

PRÉAVIS N° 241/2021 AU CONSEIL COMMUNAL

Marché de Nyon - Mesures de redynamisation

Demande de crédit de CHF 120'000.-

Délégué municipal : M. Daniel Rossellat

1^{re} séance de la commission

Date	Le lundi 3 mai 2021 à 19h
Lieu	Place du Château 1, salle de la Bretèche

Madame la Présidente,
Mesdames et Messieurs les Conseillers,

I. Introduction

Le marché du samedi fait l'objet de discussions récurrentes depuis de nombreuses années, tant au sein de votre Conseil que dans la population, ou encore chez les commerçants du centre-ville : manque de dynamisme, localisation pas idéale, manque de complémentarité avec les commerces, etc., sont quelques-unes des critiques entendues par la Municipalité ces dernières années.

Qu'ils soient vérifiés ou non, les questionnements soulevés – encore renforcés par la crise sanitaire qui affecte grandement commerces et restaurateurs – ont amené la Municipalité à faire un état des lieux objectif du marché de Nyon dans sa forme actuelle, et en comparaison avec d'autres marchés.

Sur cette base, elle propose aujourd'hui à votre Conseil une stratégie de redynamisation et d'évolution – en tant que moteur important de l'attractivité du centre-ville – basée sur 9 mesures concrètes. Celles-ci font l'objet de la présente demande de crédit, mais seront déployées par étapes successives, permettant leur adaptation en fonction de l'évolution de la situation, y compris sanitaire.

2. Etat des lieux

2.1 Exposants et produits

Le marché actuel accueille 33 exposants réguliers qui couvrent l'offre, conforme à un marché traditionnel, d'approvisionnement en produits alimentaires : producteurs et revendeurs de fruits et légumes (bio, de la région, de saison ou exotiques), spécialités de fromages, miel, poulets grillés, etc. L'offre proposée est variée et, s'il est envisageable de l'étoffer et la diversifier, elle complète actuellement celle des commerces en place dans le périmètre (poissonnier, boulanger, bouchers, fromager, traiteur, chocolatier artisanal).

Les produits proposés proviennent aussi bien d'une production locale, que de grossistes revendeurs. Au niveau des exposants, 13 sur 33 proviennent de la région (4 de Nyon-même), ce qui représente 40% de l'offre totale. Vu la présence marquée dans la région de fermes et domaines, ce ratio pourrait toutefois évoluer à la hausse.

Quant aux stands dits « exotiques », il y a des stands de nourriture malaisienne, tofu et spécialités coréennes, spécialités turques, spécialités libanaises, pâtisserie anglo-saxonne, fruits et légumes de Sicile, nourriture espagnole, miel et huile d'olive de Grèce et fruits exotiques, soit 9 stands au total.

La diversité de cette offre cosmopolite ne saute pas aux yeux sur le site, et pourrait potentiellement être mieux valorisée.

Les exposants interrogés sont en général satisfaits de la marche des affaires à Nyon et peu de départs ont été enregistrés ces dernières années. Certains ont néanmoins constaté une baisse de fréquentation depuis le départ de la poste de la place Bel-Air, qui drainait forcément de nombreux clients.

Quoiqu'il en soit, dans sa forme actuelle, le marché remplit son rôle hebdomadaire, où l'on vient simplement remplir son panier.

2.2 Emplacement

Depuis sa refonte de 2005, le marché se déroule sur le périmètre Grand-Rue (fermée après la place du Château) - rue de la Gare - place Saint-Martin - place du Marché. Il semble à première vue offrir une certaine densité et un environnement attractif.

Néanmoins, ce constat doit être nuancé. Tout d'abord, il suffit que l'un ou l'autre des exposants soit absent pour que des vides importants se créent entre les stands. Par ailleurs, la rue du Marché pose un problème : exigüe et ouverte au trafic entre la rue Delaflichère et la rue du Collège, elle ne permet pas d'y placer des stands, ce qui rompt la continuité du marché. Cela a pour corollaire de marginaliser cette place qui, malgré son nom, est coupée des principaux flux de clients. L'exploitation des arcades de la place du Marché - historiquement utilisées pour accueillir les exposants - par des établissements publics n'est pas un problème en soi les restaurants faisant partie de la convivialité d'un marché. Néanmoins, elle laisse moins d'espace pour de potentiels exposants supplémentaires.

Il apparaît donc que le déploiement géographique actuel, en particulier sur la place du Marché, ne donne pas totalement satisfaction et doit être repensé. Cette démarche est toutefois délicate : les usagers ont leurs habitudes et savent où trouver leurs marchands de prédilection, et le périmètre actuel engendre de la fréquentation dans les commerces alentours.

Par ailleurs et comme déjà évoqué, la plupart des étalagistes sont contents de la marche des affaires. Il ne s'agit donc pas de remettre en question leur participation par des mesures trop radicales.

2.3 Gouvernance

Historiquement, la gouvernance du marché réunissait plusieurs acteurs différents. Lors de sa dernière refonte en 2005, il était ainsi piloté par la police du commerce, une représentante de la Municipalité et des représentants des commerçants (SIC) et des exposants. La SIC participait notamment à sa promotion, par des publications et des plans mis à disposition des clients.

Cette dynamique s'étant malheureusement perdue depuis, la gestion étant assurée depuis plusieurs années par Police Nyon Région (PNR), qui garantit sa bonne organisation, sa gestion opérationnelle et les relations avec les exposants. Néanmoins, PNR n'a pas pour mandat, de fait, d'en assurer la promotion et l'animation.

2.4 Relation avec les commerces et établissements publics du périmètre

Pour les commerces et établissements situés alentours, le marché est bien perçu. Comme relevé précédemment, les métiers de bouche complètent clairement l'offre des marchands itinérants. Il est toutefois dommage de ne pas accentuer cette complémentarité par une implication plus forte de ces commerces, afin de venir participer au dynamisme du marché.

Les représentants de la SIC, interrogés dans le cadre de cette analyse, soulignent le rôle important du marché dans la fréquentation de leurs commerces, et reconnaissent le potentiel d'une meilleure coopération entre exposants et commerçants fixes.

Plusieurs établissements publics se trouvent dans le même périmètre. Cependant, la plupart se situent dans sa zone la moins fréquentée : le Mumbai, l'Hostellerie du XVIème siècle ou le Café du marché. Quant au Café Vaudois, il se trouve au centre névralgique et sa capacité en terrasse ne suffit pas à animer et rendre le dispositif suffisamment convivial. Ce manque d'offre pénalise l'ambiance et la convivialité du lieu, qui n'invite pas naturellement ses chalands à s'attarder et séjourner plus longtemps en ville.

2.5 Communication, promotion et signalétique

Au niveau de la communication et de la promotion, le marché est peu mis en valeur. L'information présente sur les sites internet nyon.ch ou police-nyon-region.ch, reste assez laconique, et se limite aux informations pratiques de base et aux dispositions réglementaires. Aucune démarche de promotion à proprement parler n'est mise en place (annonces, affiches, publications sur les réseaux sociaux, etc.).

Aucun élément de signalétique ne vient non plus marquer les entrées, indiquer les stands présents ou clarifier les espaces de circulation.

2.6 Résumé des forces et faiblesses

Sur la base du diagnostic réalisé, les forces et faiblesses peuvent être résumées de la sorte :

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • Nombre, diversité et fidélité des étalagistes • Producteurs locaux • Longue tradition – histoire • Tenu un bon jour (samedi) • Au cœur de la ville et connecté à la vie commerçante de Nyon • Proximité des parkings • Offre en nourriture cosmopolite 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de convivialité • Cheminement peu clair • Manque d'intégration dans le marché des commerces métiers de bouche et des restaurants • Aspect non-continu du marché (contrainte de l'emplacement) et stands parfois isolés • Faible communication • Pas d'indication sur l'accessibilité • Disparition d'un encadrement autre que Ville / Police du commerce • Peu d'invitation à la flânerie des usagers

2.7 Comparaison des autres marchés et identification des bonnes pratiques

Plusieurs marchés de Suisse romande ont également été analysés, afin de mettre en exergue les facteurs de succès et les bonnes pratiques qui pourraient être retenues pour Nyon. Les marchés suivants ont été retenus, soit pour leur proximité avec Nyon, soit pour la taille comparable de la ville, soit car ils sont souvent cités comme exemple : marchés de Rolle, de Gland, de Morges, de Renens, des Grottes à Genève, de Cully, de Neuchâtel et de Sion.

Sans entrer ici dans leurs détails, il apparaît que ces marchés, y compris celui de Nyon, possèdent leur identité, leur propre fonctionnement et leurs forces et faiblesses. Néanmoins, sur la base de cette analyse comparée, certains facteurs se sont révélés centraux pour assurer la vitalité d'un marché de façon générale. Les éléments suivants sont ressortis :

Ecrin combiné	Un marché qui fonctionne prend place dans des lieux symboliques et qui le mettent en valeur (vieille ville, rues piétonnes, places, monuments emblématiques, lac, vues, etc.).
Structure d'organisation	Un marché qui fonctionne est rarement piloté uniquement par une collectivité publique. Il s'agit le plus souvent de groupements d'habitants ou de commerçants qui lui garantissent son dynamisme et son renouvellement.
Convivialité	Un marché qui fonctionne doit pouvoir offrir des espaces de convivialité pour manger quelque chose, boire un verre, s'arrêter et se retrouver entre amis. Des animations peuvent également venir dynamiser l'événement.
Circulation	Un marché qui fonctionne offre des espaces de circulation clairs et lisibles pour le client, avec suffisamment d'espace devant les stands, des dégagements visuels, et un circuit ponctué de terrasses et d'espaces attractifs.

Étalagistes emblématiques locaux, de qualité et historiques	Un marché qui fonctionne rassemble bien souvent un ou plusieurs étalagistes emblématiques, qui mobilisent chaque semaine une clientèle fidèle, et qui forgent la réputation du marché.
Concentration des stands et continuité	Un marché qui fonctionne assure une continuité et une concentration des stands, sans coupure ou espaces vides.
Accessibilité et modes de déplacement	Un marché qui fonctionne doit pouvoir être facilement accessible en transports publics ou en mobilité douce par sa clientèle, mais également offrir des infrastructures de stationnement à proximité.

Si celui de Nyon fonctionne relativement bien, avec des exposants satisfaits et un public présent, il ne répond que partiellement à l'ensemble de ces critères. Cela a pour effet d'entraîner une perte de dynamisme et une image écornée. Il s'agit d'un marché où l'on vient acheter des produits, mais pas forcément passer un bon moment. Plusieurs changements sont possibles pour remplir les critères de succès.

3. Mesures de redynamisation

A la suite du diagnostic du marché de Nyon et de l'analyse comparée d'autres marchés de Suisse romande, neuf mesures ont été retenues par la Municipalité, et sont proposées pour favoriser sa redynamisation.

Mesure I : Modifier l'emplacement du marché actuel

Les espaces actuellement utilisés ne sont pas optimaux (discontinuité, perte de densité, peu d'espace pour des offres complémentaires, peu de visibilité de certains stands). Il est suggéré de modifier l'emplacement du marché pour en renforcer le dynamisme. Le scénario retenu (a) fait actuellement l'objet d'études plus précises. Il est très brièvement décrit ci-après. Un plan b pourrait toutefois être envisagé.

Scénario a – Renforcement du rôle de la place Bel-Air

L'option privilégiée pour le moment consiste en un renforcement du rôle de la place Bel-Air et d'une évolution de celui de la place du Marché selon les principes suivants :

- création d'une boucle compacte et continue : place Bel-Air ; place Saint-Martin ; rue de la Gare ; Grand-Rue). Ce périmètre sera encore complété et renforcé une fois le réaménagement de la place du Château et le déménagement de la PNR réalisés ;
- le bout de la Place Bel-Air, qui possède plusieurs établissements publics avec terrasses, agirait comme l'un des espaces conviviaux du marché ;
- place St-Martin : accueil des événements et animations (scène, stands d'associations, stands politiques, etc.). La marquise présente entre la promenade du Jura et la rue de la Combe serait enlevée pour offrir plus d'espace aux stands et aux animations ;
- déploiement de mobilier urbain dans le périmètre pour offrir des espaces de repos et d'assise, et encourager la population à rester ;
- création d'une boucle « place du Marché » complémentaire à la boucle « Bel-Air » : rue de la Gare ; rue du Collège ; place du Marché ; Grand-rue. Cette boucle aurait une vocation de restauration et de détente (augmentation de la surface des terrasses envisagée et mobilier urbain) et serait clairement identifiée et mise en valeur par de la signalétique et une communication renforcée sur son rôle au sein du marché.

La faisabilité de ce périmètre repensé et élargi est en cours d'évaluation, notamment en termes d'accès pour les services de secours, de circulation et de simulation des emplacements disponibles. L'emplacement des stands est également à coordonner avec les aménagements temporaires prévus pour la zone piétonnisée du centre-ville.

Une attention particulière sera portée au fait de ne pas venir prêter les commerçants fixes et établissements publics présents dans le périmètre de la place du Marché, et qui pourraient s'avérer lésés par un déplacement du marché.

Scénario b – Renforcement du rôle de la place du Marché

S'il est constaté que le renforcement du rôle de la place Bel-Air vient trop fortement péjorer les activités des commerçants et établissements publics présents sur la place du Marché, un deuxième scénario est analysé pour permettre de renforcer la présence du marché sur la place du même nom, en augmentant le nombre de stands, et en renforçant leur continuité, pour en faire une vraie place dynamique et fréquentée.

Mesure 2 : Tester un second marché hebdomadaire

Si le marché du samedi doit être redynamisé, il existe un vrai potentiel pour capter tout un vivier de population, le retenir à Nyon et l'inciter à fréquenter les commerces, espaces publics et établissements publics de Nyon : les travailleurs pendulaires.

Pour cela, la création d'un marché de type « afterwork » près de la gare (sur le modèle du celui de Gland ou celui des Grottes à Genève) a toute sa pertinence. Il pourrait être organisé en semaine en fin d'après-midi (le jeudi par exemple, proche de la fin de semaine et plus favorable à la flânerie).

Il pourrait se déployer sous une forme restreinte, par exemple en mettant surtout en valeur des dégustations de produits de la région et vente à l'emporter. La proximité de la gare aurait l'avantage de capter les flux entrant et sortant de la ville. Des analyses plus fines doivent encore être menées pour évaluer l'emplacement idéal, le concept, les exposants potentiels, ainsi que la temporalité qui correspond le mieux.

Le déploiement de ce potentiel second marché ne doit pas se faire au détriment de la consolidation de celui du samedi. Il n'est donc pas prioritaire ou urgent à mettre en place.

Mesure 3 : Mettre en place un nouveau pilotage

Il apparaît qu'une gouvernance de marché qui fonctionne bien, qui est force de propositions et de dynamisme, n'est que rarement issue des seuls rangs d'une administration publique. Ainsi, il est proposé de constituer un comité mixte, qui rassemblerait les personnes-clés (représentant de la police du commerce, délégué à l'économie, responsable des manifestations, représentant des étalagistes, représentant des commerçants, voire encore un représentant des habitants du quartier et de Nyon Région Tourisme).

Le rôle du comité serait d'organiser la bonne tenue des marchés, de définir le calendrier des animations, de démarcher d'éventuels étalagistes supplémentaires, d'accepter ou refuser les nouvelles demandes, de coordonner la tenue des marchés avec les autres manifestations qui pourraient s'organiser dans le périmètre et de répondre aux éventuelles questions ou problèmes qui pourraient survenir.

La gestion opérationnelle pourrait, quant à elle, être confiée à la SIC. En effet, le marché représente une bonne opportunité pour favoriser la fréquentation du centre-ville et de ses commerces. L'association des commerçants a donc exprimé son intention de s'impliquer davantage, afin d'assurer un marché hebdomadaire dynamique et fréquenté, et garantir ainsi de bonnes retombées en termes de fréquentation pour les commerces de Nyon.

A travers un mandat qui lui serait confié par la Ville de Nyon, la SIC aurait pour mission de gérer les aspects organisationnels (gestion logistique chaque samedi, gestion des animations, coordination des intervenants, etc.). Ce mandat a également pour objectif de renforcer la professionnalisation de la SIC, voulue depuis longtemps par la Municipalité.

La police du commerce continuerait à assurer ses missions en lien avec le marché, en veillant à la bonne application des législations en vigueur, à percevoir les émoluments des exposants ponctuels, à mettre à jour la liste des participants, à gérer les présences et l'occupation des bons emplacements par les étalagistes, etc.

Mesure 4 : organiser des animations attractives

La population de Nyon représente la meilleure source de fréquentation du marché du samedi. Par ailleurs, il a été observé que lorsque la population s'engage dans un marché, il rencontre un joli succès puisqu'il correspond aux attentes de ses habitants. A défaut de pouvoir impliquer la population dans l'organisation, il est important de mettre sur pied des événements ponctuels qui intègrent les habitants et qui les incitent à venir.

Un concept d'animations peut être imaginé en prévoyant notamment :

- des animations telles que performances artistiques et musicales, présentations thématiques, etc. ;
- l'intégration ponctuelle des associations locales au gré des saisons pour présenter leurs activités et proposer des animations ;
- des ateliers, des animations ou des emplacements à destination des enfants, sachant qu'ils sont d'excellents prescripteurs pour leurs parents.

Il est important de cadrer le type d'animations. Elles doivent en effet servir la fréquentation du marché, sans pour autant devenir un fourre-tout. Une réflexion plus fine sera menée par le comité, qui sera chargé de proposer un projet de programmation, en collaboration avec les services de la Ville et avec les associations locales.

Mesure 5 : Elargir le nombre d'exposants

Le renforcement de la place Bel-Air et le resserrement dans la boucle du marché permettra d'augmenter de quelques stands l'offre d'exposants actuelle. Il est envisagé d'élargir le nombre d'exposants selon ces deux axes :

- production locale : les producteurs et viticulteurs de la région sont privilégiés ;
- food truck : permettre la présence de quelques exploitants de food trucks qui offrent de la nourriture préparée. Un concept clair doit être défini pour éviter la création d'une concurrence aux établissements publics, et assurer la qualité des produits proposés.

L'évaluation en cours du potentiel en termes d'emplacements supplémentaires permettra de clarifier le nombre de nouveaux stands qui pourront être intégrés. L'opportunité de déployer un dispositif de chaises et de tables, ainsi que de mobilier urbain plus pérenne, est également étudiée, afin d'évaluer l'emprise dans l'espace et la concurrence éventuelle face aux restaurants présents dans le périmètre.

Mesure 6 : Complémentarité avec l'offre des commerçants permanents

Les commerçants présents (en particulier les métiers de bouche, tels que bouchers, poissonniers, boulangers, pâtisseries, etc.) dans le périmètre peuvent jouer un rôle important dans la vitalisation du marché, en leur permettant de déborder de leur boutique sur l'espace public et venir compléter l'offre de marché. Il est nécessaire de favoriser leur intégration par un prolongement de leur arcade, et par une claire indication de leur présence sur les vecteurs de communication.

Les restaurateurs en place représentent également un atout majeur pour favoriser la convivialité (terrasses et offre de restauration). Ils peuvent également être mobilisés pour proposer des offres propres à encourager le chaland à rester sur place, plutôt que de rentrer une fois ses achats terminés.

Une consultation est menée avec eux pour envisager une possible utilisation mixte de leurs terrasses (les clients commandent à boire chez eux, et peuvent consommer de la nourriture achetée au marché par exemple).

Mesure 7 : Améliorer l'accessibilité et la signalétique

L'accessibilité au marché de Nyon est bonne mais ne bénéficie pas d'une signalétique dédiée. De même, la signalétique proche et dans le périmètre est inexistante.

Plusieurs mesures de renforcement de la signalétique sont envisagées :

- signalétique dédiée dans la ville ;
- plans visibles et des exposants aux entrées, et près du parking Perdtemps ;
- signalétique uniformisée des exposants (nom, produits, provenance, etc.).

Ces propositions devront être analysées plus précisément.

Mesure 8 : Revoir la politique de promotion et de communication

La communication mise en place pour faire la promotion du marché est inexistante à l'heure actuelle. Une stratégie de communication doit être mise en œuvre, avec certaines propositions de mesures :

- page internet et/ou une page Facebook dédiées ;
- campagne de communication (affichage public, réseaux sociaux, lettre d'information, diffusion par les commerçants, goodies, etc.) ;
- calendrier des animations ;
- carte ;
- mise à disposition de sacs compostables avec visuel du marché de Nyon.

A nouveau, ces propositions devront faire l'objet de réflexions plus élaborées.

Mesure 9 : revoir le règlement

La révision du règlement est indispensable pour permettre l'évolution du marché (périmètre, horaires, offre, etc.). Ce règlement, de compétence municipale, est en cours de révision et sera adapté en fonction des retours d'expérience lors de la mise en œuvre du nouveau concept. A priori, les points suivants seront notamment traités :

- élargissement et flexibilisation du périmètre géographique ;
- flexibilisation des horaires et des jours d'organisation (potentiel pour un deuxième marché en semaine) ;
- clarification des règles d'affichage, notamment de la provenance des marchands et produits ;
- interdiction du plastique à usage unique et encouragement à l'utilisation de sacs, contenant et vaisselle réutilisable ou compostable.

Le Conseil communal sera informé de l'avancement des modifications apportées au règlement actuel, et le règlement final sera soumis pour approbation au Canton.

4. Calendrier et priorisation

Toutes les mesures présentées dans le préavis ne seront pas mises en œuvre en même temps. En fonction de l'évolution des conditions sanitaires actuelles, il est prévu de déployer le marché selon sa nouvelle organisation à la fin du mois d'août 2021, à la suite des vacances scolaires, en espérant que les règles sur les rassemblements publics permettront une inauguration festive et conviviale.

Les mesures suivantes seront mises en œuvre en priorité :

- adaptation du périmètre, augmentation du nombre de stands et recherche de nouveaux exposants ;
- révision de la gouvernance, de la communication et de la signalétique.

Le déploiement éventuel d'un deuxième marché l'après-midi en semaine à proximité de la gare se fera dans un deuxième temps, de même que l'élaboration d'un programme complet d'animations.

Une évaluation sera menée après le déploiement de sa nouvelle forme, pour vérifier si les mesures déployées répondent efficacement aux volontés de redynamisation, ou si des adaptations doivent être réalisées.

5. Incidences financières

La mise en œuvre des mesures de redynamisation aura des incidences financières uniques en 2021. Elles font l'objet du présent crédit d'investissement.

Coûts uniques de lancement du marché	
Renforcement de la signalétique (signalétique du marché et des stands)	CHF 4'500.-
Mesures de communication et de promotion du marché (plans, affiches, objets promotionnels, sacs compostables personnalisés, etc.)	CHF 9'000.-
Achat de matériel et de mobilier urbain	CHF 55'000.-
Scène, régie et animations 2021	CHF 12'500.-
Mandat de gestion du marché par la SIC en 2021	CHF 10'000.-
Travaux de retrait de la marquise de la place Bel-Air	CHF 10'000.-
Journée d'inauguration du marché	CHF 9'000.-
Mandat d'évaluation des mesures de redynamisation	CHF 10'000.-
Total	CHF 120'000.-

Les dépenses pérennes pour les années à venir sont également envisagées pour assurer la gestion, l'animation et la promotion tout au long de l'année. Elles seront intégrées dans les budgets des années 2022 et suivantes. Elles sont estimées à l'heure actuelle de la manière suivante :

Coûts annuels	
Budget animations	CHF 6'000.-
Scène et régisseur	CHF 12'000.-
Mandat de gestion du marché par la SIC	CHF 20'000.-
Budget communication et de promotion	CHF 5'000.-
Achat de matériel	CHF 5'000.-
Total	CHF 48'000.-

6.Aspects du développement durable

6.1 Dimension économique

Le marché constitue un événement attracteur qui génère beaucoup de passage dans les boutiques du centre-ville. Son rôle est donc primordial dans la dynamisation du centre-ville de Nyon, et dans les activités commerciales locales. Il est important de ne pas le laisser s'essouffler, mais au contraire d'en améliorer son attractivité pour favoriser le commerce local et de proximité.

De plus, un marché dynamique et ancré dans sa région constitue un modèle d'économie locale, qui favorise les circuits courts de production et de consommation, limite les intermédiaires, et permet aux consommateurs d'être au plus proche des producteurs. Il constitue donc un modèle à valoriser dans la volonté de la Municipalité d'encourager l'économie de proximité et les producteurs de notre région.

6.2 Dimension sociale

De tout temps, le marché a été le lieu de rendez-vous des bourgs et des villes. Au-delà de sa simple fonction de vente de produits, il offre à la population un espace de rencontre de socialisation. L'intention de la Municipalité est de renforcer sa convivialité pour favoriser encore les interactions sociales, notamment en développant de nouveaux espaces propres aux rencontres.

6.3 Dimension environnementale

La Municipalité souhaite profiter de ce projet de redynamisation pour favoriser la réduction de l'impact sur l'environnement de l'événement. C'est dans ce but qu'elle souhaite interdire l'utilisation d'emballages, sacs et vaisselles à usage unique, en introduisant des sacs et de la vaisselle réutilisables ou compostables. L'introduction d'une obligation pour les exposants d'afficher clairement la provenance de leurs produits permettra aux clients d'être mieux sensibilisés sur l'origine des aliments qu'ils consomment. Plus largement, dans son intention d'accueillir de nouveaux exposants, elle favorisera les exposants, producteurs et produits locaux, afin de réduire l'impact environnemental entraîné par le transport de marchandises.

7. Conclusion

A la suite de son analyse, le Municipalité constate que le marché de Nyon fonctionne finalement plutôt bien. Il remplit son rôle de service public et permet d'accueillir des marchands fidèles pour l'approvisionnement de la population en produits alimentaires frais. Il n'est donc pas nécessaire de le révolutionner, sous peine de déstabiliser son fonctionnement actuel. Il est par contre indispensable de le reprendre en main pour mieux l'intégrer dans son environnement, favoriser sa convivialité et augmenter sa fréquentation. L'organisation et la configuration actuelle ne favorisent pas une concentration et une continuité des stands, et n'offre pas beaucoup d'espaces pour développer et redynamiser l'événement. La modification du périmètre est donc une solution pertinente qui permettra de renouer avec les critères de dynamisation de la vie d'un marché local. Le renforcement de sa promotion et de son animation viendra participer à son succès.

La Municipalité est convaincue que les propositions de mesures faites dans le présent préavis permettront d'améliorer, dans la durée, l'affluence et l'attractivité du marché. Une fois que le marché du samedi aura repris un nouvel élan, l'organisation possible d'un second marché pour atteindre la clientèle active de Nyon, proche de la gare, pourra être envisagée.

La période de crise sanitaire actuelle a fait reprendre conscience à la population de l'importance de l'économie locale et de proximité. Le moment semble donc opportun d'entreprendre une démarche de redynamisation du marché de Nyon.

Au vu de ce qui précède, la Municipalité vous demande, Madame la Présidente, Mesdames et Messieurs les Conseillers, de prendre les décisions suivantes :

Le Conseil communal de Nyon

vu le préavis N° 241/2021 « Marché de Nyon – Mesures de redynamisation »,

ouï le rapport de la commission chargée de l'étude de cet objet,

attendu que ledit objet a été régulièrement porté à l'ordre du jour,

décide :

1. de prendre acte des mesures proposées pour redynamiser le marché de Nyon ;
2. d'accorder un crédit de CHF 120'000.- TTC pour financer les mesures de redynamisation du marché ;
3. de porter ce montant en augmentation du compte N° 9143.20 – *Dépenses du patrimoine administratif*, dépense amortissable en 2 ans ;
4. de prendre acte qu'un crédit de fonctionnement de CHF 48'000.- sera intégré au budget de l'année 2022 et des années suivantes.

Ainsi adopté par la Municipalité dans sa séance du 22 mars 2021 pour être soumis à l'approbation du Conseil communal.

Au nom de la Municipalité

Le Syndic :

Daniel Rossellat



Le Secrétaire :

P.-François Umiglia

Annexe

- Fiche d'investissement

FICHE D'INVESTISSEMENT

PREAVIS No. 241 / 2021

Redynamisation du marché de Nyon

Date: Nyon le

31.03.2020

Demande d'un crédit de CHF 120'000 TTC

Situation des préavis au 31.03.2021	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Total des préavis votés par le Conseil communal	39 200 329	26 344 802	13 472 665	5 252 306	30 968 925	19 549 000

Situation des emprunts au 31.03.2021	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Plafond d'emprunt selon préavis N°15/2016 adopté le 12.12.2016	225 000 000	360 000 000	360 000 000	360 000 000	360 000 000	360 000 000
Emprunts au 1er janvier	168 024 886	213 000 000	263 000 000	289 000 000	297 500 000	291 300 000
Evolution des emprunts durant la période +/-	44 975 114	50 000 000	26 000 000	8 500 000	-6 200 000	-291 300 000
Emprunts fin période/date du jour	213 000 000	263 000 000	289 000 000	297 500 000	291 300 000	

Cautionnements et garanties	
Plafond (préavis N°15/2016)	30 000 000
Engagé	-14 578 100
Caution demandée	0
Disponible	15 421 900

Dépenses et recettes d'investissement	CHF	Estimation des dépenses d'investissements nets					
		2021	2022	2023	2024	2025	2021-2025
Descriptif/Libellé							
Mesures de redynamisation	120 000	120 000	0	0	0	0	120 000
Total de l'investissement	120 000	120 000	0	0	0	0	120 000

Estimation amort. + entretien		
Durée ans	Montant Amortiss.	Entretien annuel
2	60 000	
	120 000	

Financement du préavis	
	CHF
Budget de fonctionnement:	
Trésorerie courante	
Investissement:	
Emprunts	120 000
Total des besoins en financement	

Coûts d'exploitation	Libellé / années	Estimation des coûts d'exploitation					
		2021	2022	2023	2024	2025	2021-2025
Coût total d'exploitation		2 400	110 400	110 400	50 400	50 400	324 000
Intérêts en %	2,00%	2 400	2 400	2 400	2 400	2 400	12 000
Entretien		0	48 000	48 000	48 000	48 000	192 000
Amortissements		0	60 000	60 000	0	0	120 000
Personnel supp. en CHF		0	0	0	0	0	0
Personnel supp. en EPT		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Recettes		0	0	0	0	0	0
Recettes		0	0	0	0	0	0
Coûts nets d'exploitation		2 400	110 400	110 400	50 400	50 400	324 000