies, comme Internet. Leur redéploiement stratégique en cours s'inscrit dans la perspective d'une «redécouverte» des petites et moyennes localités qui avaient été désertées ces dernières années.

Fig. 15
Situation des affaires de la branche commerce de détail
Source: KOF



REMERCIEMENTS

La BCF et l'auteur tiennent ici à remercier les acteurs de la branche fribourgeoise du commerce de détail et de l'association Trade Fribourg, qui ont accepté de répondre à leurs questions.

AVERTISSEMENTS

La statistique officielle sur la branche du commerce de détail se limite aux données résultant des recensements fédéraux des entreprises (RFE) dont le dernier a été fait en 2008. Les autres données chiffrées résultent des recherches effectuées pour réaliser cette étude auprès d'organismes privés et/ou d'entreprises spécialisées de cette branche. Les données sur la valeur ajoutée ont été estimées par le Créa. Celles qui concernent les chiffres d'affaires sont des estimations de l'auteur soumises à la critique des professionnels de la branche.

Sources

Parmi les nombreux documents consultés:

- * *Annales fribourgeoises, années 1997 à 2010, BCU*
- * *Canton de Fribourg, Nouvelle Politique Régionale (NPR) Programme cantonal pluriannuel de mise en œuvre 2008 - 2011, Direction de l'économie et de l'emploi, Fribourg, 2008.*
- * *Patrick Csikos, Les stratégies foncières des grands propriétaires collectifs: le cas des entreprises de commerce de détail, IDHEAP, Lausanne, 2009*
- * *Detailhandel Schweiz 2011, GfK Switzerland, Hergiswil*
- * *Jean-Marie Egger, La détermination de l'emplacement des centres commerciaux, Mémoire de licence, Université de Fribourg, 1977*
- * *Location Groupe Research, Commerce de détail – Etude de marché Suisse 2010, Zurich, 2010*
- * *OFS, Les résultats comptables des entreprises suisses, Neuchâtel (publications des années 2000 à 2010)*
- * *Ouvrage collectif, Fribourg, une ville aux 19^{ème} et 20^{ème} Siècles, Editions La Sarine, 2007*
- * *Michel Pittet, Equipements et zones de chalandise du commerce de détail fribourgeois, Thèse de doctorat en sciences économiques, Université de Fribourg, 1976*
- * *Rapport No 109 du Conseil d'Etat au Grand Conseil sur le postulat No 2016.07 René Kolly/Christian Ducotterd concernant la politique cantonale en matière d'implantation de grandes surfaces et de centres commerciaux*
- * *Antoine Rochat, Les grands magasins au sein de la distribution, Mémoire de licence, Université de Fribourg, 1972*
- * *Swiss Issues Regions – Canton de Fribourg, Credit Suisse Economic Research, Zurich, 2010*
- 1972
- * *Swiss Issues Regions – Canton de Fribourg, Credit Suisse Economic Research, Zurich, 2010*

SIÈGE CENTRAL FRIBOURG

1701 Fribourg
Bd de Pérolles 1

FRIBOURG VILLE

Bourg
Hôpital cantonal
Rue de Romont
Schoenberg

SUCCURSALES

1616 Attalens
1754 Avry-Centre
1636 Broc
1630 Bulle
1637 Charmey
1618 Châtel-St-Denis
3210 Chiètres
1741 Cottens
1784 Courtepin
1611 Le Crêt
1564 Domdidier
1731 Ependes
1470 Estavayer-le-Lac
1726 Farvagny
3175 Flamatt
3186 Guin
3280 Morat
1716 Planfayon
1746 Prez-vers-Noréaz
1680 Romont
1712 Tavel
1687 Vuisternens-devant-Romont

SUCCURSALE MOBILE

3178 Bösingén
3182 Ueberstorf
3184 Wünnewil
3212 Cormondes

GARANTIE DE L'ÉTAT

0848 223 223
www.bcf.ch



**Banque Cantonale
de Fribourg**

simplement ouvert