

# Résultats Étude sur les Commerces au Coeur de Lausanne 2025

# Table des matières

1. [Executive summary - p.3](#)
2. [Méthodologie – p.4](#)
3. [Types de commerces et zone commerciales – pp.5-7](#)
4. [Evolution du chiffre d'affaires – pp.8-13](#)
5. [Fermetures et déménagements – pp.14-15](#)
6. [Difficultés principales – pp.16-19](#)
7. [Actions prioritaires – pp.20-21](#)
8. [Conclusions générales – p.22](#)

# Executive Summary

Cette enquête sur la situation des commerces du centre-ville de Lausanne repose sur un **travail de terrain approfondi**, combinant **rencontres directes et diffusion numérique**.

Au total, **environ 75 commerçants ont été rencontrés en personne** dans leur établissement, et **une centaine de contacts supplémentaires** ont été réalisés par e-mail. Le questionnaire a également été **relayé par plusieurs associations commerçantes locales**, contribuant à élargir la base de répondants.

Au total, **118 réponses ont été reçues**, dont **112 jugées complètes et exploitables**, après exclusion de doublons.

Les résultats révèlent un **diagnostic partagé** : le commerce du centre-ville traverse une période de **fragilisation structurelle**, liée principalement à des **problèmes d'accessibilité**, à une **insécurité croissante** et à des **loyers trop élevés**.

Malgré ce contexte difficile, les commerçants témoignent d'un **fort attachement à leur activité et à leur quartier**, et expriment une **volonté claire de poursuivre** à condition que certaines améliorations soient apportées.

Les **actions prioritaires** identifiées concernent :

- une **meilleure accessibilité et gestion de la mobilité**,
- une **sécurité renforcée et une présence accrue sur le terrain**,
- une **promotion active du commerce local** par la Ville,
- et une **maîtrise des loyers et charges**.

L'étude met ainsi en évidence un message cohérent : **les commerçants connaissent les causes du déclin et en identifient les solutions**.

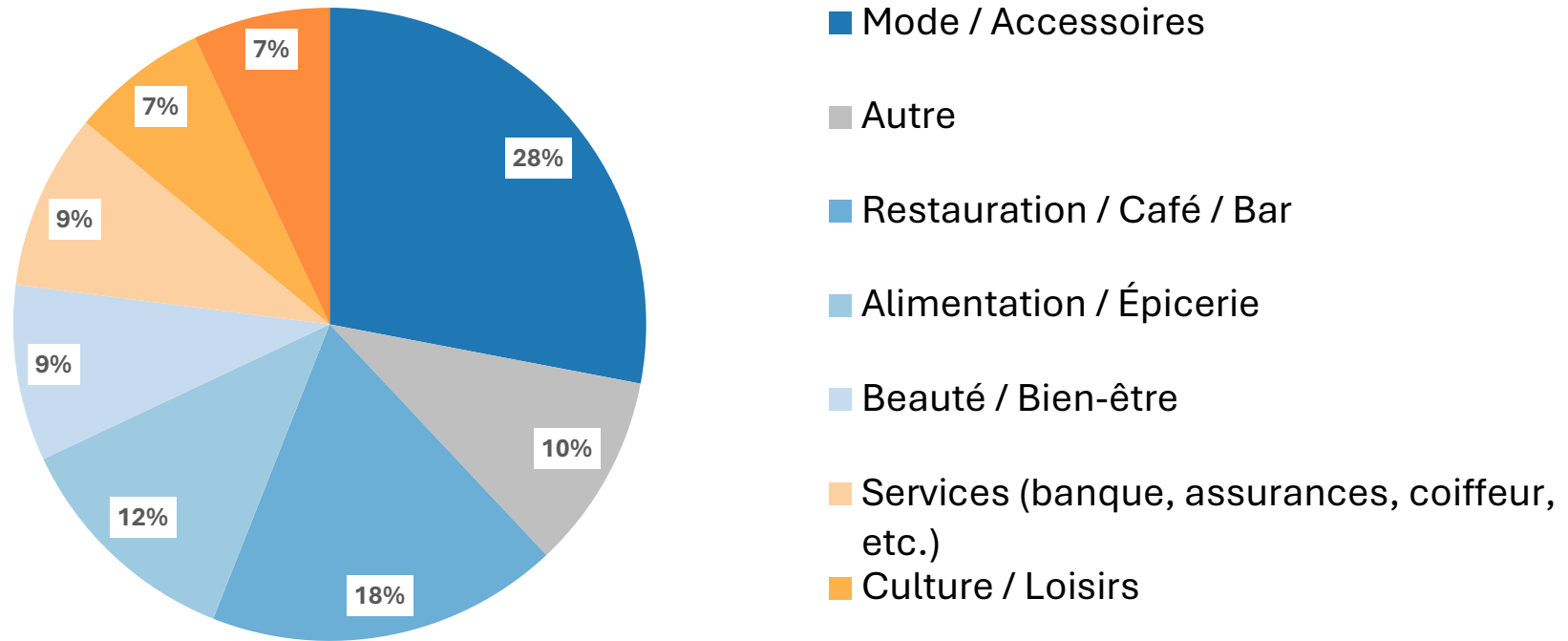
La revitalisation du centre-ville passe par une **action coordonnée** entre la Ville, les associations et les commerçants, afin de **rendre Lausanne à nouveau attractive, sûre et accessible**.

# Méthodologie

- Cette étude s'appuie sur un **questionnaire en ligne** diffusé auprès des **commerçants du centre-ville de Lausanne entre juillet et octobre**.
- L'étude repose sur **112** participants validés
- Les participants ont été invités à partager leur perception de la conjoncture, leurs principales difficultés, ainsi que les mesures prioritaires qu'ils jugent nécessaires pour redynamiser le centre-ville.
- Les réponses, recueillies sur une base volontaire, ont ensuite été **analysées et regroupées par thématique**.  
Pour les secteurs d'activité, seules les catégories représentant **au moins 80 % des répondants** ont été présentées distinctement, les autres étant réunies sous « Autre ».
- Les questions à **choix multiples** (comme les difficultés rencontrées ou les actions souhaitées) ont été traitées de manière à ce que **chaque répondant compte pour une seule occurrence par thème**, et les résultats sont exprimés **nombre d'occurrences distinctes**.  
Chaque répondant pouvait soumettre plusieurs réponses.
- Afin de faciliter la lecture, les graphiques mettent en avant le **Top 5 des réponses les plus fréquentes**, qui concentrent l'essentiel des tendances observées.
- L'ensemble du rapport se veut **neutre, descriptif et factuel**, sans interprétation politique, afin de refléter fidèlement la situation actuelle vécue par les acteurs économiques locaux.

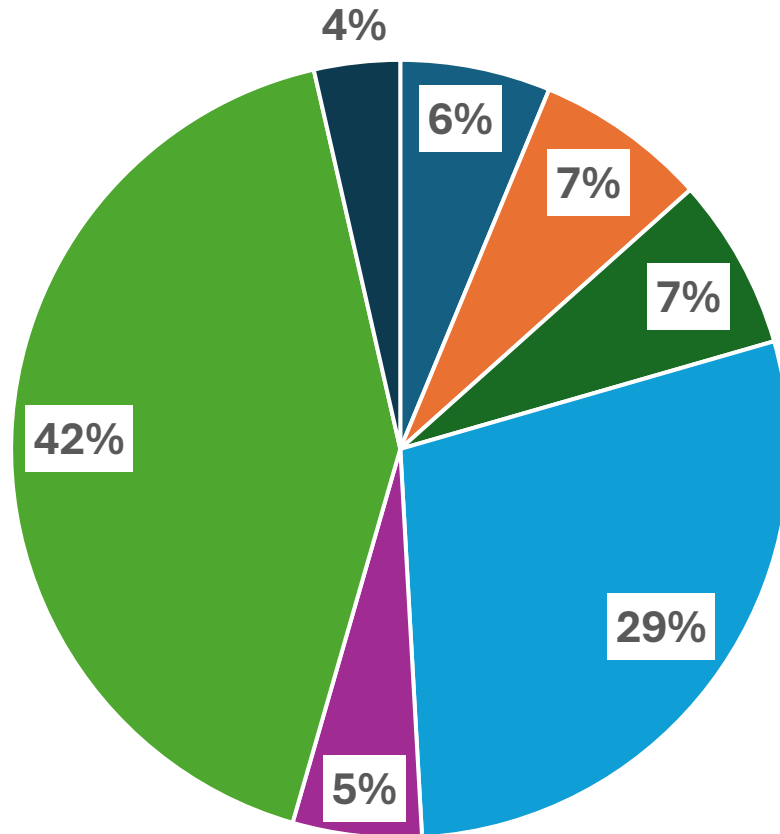
# Types de Commerces

Répartition des types de commerce



n = nombre de participants

# Zones Commerciales



■ Chauderon / Terreaux / Bel-Air

■ Flon

■ Gare / Rue du Simplon / Sous-Gare

■ Riponne / Palud / St-Laurent/ Cité

■ Rue Centrale / Pépinet

■ Rue de Bourg / St-François / Petit-Chêne

■ Autres

n = nombre de participants

# Types de Commerces et Zones Commerciales

## L'échantillon:

Le centre-ville de Lausanne présente un tissu commercial relativement concentré autour de quelques secteurs majeurs. Les **commerces de mode et accessoires** représentent la plus forte proportion, suivis par la **restauration, les cafés et bars**, puis les activités liées à **l'alimentation, la beauté et le bien-être**, et enfin les **services de proximité**.

Les zone de la rue Centrale / Pépinet et du Flon sont probablement sous-représentées dans l'échantillon, néanmoins l'échantillon reste pertinent concernant le commerce au centre-ville.

## Points clés:

Ces cinq grandes catégories couvrent environ **80 % des commerces recensés**, les autres (culture, santé, parapharmacie, loisirs, etc.) représentant un ensemble plus restreint mais complémentaire. Cette composition traduit une forte présence d'activités orientées vers le **commerce de détail et la restauration**, soutenues par un socle de **services de proximité**.

## Tendances observées:

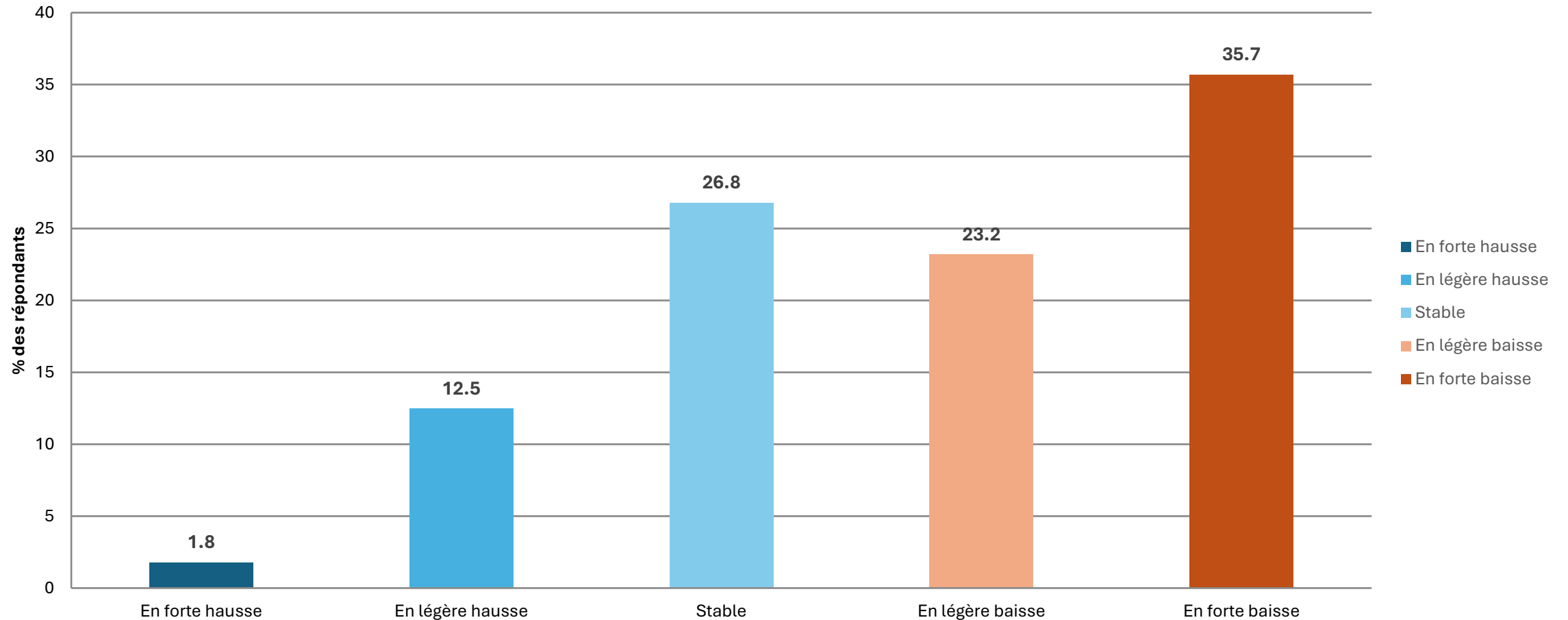
Le profil du centre-ville reste marqué par les activités de **consommation directe** (achats, restauration, beauté), plus sensibles aux flux de clientèle et aux dynamiques de fréquentation. Les services et commerces culturels jouent un rôle d'ancrage local mais demeurent minoritaires.

## Lecture générale:

Cette répartition met en évidence une **structure commerciale typique des centres urbains suisses**, combinant attractivité, diversité et fragilité face à la baisse du trafic piétonnier et à la concurrence périphérique. Ceci confirme la pertinence de l'échantillon retenu.

# Evolution du Chiffre d'affaires

Évolution du chiffre d'affaires (5 ans) n = nombre de participants





# Evolution du Chiffre d'affaires

## L'échantillon:

Une majorité de commerçants interrogés signale une **baisse de leur chiffre d'affaires** sur les cinq dernières années. Plus d'un commerce sur deux évoque un recul, dont une part importante parle d'une **forte baisse**. Seule une minorité mentionne une hausse, tandis qu'environ un quart estime son activité **stable**.

## Points clés:

Les **fortes baisses** concentrent la tendance la plus marquée, traduisant un contexte économique perçu comme difficile. Les **hausse**s demeurent marginales, et concernent souvent des commerces de niche ou bénéficiant d'un flux client spécifique (zones très passantes ou positionnement différencié).

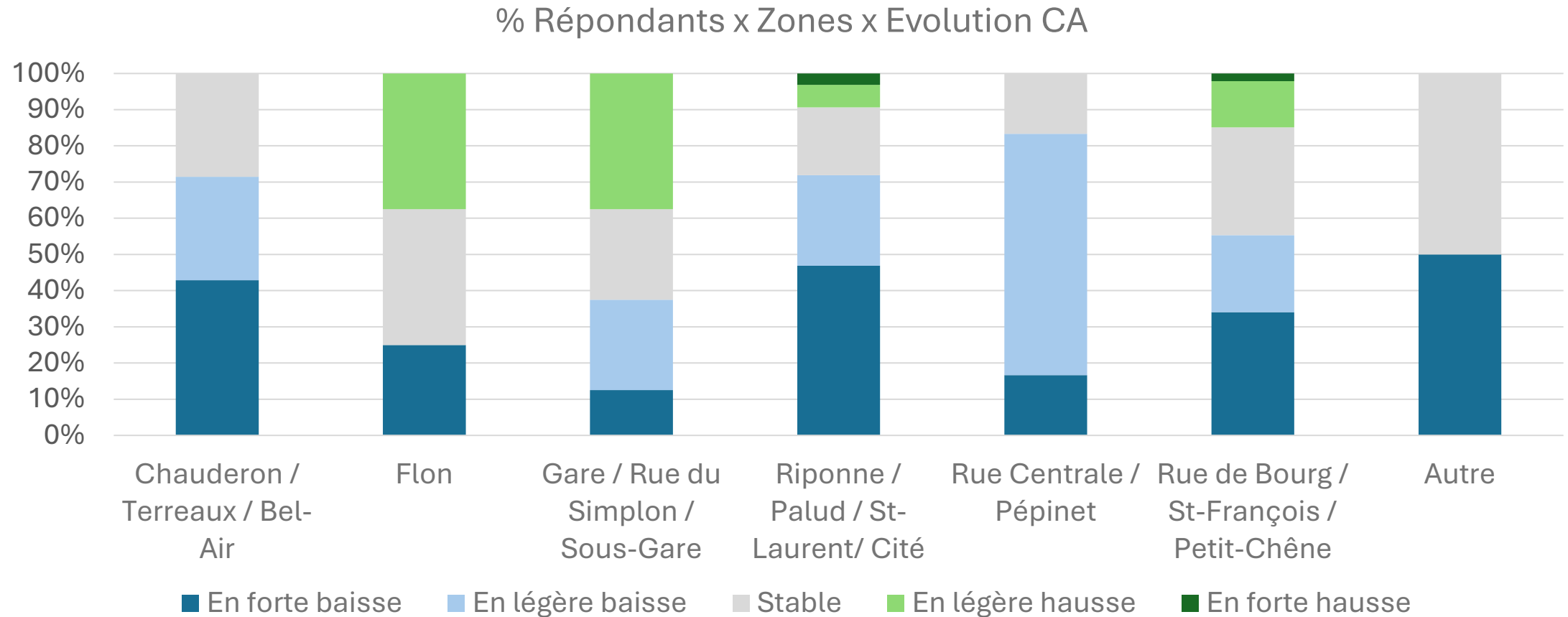
## Tendances observées:

Cette évolution suggère un **déséquilibre entre les coûts fixes croissants** (loyers, charges, fiscalité, personnel) et une **fréquentation en recul**. Elle illustre également l'effet cumulé des changements d'habitudes de consommation (achats en ligne, déplacements réduits, télétravail) sur les commerces de centre-ville.

## Lecture générale:

Le centre-ville de Lausanne connaît donc une **érosion de performance économique** depuis plusieurs années. La stabilisation ou la relance du chiffre d'affaires passera par une **meilleure accessibilité**, une **revalorisation de l'attractivité urbaine** et une **animation commerciale renouvelée**.

# Zones Commerciales x Evolution du Chiffre d'Affaires



n = réponses obtenues par zone commerciale

# Zones Commerciales x Evolution du Chiffre d'Affaires

## L'échantillon:

La situation économique varie fortement selon les zones.

La **Riponne–Palud–Cité** apparaît comme la **zone la plus touchée**, avec une large majorité de commerces signalant une **baisse marquée du chiffre d'affaires**.

Les secteurs de **Chauderon–Terreaux–Bel-Air**, **Rue Centrale–Pépinet** et **Rue de Bourg–St-François–Petit-Chêne** enregistrent eux aussi des tendances majoritairement négatives.

## Points clés:

À l'inverse, les zones du **Flon** et de la **Gare–Sous-Gare** présentent des profils plus équilibrés, avec davantage de commerces **stables ou en légère hausse**. Ces différences suggèrent un **gradient de vitalité commerciale** au sein du centre-ville, où les zones les plus fréquentées et bien desservies conservent une meilleure résilience.

## Tendances observées:

Les difficultés se concentrent dans les **zones à flux piétonniers locaux** ou à **mobilité restreinte**, alors que les pôles mixtes combinant **commerce, restauration et transports** résistent mieux.

Cela illustre le lien direct entre **accessibilité, diversité de l'offre** et **performance économique**.

## Lecture générale:

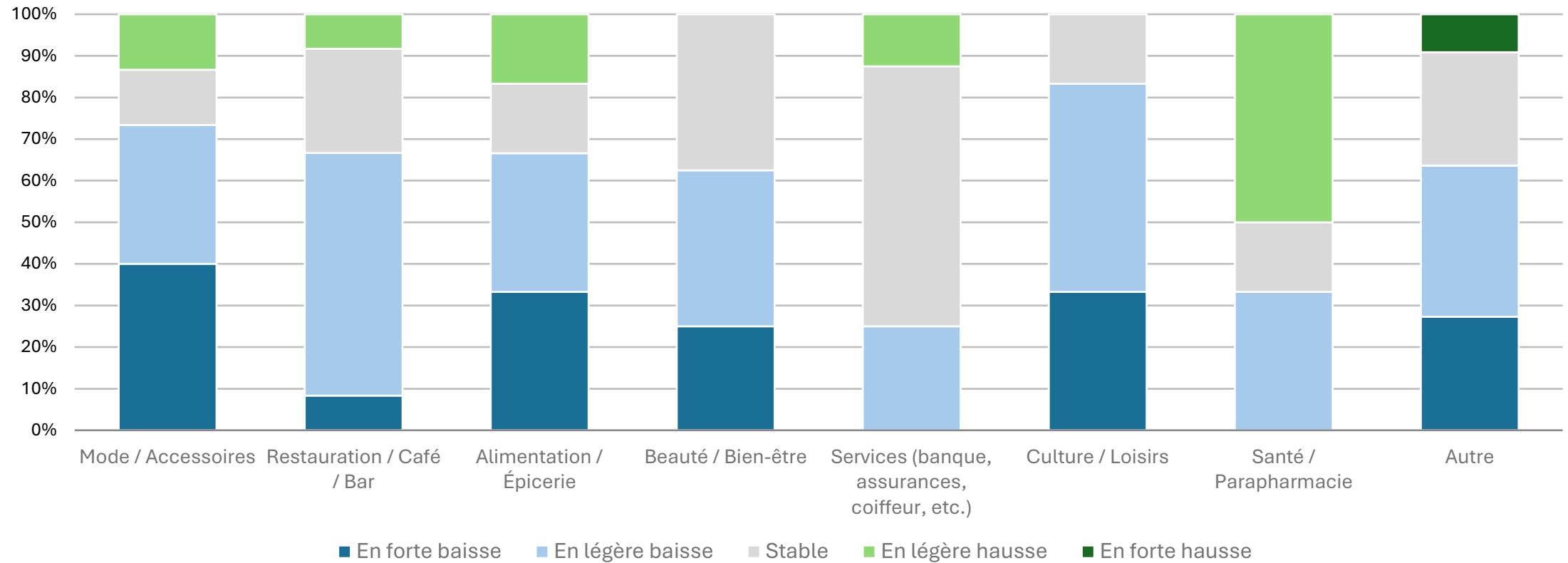
Le centre-ville lausannois fonctionne désormais à **plusieurs vitesses**.

Les zones historiquement centrales perdent en dynamisme, tandis que les secteurs connectés (Flon, Gare) maintiennent une attractivité relative.

Une approche **différenciée par zone** s'impose pour redynamiser durablement l'ensemble du cœur urbain.

# Type de Commerce x Evolution du Chiffre d’Affaires

Évolution du CA par Type de Commerce (5 dernières années)



n = réponses obtenues par secteur d’activité

# Type de Commerce x Evolution du Chiffre d'Affaires

## L'échantillon:

Les cinq dernières années montrent des évolutions contrastées du chiffre d'affaires selon les types de commerce. Les secteurs de la **mode**, de la **restauration** et de l'**alimentation** sont clairement les plus touchés, avec une majorité de commerces en baisse, parfois marquée. À l'inverse, les **services** et la **beauté/bien-être** présentent des profils plus équilibrés, dominés par la stabilité.

## Points clés:

À l'inverse, les zones du **Flon** et de la **Gare-Sous-Gare** présentent des profils plus équilibrés, avec davantage de commerces **stables ou en légère hausse**. Ces différences suggèrent un **gradient de vitalité commerciale** au sein du centre-ville, où les zones les plus fréquentées et bien desservies conservent une meilleure résilience.

## Tendances observées:

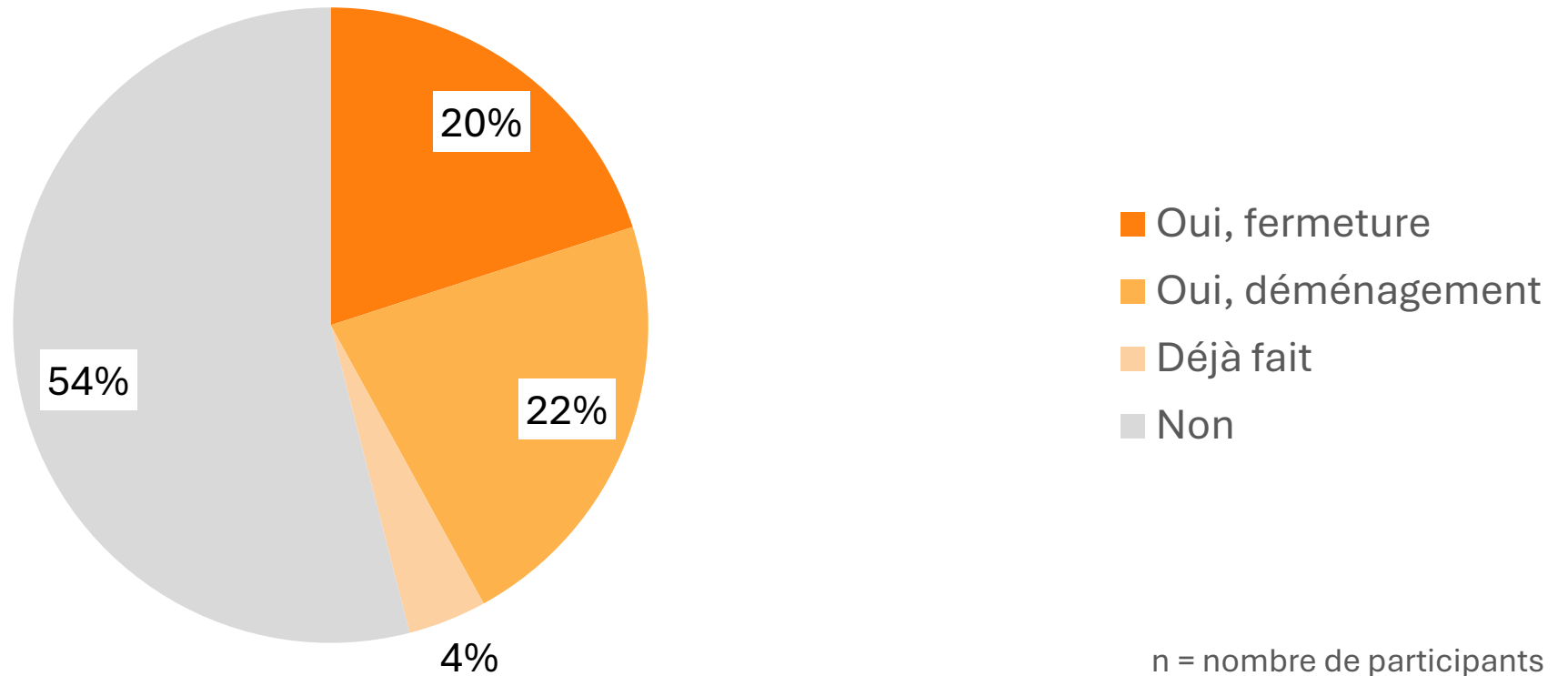
On observe une meilleure résistance des activités liées aux **besoins récurrents** (santé, parapharmacie, certains services), alors que les commerces reposant sur la **fréquentation spontanée** ou les **habitudes de sortie** subissent davantage les changements économiques et comportementaux. Les loisirs, malgré une légère part de stabilité, restent orientés à la baisse.

## Lecture générale:

Le paysage commercial évolue désormais à **plusieurs vitesses**. Les activités essentielles maintiennent voire améliorent leur performance, tandis que les secteurs traditionnels et fortement exposés aux fluctuations de fréquentation enregistrent des reculs persistants. Une **stratégie différenciée par type de commerce** apparaît nécessaire pour accompagner au mieux les segments les plus fragilisés et consolider les secteurs résilients.

# Fermeture / Déménagement

## Fermeture ou déménagement envisagé



# Fermeture / Déménagement

## L'échantillon:

Un peu plus de la moitié des commerçants déclarent ne pas envisager de quitter leur emplacement.  
En revanche, près d'un sur quatre pense à un **déménagement**, et près d'un sur cinq à une **fermeture**. Une faible part a déjà franchi le pas.

## Points clés:

Les intentions de départ traduisent une **inquiétude réelle** mais pas une résignation.  
La plupart des commerçants souhaiteraient **poursuivre leur activité**, à condition de trouver un environnement plus favorable : **loyers mieux adaptés, meilleure accessibilité, fréquentation plus régulière**.

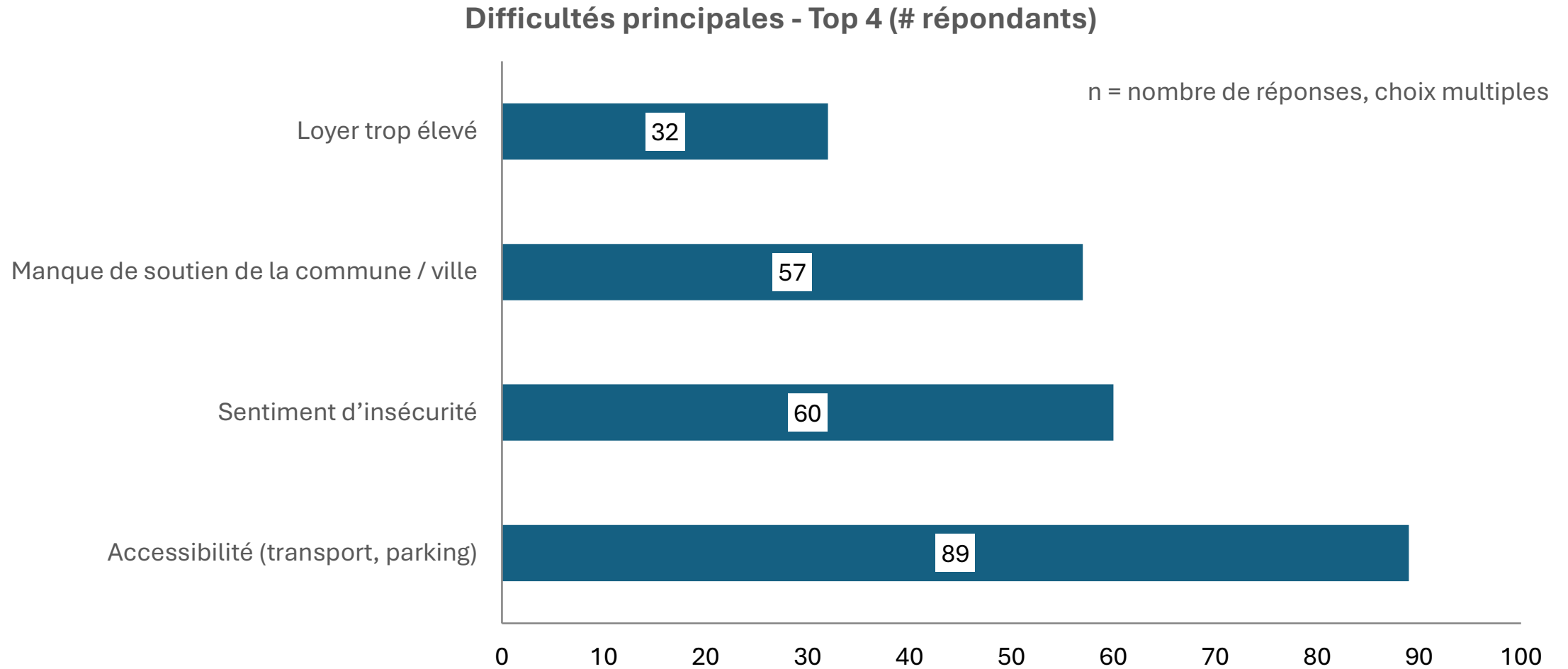
## Tendances observées:

Cette situation témoigne d'un **déséquilibre croissant** entre attractivité du centre-ville et conditions d'exploitation.  
Les commerces cherchent des alternatives sans forcément vouloir quitter Lausanne, ce qui suggère une **mobilité interne** plutôt qu'une disparition pure et simple.

## Lecture générale:

Ces résultats confirment le **besoin de stabilité** et d'un **climat de confiance**.  
Des actions ciblées sur la **mobilité, la sécurité** et une **politique de loyers équilibrée** seraient déterminantes pour freiner les départs et consolider le tissu commercial local.

# Difficultés principales - Top 4 (# répondants)





# Difficultés principales - Top 4 (par secteur d'activité)

| Secteur                                       | Accessibilité | Insécurité / Incivilité | Manque de soutien des autorités | Loyer trop élevé |
|-----------------------------------------------|---------------|-------------------------|---------------------------------|------------------|
| Alimentation / Épicerie                       | 25%           | 25%                     | 18%                             | 5%               |
| Autre                                         | 29%           | 10%                     | 21%                             | 8%               |
| Beauté / Bien-être                            | 21%           | 21%                     | 7%                              | 18%              |
| Culture / Loisirs                             | 29%           | 10%                     | 33%                             | 0%               |
| Mode / Accessoires                            | 28%           | 19%                     | 15%                             | 11%              |
| Restauration / Café / Bar                     | 23%           | 19%                     | 21%                             | 8%               |
| Santé / Parapharmacie                         | 25%           | 13%                     | 13%                             | 19%              |
| Services (banque, assurances, coiffeur, etc.) | 32%           | 23%                     | 13%                             | 13%              |

n = nombre de réponses par secteur d'activité et par difficulté, choix multiples

# Difficultés principales - Top 4 (par zone commerciale)

| Zone                                     | Accessibilité | Insécurité / Incivilité | Manque de soutien des autorités | Loyer trop élevé |
|------------------------------------------|---------------|-------------------------|---------------------------------|------------------|
| Chauderon / Terreaux / Bel-Air           | 71%           | 57%                     | 29%                             | 43%              |
| Flon                                     | 50%           | 33%                     | 17%                             | 67%              |
| Gare / Rue du Simplon / Sous-Gare        | 67%           | 56%                     | 33%                             | 22%              |
| Riponne / Palud / St-Laurent/ Cité       | 53%           | 47%                     | 38%                             | 34%              |
| Rue Centrale / Pépinet                   | 50%           | 50%                     | 33%                             | 17%              |
| Rue de Bourg / St-François / Petit-Chêne | 58%           | 54%                     | 40%                             | 38%              |

n = nombre de réponses par zone et par difficulté, choix multiples

# Difficultés principales - Top 4

## L'échantillon:

Les commerçants identifient trois difficultés majeures :

la **baisse de l'accessibilité au centre-ville**, la **montée des incivilités** et le **niveau élevé des loyers**.

Ces problématiques dominantes traduisent un ressenti général de **conditions d'exploitation dégradées** et d'un centre-ville devenu moins attractif pour la clientèle comme pour les exploitants.

## Points clés:

Ces trois facteurs constituent le **noyau des préoccupations commerciales**.

Ils sont suivis par un **manque de soutien de la commune dans la promotion du commerce local**, qui renforce l'impression d'isolement des acteurs économiques.

Enfin, la **concurrence du commerce en ligne** et le **changement des habitudes de consommation** (baisse du lèche-vitrine, achats plus ciblés) complètent ce tableau.

## Tendances observées:

Les difficultés relevées mêlent **enjeux urbains** (accès, sécurité) et **enjeux économiques** (charges, attractivité, nouvelles pratiques d'achat).

Elles traduisent le besoin d'une **vision concertée** de la revitalisation commerciale, articulant urbanisme, mobilité et communication.

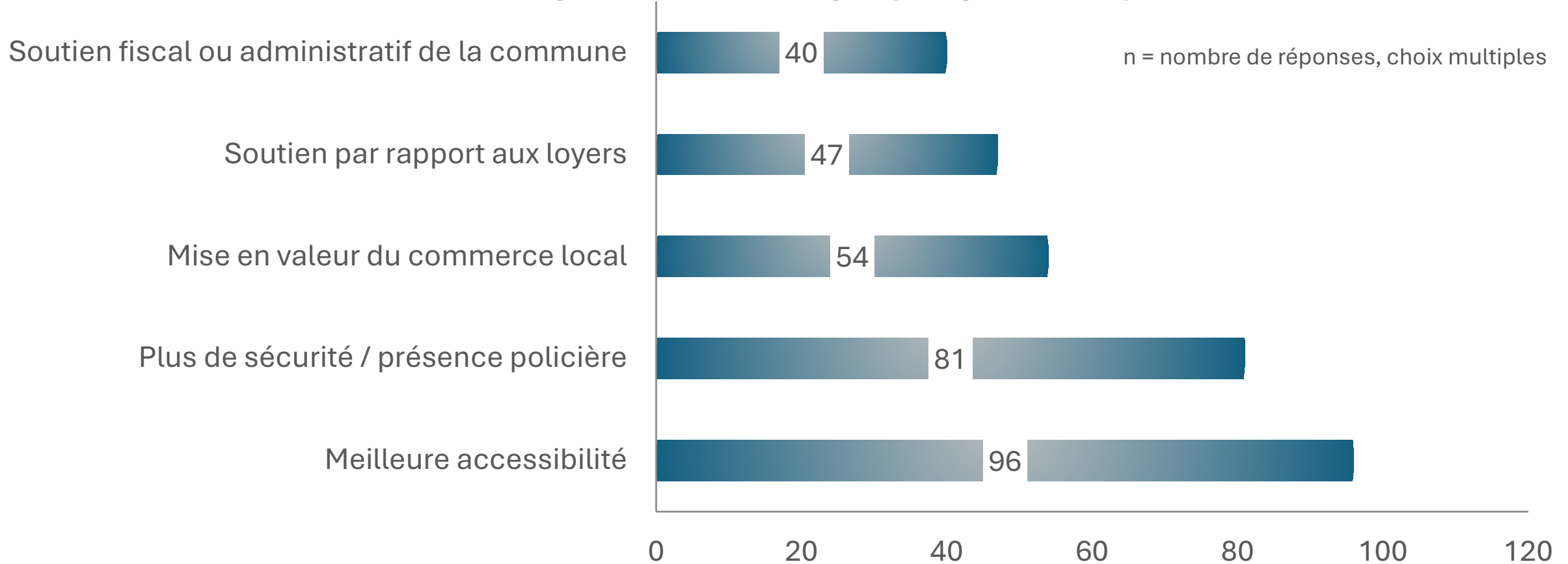
## Lecture générale:

Le commerce lausannois souffre d'un **cumul de contraintes structurelles**, plus que d'un manque d'offre.

Réduire **les obstacles d'accès**, **restaurer le sentiment de sécurité** et **rééquilibrer la charge locative** apparaissent comme les leviers prioritaires pour recréer un climat favorable au commerce de centre-ville.

# Actions prioritaires - Top 5 (# répondants)

## Actions prioritaires — Top 5 (# répondants)



# Actions prioritaires - Top 5 (# répondants)

## L'échantillon:

Les commerçants mettent en avant quatre priorités majeures : améliorer **l'accessibilité au centre-ville**, renforcer la **sécurité et la présence policière**, **promouvoir activement le commerce local**, et **réduire les loyers et charges**.

Ces attentes traduisent une volonté claire de **rétablir des conditions de travail viables** et de **stimuler la fréquentation** de manière durable.

## Points clés:

L'**accessibilité** reste la première priorité, suivie par la **sécurité** et la **visibilité du commerce local**, que les commerçants souhaitent voir davantage soutenue par la commune (communication, campagnes, valorisation des enseignes).

Les **loyers** apparaissent comme une préoccupation centrale, presque au même niveau que la promotion du commerce, reflétant la pression économique sur les marges.

## Tendances observées:

Les commerçants privilégient des **actions concrètes et structurantes** : améliorer les accès, rassurer le public et renforcer la notoriété du commerce de proximité.

Les attentes se concentrent moins sur des mesures ponctuelles que sur une **politique continue de soutien et de mise en valeur du centre-ville**.

## Lecture générale:

Les priorités exprimées dessinent un consensus fort : **faciliter l'accès, sécuriser l'environnement, valoriser l'offre locale et rééquilibrer les loyers**.

Ces leviers combinés sont perçus comme les conditions indispensables pour redonner attractivité et dynamisme au cœur de Lausanne.

# Témoignages de Commerçants

« Nous avons décalé l'ouverture de notre magasin en raison d'un manque de sécurité. »

« Justice à 2 vitesses. Aucune flexibilité des règlements pour les commerçants/ la circulation  
Laxisme total sur le deal, les cambriolages, la mendicité maintenant interdite... »

« Commerce en ville depuis 40 ans, c'est la première fois que je me sens abandonné par la ville. Vous n'allez pas sauver le monde en quasi interdisant les voitures, mais vous garantissez la mort du centre ville à court terme »

« ...Les chiffres sont stables et les gens aiment l'enseigne cependant nous avons depuis le début d'année entre -20 et -30% de passage. Les gens semblent délaisser les petites boutiques (rue de Bourg) pour des plus grands comme Manor par exemple où il y a tout... »

« Fermeture fin octobre. Heureux de quitter le quartier de la gare qui est devenu la cour des Miracles... »

« Cela fait 20 ans que je travaille à Lausanne, dont 13 ans à mon propre compte. Je suis triste et déçu de voir à quel point la ville se dégrade. Chaque matin, je fais face à des toxicomanes dormant devant les commerces entre la Riponne et la place Grand-Saint-Jean, où je me situe. Nos clientes se plaignent quotidiennement de l'état de la ville, sans parler des travaux, de la difficulté d'accès... »

« Surtout les loyers actuels sont loin de la réalité économique locale. »

# Conclusions Générales

L'étude met en évidence un **centre-ville de Lausanne fragilisé**, mais encore riche en potentiel.

Les commerçants décrivent un environnement de plus en plus **contraignant**, marqué par des **problèmes d'accessibilité**, des **incivilités en hausse** et des **loyers élevés**. Ces trois facteurs apparaissent comme les principaux obstacles à la vitalité économique du cœur urbain.

Malgré ce contexte difficile, les acteurs locaux expriment une **volonté claire de rester et de s'adapter**, à condition que les conditions d'exploitation s'améliorent.

Les attentes sont convergentes : **faciliter la mobilité, renforcer la sécurité, mieux promouvoir le commerce local et rendre les loyers plus supportables**.

Le message général est cohérent : **les problèmes sont identifiés, les solutions aussi**.

Le redressement du commerce lausannois passera par une **action coordonnée entre la Ville, les associations et les commerçants**, combinant mesures urbaines, communication et équilibre économique.

Ce n'est pas une crise d'offre, mais une **crise de contexte**, qui appelle des réponses structurelles et concertées.