

# PERSPECTIVES DE L'ÉCONOMIE NEUCHÂTELOISE: LE COMMERCE DE DÉTAIL SOUS TOUTES SES COUTURES



## SOMMAIRE

p.1	<b>1.0</b>	<b>INTRODUCTION</b>
p.2	<b>2.0</b>	<b>INTRODUCTION CONJONCTURELLE GÉNÉRALE</b>
p.2	<b>2.1</b>	Conjoncture internationale
p.2	<b>2.2</b>	Conjoncture suisse
p.3	<b>2.3</b>	Conjoncture neuchâteloise
p.4	<b>3.0</b>	<b>LE COMMERCE DE DÉTAIL ET SON IMPACT ÉCONOMIQUE</b>
p.4	<b>3.1</b>	Le commerce de détail dans le Canton de Neuchâtel: aperçu historique
p.6	<b>3.2</b>	Nombre d'établissements
p.7	<b>3.3</b>	Chiffre d'affaires
p.7	<b>3.3.1</b>	Le rapport entre le chiffre d'affaires et la valeur ajoutée
p.7	<b>3.3.2</b>	Le chiffre d'affaires par emploi
p.7	<b>3.3.3</b>	L'évaluation du chiffre d'affaires par le budget familial
p.8	<b>3.4</b>	Valeur ajoutée (VA), produit intérieur brut (PIB) et importance des différentes branches économiques
p.10	<b>3.5</b>	Emploi
p.11	<b>3.6</b>	Salaires
p.11	<b>3.7</b>	Investissements
p.11	<b>3.8</b>	Impact indirect
p.12	<b>4.0</b>	<b>AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE</b>
p.12	<b>4.1</b>	Perspectives économiques de développement
p.12	<b>4.2</b>	Déplacements
p.14	<b>5.0</b>	<b>LE CONSOMMATEUR</b>
p.14	<b>5.1</b>	Prix
p.15	<b>5.2</b>	Tourisme d'achat transfrontalier et transcantonal
p.16	<b>6.0</b>	<b>CONDITIONS CADRES</b>
p.16	<b>6.1</b>	Heures d'ouverture
p.18	<b>6.2</b>	La question des shops
p.18	<b>6.3</b>	Jours fériés
p.19	<b>6.4</b>	Révisions en cours
p.20	<b>7.0</b>	<b>CONCLUSION</b>

## 1.0 INTRODUCTION

Depuis 2008, les banques cantonales romandes publient, en collaboration avec l'Hebdo et le Forum des 100, des estimations du produit intérieur brut (PIB) romand. Les prévisions sont effectuées par l'institut Créa de macro-économie appliquée de la Faculté des Hautes études commerciales (HEC) de l'Université de Lausanne. Des données précieuses en termes de conjoncture sont ainsi à disposition des cantons dans la perspective de mise en place de leur politique économique.

Dans le Canton de Neuchâtel, les données à disposition pour le PIB, mais également pour d'autres indicateurs économiques par d'autres sources statistiques, tels que les établissements ou les emplois par le recensement fédéral des entreprises (RFE), les déplacements de la population par le microrecensement mobilité et transport (MRMT) ou les salaires par l'enquête suisse sur la structure des salaires (ESS), sont autant d'éléments qui peuvent encore étayer et compléter le portrait économique local.

Partant de ce constat, la Chambre neuchâteloise du commerce et de l'industrie (CNCI),

l'Etat de Neuchâtel par les Services de statistique et de l'économie et la Banque cantonale neuchâteloise (BCN), ont souhaité mettre sur pied une étude sectorielle annuelle. Cette étude vise à compiler les différents indicateurs conjoncturels disponibles pour l'économie neuchâteloise générale, mais également à faire la lumière sur un secteur d'activité en particulier.

En 2013, les partenaires à l'origine de ce projet ont choisi de se pencher sur le commerce de détail, un acteur économique omniprésent et pourtant méconnu, tant dans son évolution que dans son poids économique. En automne 2013, le commerce de détail est également au centre de discussions politiques et de votations populaires, tant au niveau cantonal que fédéral. Cette étude cherche à établir un panorama économique du commerce de détail. Elle a été réalisée grâce à l'aide précieuse de l'institut Créa et du Service de Statistique de l'Etat de Neuchâtel.

## 2.0 INTRODUCTION CONJONCTURELLE GÉNÉRALE

### 2.1 CONJONCTURE INTERNATIONALE

En 2012, l'économie mondiale s'est affaiblie. De nombreux pays sont entrés en récession (évolution négative du produit intérieur brut (PIB) durant deux trimestres consécutifs) et ceux qui connaissaient déjà une situation économique difficile sont encore plus profondément touchés par la crise. Ce constat est particulièrement frappant au sein de l'Union européenne. Les pays européens se trouvent dans une situation économique morose accentuée par un taux de chômage alarmant (10.4% en 2012<sup>1</sup>), une faiblesse de la demande globale, un surendettement public et un système financier encore très fragile. La mauvaise santé économique des pays membres de l'Union européenne est l'une des principales menaces pour l'économie mondiale et l'économie suisse.

1 OCDE, taux de chômage harmonisé pour la zone euro  
2 OFS  
3 AFD, commerce extérieur de la Suisse depuis 1980

### 2.2 CONJONCTURE SUISSE

En 2012, la Suisse a enregistré une croissance économique faible (croissance réelle du PIB de 1%<sup>2</sup>) mais remarquable en considérant l'environnement économique dans lequel elle a évolué. Elle s'est, en effet, bien défendue face aux pressions induites par la mauvaise santé économique de l'Union européenne (plus grand partenaire économique de la Suisse). De plus, malgré un franc fort, la Suisse a augmenté ses exportations en valeur de 1.7%<sup>3</sup>. Les importations n'ont quant à elles crû que de 0.5% en valeur, un chiffre relativement faible compte tenu des cours de change et en particulier de la force du franc. En volume, les chiffres sont inversés: les exportations présentent une différence de -1.8% et les importations de -1.3%. La résistance de la Suisse est surprenante et elle la doit principalement à la stabilité de l'industrie pharmaceutique, au développement de l'industrie horlogère et à une politique monétaire courageuse de la Banque nationale suisse. Les prévisions pour les deux années suivantes, bien que fortement dépendantes des décisions politiques au sein de la zone euro, sont satisfaisantes. Selon les estimations et les prévisions de l'institut Créa de macro-économie appliquée de l'Université de Lausanne, une croissance timide de 1.8% du PIB est attendue pour l'année 2013 et une hausse plus importante (2.3%) pour l'année 2014, en espérant fortement une sortie de récession des partenaires européens. Quant au marché du travail, en 2012, le taux de chômage suisse était particulièrement faible en comparaison internationale et n'est que le reflet de la force et de la stabilité du marché du travail suisse.

### 2.3 CONJONCTURE NEUCHÂTELOISE

En 2012, le PIB neuchâtelois, calculé par l'institut Créa, atteint 11.8 milliards, soit 2% du PIB suisse. La croissance réelle de l'économie neuchâteloise en 2012 est largement supérieure à la croissance suisse avec un taux de 2.63% contre 1.05% au niveau national. Les prévisions au sujet de l'évolution du PIB neuchâtelois sont autant réjouissantes qu'au niveau national avec un taux de croissance pour 2013 de 2.21% et de 2.06% pour 2014. Le PIB neuchâtelois réel par habitant et par emploi équivalent plein temps (pour les secteurs secondaires et tertiaires) correspond à son équivalent suisse, bien qu'étant légèrement en-deçà, ceci tant pour 2011 que pour 2012.

En 2012, le taux de chômage dans le Canton de Neuchâtel était de 4.7%<sup>4</sup>. Bien qu'il soit plus élevé que la moyenne suisse, il a nettement diminué depuis 2010 (6.2%).

4 Mémento statistique 2013 du Canton de Neuchâtel

#### A

PIB RÉEL (MIA CHF)	2011	2012	2013	2014
Neuchâtel	11.5	11.8	12.1	12.3
Suisse	541.9	547.6	557.5	570.3
CROISSANCE DU PIB RÉEL				
Neuchâtel	8.19%	2.63%	2.21%	2.06%
Suisse	1.79%	1.05%	1.80%	2.30%
PIB RÉEL PAR HABITANT (CHF)				
Neuchâtel	66'404	67'400		
Suisse	68'124	68'117		
PIB / EPT SECTEUR II ET III (CHF)				
Neuchâtel	144'211	144'175		
Suisse	147'904	147'471		

Source : Institut Créa

A  
Evolution réelle du PIB suisse et neuchâtelois aux prix de 2005 entre 2011 et 2014



## 3.0 LE COMMERCE DE DÉTAIL ET SON IMPACT ÉCONOMIQUE

### 3.1

#### LE COMMERCE DE DÉTAIL DANS LE CANTON DE NEUCHÂTEL: APERÇU HISTORIQUE

Joël Jornod, doctorant à l'Université de Neuchâtel, spécialiste de l'histoire du commerce de détail suisse.

Avant le milieu du XIX<sup>e</sup> siècle, en Suisse, le secteur du commerce de détail se compose de petites sociétés et d'indépendants. Ces commerces sont de différents types. Il y a d'abord les vendeurs itinérants: les colporteurs et les artisans ambulants sillonnent le pays à la recherche de clients pour leur propre compte, les commis voyageurs font de même pour des entreprises<sup>5</sup>. Ensuite, les marchés et les foires rassemblent périodiquement des vendeurs et des acheteurs. Enfin, les boutiquiers et certains artisans proposent des lieux de vente permanents<sup>6</sup>.

Vers 1850, un nouveau format de distribution apparaît: les coopératives de consommation. Ces sociétés sont fondées par des consommateurs, qui s'associent «pour défendre leurs intérêts en organisant la distribution de biens d'usage courant. (...) En règle générale, les coopératives vend[ent] leurs produits au prix du marché contre paiement comptant». Une partie des bénéfices réalisés est redistribuée aux membres, sous la forme d'une ristourne «proportionnelle au montant de leurs achats»<sup>7</sup>. Durant la seconde moitié du XIX<sup>e</sup> siècle, la plupart des coopératives sont de petite taille. Celle de La Chaux-de-Fonds, par exemple, ne compte que 150 membres en 1856, deux ans après sa naissance<sup>8</sup>. En revanche, le Konsumverein de Zurich, établi en 1851, est rapidement devenu une entreprise importante: en 1853, il ravitaille

déjà 60 magasins<sup>9</sup>. En 1890, l'Union suisse des coopératives de consommation est fondée pour rassembler plusieurs sociétés régionales. Elle prend le nom de Coop en 1970<sup>10</sup>.

À partir de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, les transformations dans le commerce de détail s'accroissent. Entre 1890 et 1900, les premiers grands magasins s'implantent dans les principales villes du pays, soit Zurich, Bâle et Berne (Genève suivra quelques années plus tard)<sup>11</sup>. Ces commerces proposent un large assortiment non alimentaire au sein de départements distincts. Dans le Canton de Neuchâtel, l'entreprise Grosch & Greiff est l'une des plus importantes du genre. Elle commence par ouvrir un grand magasin à La Chaux-de-Fonds en 1898. Durant les années suivantes, elle fonde plusieurs succursales en Suisse, dont une au centre-ville de Neuchâtel. Le groupe est démantelé en 1917: le magasin de La Chaux-de-Fonds est racheté par la société Bloch, qui le nomme «Au Printemps». Celui de Neuchâtel est repris par Loeb SA, qui l'exploite sous l'enseigne des «Armourins».

Durant les deux premières décennies du XX<sup>e</sup> siècle, le succursalisme se développe dans les villes suisses. Ce format de distribution consiste à établir plusieurs points de vente spécialisés dans une catégorie de marchandises; ces magasins sont gérés de manière centralisée<sup>12</sup>. Les maisons à succursales se multiplient dans les branches de l'alimentation, de la chaussure et du textile<sup>13</sup>. Le secteur du meuble est également concerné par la suite. Ainsi, durant les années 1940, la fabrique Perrenoud & Cie de Cernier écoule sa production dans six succursales et deux dépôts<sup>14</sup>.

C'est aussi au début du XX<sup>e</sup> siècle que la vente par correspondance prend son essor. Les grands magasins y recourent pour élargir leurs zones de chalandise. D'autres sociétés se spécialisent dans cette forme de distribution, comme Girard & Co dans le Canton de Neuchâtel. Girard est fondée en 1905 à La Chaux-de-Fonds, par la maison parisienne du même nom<sup>15</sup>. En 1930, l'affaire est reprise par un des associés, René Junod, et un collaborateur, Charles Veillon. Les nouveaux dirigeants se séparent en 1943, lorsque le second transfère sa part de l'entreprise à Lausanne: la SA Charles Veillon se spécialise dans la confection, et la



maison VAC René Junod continue de proposer le reste de l'assortiment (sport et ménage).

En 1925, le commerce de détail compte un nouvel acteur qui prendra une importance considérable en Suisse: la Migros. Cette société fondée à Zurich par Gottlieb Duttweiler propose des produits alimentaires de base, vendus dans des camions-magasins qui vont à la rencontre du client. En 1927, *La Feuille d'Avis de Neuchâtel* évoque ces véhicules qui «parcourent la ville selon un horaire fixe et s'arrêtent aux carrefours pour vendre leur marchandise à des prix avantageux»<sup>16</sup>. Parallèlement à cette activité, la Migros met en place un réseau de succursales à partir de 1926. En 1932, elle ouvre ses deux premiers magasins dans le canton, à Neuchâtel (rue du Seyon) en avril et à La Chaux-de-Fonds (rue Léopold-Robert) en mai<sup>17</sup>. Dès 1948, l'entreprise introduit progressivement le libre-service dans ses magasins<sup>18</sup>.

Ce système, qui propose au client de se servir lui-même dans les rayons, joue un rôle central dans l'apparition des supermarchés durant les années 1950<sup>19</sup>. Ces commerces de plus de 400 m<sup>2</sup> vendent un assortiment complet de produits alimentaires<sup>20</sup>. Ils sont souvent implantés hors des centres-villes; ils cherchent à attirer les consommateurs, qui se déplacent plus facilement grâce à la démocratisation de l'automobile.

Les centres commerciaux, qui rassemblent plusieurs enseignes dans un même édifice, appliquent des recettes comparables à partir des années 1960. Le Centre des Portes-Rouges à Neuchâtel constitue un bon exemple de ce format de vente: dès 1963, il comprend un supermarché Migros et des petits commerçants, ainsi qu'un parking pour les voitures des clients<sup>21</sup>. Durant les décennies suivantes, des complexes plus importants voient le jour. Ainsi, Jumbo inaugure le Centre des Éplatures en 1976 à La Chaux-de-Fonds. L'établissement compte un hypermarché, c'est-à-dire un commerce «présentant un très large assortiment en alimentation et marchandises générales»<sup>22</sup> sur une surface de vente très importante (en l'occurrence 5'500 m<sup>2</sup>), et plusieurs boutiques indépendantes<sup>23</sup>. Dans le bas du canton, la Migros inaugure en 1981 le Centre commercial de Marin, ou «Marin-Centre», qui comporte plus de 7'000 m<sup>2</sup> de vente<sup>24</sup>.

Ces grandes surfaces, dont on n'a cité que quelques exemples, contrastent avec les magasins plus petits des «hard discounters» allemands Aldi et Lidl, qui s'implantent en Suisse depuis quelques années. Actuellement, seul Aldi est présent dans le canton: son unique succursale, fondée à Neuchâtel en 2012, consacre près de 1'000 m<sup>2</sup> à la vente conformément aux standards de l'entreprise<sup>25</sup>. L'arrivée de ce nouveau concurrent est un phénomène marquant, tout comme le développement du commerce électronique ces dernières années.



5 RADEFF Anne, «Colportage», in Dictionnaire historique de la Suisse (DHS), [www.hls-dhs-dss.ch/textes/F14033.php](http://www.hls-dhs-dss.ch/textes/F14033.php), version du 5.11.2009.

6 RADEFF Anne, «Petit commerce», in DHS, [www.hls-dhs-dss.ch/textes/F26300.php](http://www.hls-dhs-dss.ch/textes/F26300.php), version du 3.11.2011.

7 DEGEN Bernard, «Coopératives de consommation», in DHS, [www.hls-dhs-dss.ch/textes/F16414.php](http://www.hls-dhs-dss.ch/textes/F16414.php), version du 27.04.2007 (traduit de l'allemand).

8 BOSON Marcel, *Coop en Suisse*, Bâle: Coop, 1965, p. 107.

9 FAES Maurice, *Le commerce de détail en Suisse*, Lausanne: Impr. vaudoise, 1943, p. 56.

10 DEGEN Bernard, «Coopératives de consommation», op. cit.

11 DENNEBERG Erwin, *Begriff und Geschichte des Warenhauses*, Zürich: Oprecht, 1937, p. 50 sq.

12 JEFFERYS James B., *Retail Trading in Britain 1850-1950*, Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1954, p. 27-28.

13 FAES Maurice, *Le commerce de détail en Suisse*, op. cit., p. 56.

14 Ibid., p. 57.

15 JEQUIER François, Charles Veillon (1900-1971), Zurich: Société d'études en matière d'histoire économique, 1985, p. 22, 34.

16 «Les magasins ambulants», *Feuille d'Avis de Neuchâtel (FAN)*, 26.7.1927, p. 5, in Arcinfo.ch, [www.lexpressarchives.ch](http://www.lexpressarchives.ch), consulté le 23.8.2013

(les références suivantes à Arcinfo.ch sont abrégées, les url et les dates de consultation étant similaires).

17 HÄSLER Alfred A., *L'aventure Migros. 60 ans d'une idée jeune*, Zurich: Fédération des coopératives Migros, 1985, p. 299.

18 LIEBESKIND SAUTHIER Ingrid, «Migros», in DHS, [www.hls-dhs-dss.ch/textes/F141811.php](http://www.hls-dhs-dss.ch/textes/F141811.php), version du 14.1.2010.

19 JAGGI Yvette, *Le phénomène de concentration dans le secteur de la distribution*, Lausanne: s. n., 1970, p. 255.

20 DAUMAS Jean-Claude, «Consommation de masse et grande distribution», *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 2006, no 91, p. 60.

21 «Magasins à louer», *FAN*, 6.3.1963, p. 2, et «Le centre commercial de la Migros...», *FAN-L'Express*, 20.11.1973, p. 3, in Arcinfo.ch.

22 DAUMAS Jean-Claude, «Consommation de masse et grande distribution», op. cit., p. 61.

23 «Le centre commercial des Éplatures est ouvert», *L'Impartial*, 17.11.1976, p. 3, in Arcinfo.ch.

24 «Marin-Centre: une brillante inauguration», *FAN-L'Express*, 9.4.1981, p. 3, in Arcinfo.ch.

25 «Le hard discounter s'approche du canton», *L'Impartial*, 12.12.2008, p. 8, et «Aldi ouvre la porte des petits prix demain», *L'Express*, 23.5.2012, p. 7, in Arcinfo.ch.

### 3.2 NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS

Depuis 1995, le nombre d'établissements actifs dans le commerce de détail a diminué dans le Canton de Neuchâtel. En 1995, le canton comptait ainsi 1'445 établissements<sup>26</sup> et ce chiffre se monte à 1'180 en 2008, soit une baisse de 18%. Au niveau suisse, la tendance est également à la baisse, même si l'intensité est moins forte : de 56'073 établissements en 1995, il en reste en 2008 48'489, soit une baisse de 14%.

Depuis 2001, dans le commerce de détail en magasin non spécialisé, ce sont surtout les extrêmes qui ont le plus diminué : les hypermarchés et les petits commerces ont vu le nombre de leurs établissements baisser de respectivement 43% et 36%. La baisse est la moins marquée du côté des commerces de carburants en magasin spécialisé, d'autres équipements du foyer en magasin spécialisé et sur les éventaires et marchés (avec une hausse).

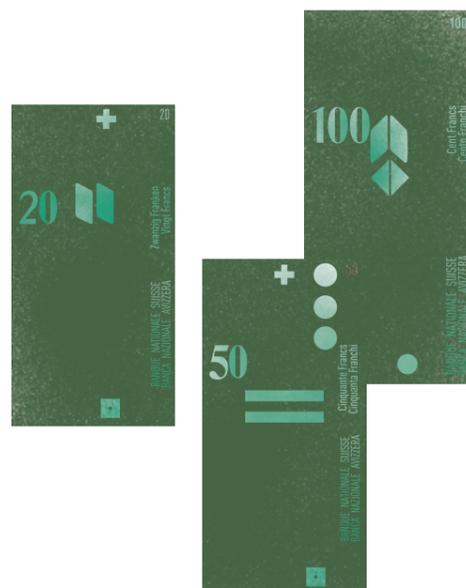
**B**  
Évolution du nombre d'établissements par type dans le Canton de Neuchâtel entre 2001 et 2008

**B**

ANNÉE	2001	2005	2008
<b>COMMERCE DE DÉTAIL, À L'EXCEPTION DES AUTOMOBILES ET DES MOTOCYCLES</b>	<b>1'312</b>	<b>1'195</b>	<b>1'180</b>
<b>Commerce de détail en magasin non spécialisé</b>	<b>146</b>	<b>128</b>	<b>117</b>
À prédominance alimentaire	133	114	104
Hypermarchés (>2500 m <sup>2</sup> )	7	5	4
Grands supermarchés (1000 – 2499 m <sup>2</sup> )	7	7	7
Petits supermarchés (400 – 999 m <sup>2</sup> )	28	25	23
Grands commerces (100 – 399 m <sup>2</sup> )	38	39	36
Petits commerces (<100 m <sup>2</sup> )	53	38	34
Autres commerce de détail en magasin non spécialisé	13	14	13
Grands magasins	3	5	5
Autres commerces de détail en magasin non spécialisé non classés ailleurs	10	9	8
<b>Commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé</b>	<b>233</b>	<b>218</b>	<b>198</b>
Fruits et légumes	5	5	2
Viandes et produits à base de viande	54	49	44
Poissons, crustacés et mollusques	2	1	2
Pain, pâtisserie et confiserie	102	102	94
Boissons	25	23	15
Produits à base de tabac	4	4	3
Autres commerces de détail alimentaires en magasin spécialisé	41	34	38
<b>Commerce de détail de carburants en magasin spécialisé</b>	<b>22</b>	<b>18</b>	<b>21</b>
<b>Commerce de détail d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé</b>	<b>98</b>	<b>76</b>	<b>79</b>
Ordinateurs, unités périphériques et logiciels	40	28	28
Matériels de télécommunication	3	5	4
Matériels audio/vidéo	55	43	47
<b>Commerce de détail d'autres équipements du foyer en magasin spécialisé</b>	<b>141</b>	<b>142</b>	<b>139</b>
<b>Commerce de détail de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé</b>	<b>179</b>	<b>162</b>	<b>163</b>
<b>Autres commerces de détail en magasin spécialisé</b>	<b>472</b>	<b>429</b>	<b>443</b>
<b>Commerce de détail sur éventaires et marchés</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>16</b>

Source: OFS, RFE 2008

26 OFS, RFE



### 3.3 CHIFFRE D'AFFAIRES

En Suisse, il n'existe pas de données cantonales sur les chiffres d'affaires dans le commerce de détail. Par contre, l'Office fédéral de la statistique (OFS) calcule chaque mois le chiffre d'affaires pour l'ensemble de la branche au niveau national. Partant, plusieurs méthodes sont disponibles et utilisables pour obtenir des estimations. Dans cette étude, trois méthodes d'estimation sont proposées. Elles s'inspirent d'une méthodologie suggérée par l'institut Créa et notamment utilisée par l'Etat et la Banque cantonale de Fribourg lors de leur étude sur le commerce de détail publiée en 2012<sup>27</sup>.

#### Valeur ajoutée

La valeur ajoutée est une mesure de la valeur créée par les agents économiques. Elle correspond à la différence entre la valeur finale de la production et la consommation intermédiaire (biens consommés durant le processus de production). En d'autres termes, la valeur ajoutée correspond au chiffre d'affaire diminué des coûts intermédiaires.

#### Valeur ajoutée brute et nette

Contrairement au calcul de la valeur ajoutée nette, celui de la valeur ajoutée brute ne tient pas compte de la dépréciation du capital fixe (équipements).

#### 3.3.1 Le rapport entre le chiffre d'affaires et la valeur ajoutée

Le chiffre d'affaires étant connu au niveau suisse, de même que la valeur ajoutée de la branche, on peut extrapoler les résultats nationaux pour déterminer le chiffre d'affaires neuchâtelois. Cette approximation prend sens dans la mesure où le Canton de Neuchâtel suit la tendance suisse quant à l'évolution de ses prix.

Pour estimer la valeur ajoutée, l'OFS part du chiffre d'affaires et en déduit la valeur d'acquisition des marchandises vendues ainsi que les charges d'exploitation (qui ne comprennent pas les charges de personnel).

En 2010, le rapport entre le chiffre d'affaires et la valeur ajoutée au niveau suisse s'établit à 4.13. En 2009, il est de 4.15. Un ratio moyen de 4.14 a été retenu. En 2010, pour le cas neuchâtelois, cela correspond à **2.19 milliards** de francs (soit 4.14 fois la VA).

La limite de cette méthode d'estimation réside dans l'extrapolation cantonale des ratios nationaux, ce qui implique de ne pas prendre en compte d'éventuels biais liés au poids du commerce de détail dans certaines villes et dans certains cantons riches. On peut par conséquent penser que le chiffre d'affaires obtenu par cette méthode est légèrement surestimé.

#### 3.3.2 Le chiffre d'affaires par emploi

L'Institut Créa calcule également le nombre d'emplois en équivalent plein-temps (EPT) pour le commerce de détail, tant au niveau national que cantonal. Partant, le chiffre d'affaires national par emploi EPT peut être extrapolé à la situation cantonale. Dans le Canton de Neuchâtel, on estime que le commerce de détail occupe 5'530 emplois EPT en 2010. Sachant que le ratio chiffre d'affaires/emplois EPT équivaut à 431'640.954, on obtient, en conséquence, une estimation du chiffre d'affaires de **2.387 milliards** de francs pour le Canton de Neuchâtel, relativement proche de la première estimation.

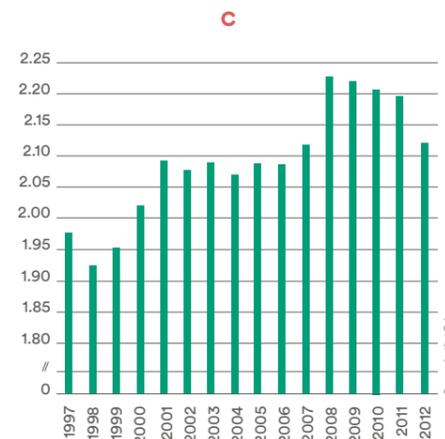
Avec cette deuxième méthode, la limite est la même que pour la première : en extrapolant la situation suisse au canton, les régions et villes les plus fortunées ne sont pas prises en considération.

#### 3.3.3 L'évaluation du chiffre d'affaires par le budget familial

L'OFS récolte des données sur les dépenses qu'effectuent les ménages suisses au moyen d'une enquête sur les budgets des ménages. Celle-ci permet de sonder les habitants sur les moyens qu'ils affectent à différents biens de consommation courante. On peut alors regrouper les catégories qui forment le commerce de détail afin d'obtenir les montants dépensés par les ménages à ces fins-là. Partant, la part des dépenses des ménages au niveau suisse

<sup>27</sup> Perspectives de l'économie fribourgeoise 2012, le commerce de détail dans le Canton de Fribourg, Banque cantonale de Fribourg, 2012.

**C**  
Evolution du chiffre d'affaires du commerce de détail dans le canton de Neuchâtel (en milliards de CHF) entre 1997 et 2012



peut être extrapolée aux ménages neuchâtelois. Ces derniers sont également recensés par l'OFS (2010).

Pour 2010, le montant total des dépenses annuelles du ménage suisse moyen dans le commerce de détail se monte à 21'098 francs. Les ménages en 2010 dans le canton sont au nombre de 77'551, ce qui donne une estimation du chiffre d'affaires de **1.636 milliard** de francs. Ce montant est vraisemblablement sous-estimé car il ne prend en compte que les achats des ménages indigènes.

Ainsi, on obtient une fourchette d'estimation du chiffre d'affaires de 1.636 milliard à 2.387 milliards. Selon les professionnels de la branche<sup>28</sup>, le chiffre devrait se rapprocher d'un résultat intermédiaire, aux alentours de 2 milliards.

Afin d'estimer la croissance du chiffre d'affaires, on retient la valeur médiane des trois estimations expliquées ci-dessus, soit 2.19 milliards. Considérant le rapport entre le chiffre d'affaires suisse et le chiffre d'affaires neuchâtelois comme constant (soit au coefficient de 4.14), on arrive au constat que l'année 2008 est un pic atteint sur les quinze dernières années. En effet, si la tendance à la hausse est pratiquement continue depuis 1997, ainsi que le démontre la figure C, elle s'est inversée depuis 2008 et 2012 atteint un niveau comparable à 2007.

### 3.4

## VALEUR AJOUTÉE (VA), PRODUIT INTÉRIEUR BRUT (PIB) ET IMPORTANCE DES DIFFÉRENTES BRANCHES ÉCONOMIQUES

Le PIB d'un canton ou d'un Etat peut être calculé de trois manières différentes: par la production, par la dépense et par les revenus. L'approche par la production correspond à la somme des valeurs ajoutées des différentes branches de l'économie et de leurs impôts diminution faite des subventions accordées. Cette méthode a été retenue par l'Institut Créa pour calculer le PIB neuchâtelois. En décomposant l'agrégat PIB neuchâtelois, nous pouvons analyser l'importance, en termes de valeur ajoutée, de chaque branche de l'économie neuchâteloise, i.e. l'apport de chaque secteur d'activité au PIB neuchâtelois.

Le tableau D présente les dix principaux secteurs d'activités du Canton de Neuchâtel en termes de valeur ajoutée. Sans surprise, en 2012, l'horlogerie est le secteur le plus important (19.5% du PIB neuchâtelois), suivi de l'administration (cantonale, communale ou fédérale, ce qui inclut notamment l'enseignement, la santé ou l'action sociale) et du commerce (de détail, de gros et d'automobile). Le commerce est le troisième secteur d'activité du Canton de Neuchâtel, avec une part dans le PIB cantonal de 10%. Il participe ainsi de manière significative à la création de richesse.

Pour les années 2013 et 2014, les prévisions pour le commerce sont plutôt positives. De manière générale, les prévisions pour 2013 font état d'une situation conjoncturelle moins bonne que pour 2012, mais dans plusieurs secteurs, cette situation devrait s'améliorer en 2014, avec notamment un nouveau boom anticipé dans l'horlogerie. Le commerce de détail devrait assumer, avec ses bonnes perspectives, une part importante de la croissance du PIB neuchâtelois pour 2014.

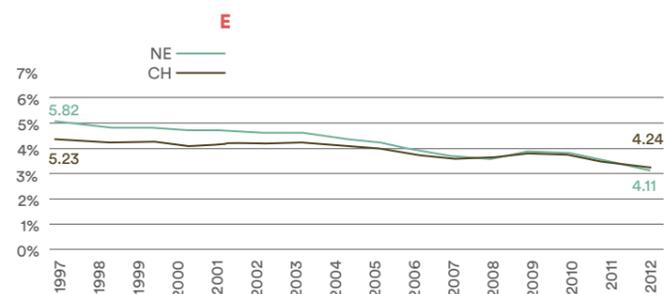
La figure E illustre la part du commerce de détail dans la valeur ajoutée totale, pour le Canton de Neuchâtel et pour la Suisse. L'écart de 0.6% qui existait en 1997 s'est peu à peu estompé pour être finalement résorbé en 2012. La tendance baissière est confirmée, celle-ci étant plus forte à Neuchâtel que dans le reste de la Suisse.

Enfin, comme le démontre la figure F, le commerce de détail est en général corrélé à la situation conjoncturelle du canton. En 2009, le canton subissait la crise de plein fouet (-6.5%) et le commerce de détail n'y faisait pas exception (-4.4%). Par la suite, le pic de croissance est différent: le commerce de détail l'a connu en 2010 (+4.3%) alors que le reste de l'économie neuchâteloise a connu une année 2011 exceptionnelle (+8.2%). 2012 s'est par contre dégradée avec une baisse à 2% pour l'économie neuchâteloise et à -0.5% pour le commerce de détail.

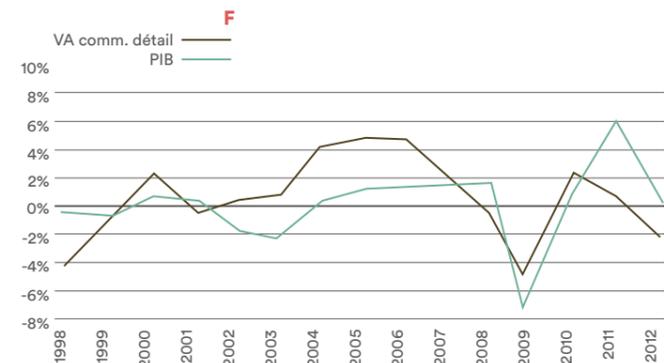
**D**  
Evolution des VA des 10 plus importantes branches économiques neuchâteloises (en millions de CHF) entre 2009 et 2012

SECTEUR D'ACTIVITÉ	2009	2010	2011	2012
<b>PIB APRÈS AJUSTEMENTS</b>	<b>11065.6</b>	<b>11065.6</b>	<b>12278.7</b>	<b>12495.3</b>
Horlogerie	1802.3	1902.7	2240.8	2431.1
Administration	1991.8	1988.7	2081.4	2118.9
Commerce	1203.6	1272.9	1277.0	1253.8
R&D, Immobilier et services aux entreprises	793.0	797.9	831.6	832.2
Instruments médicaux, optique et électronique	647.8	660.5	770.2	822.6
Finance	506.1	482.7	497.2	527.3
Construction	452.1	482.4	528.9	518.7
Industrie alimentaire et tabac	424.5	459.9	531.4	511.0
Raffinage	504.4	544.0	587.6	503.4
Transports et télécommunications	376.6	391.4	406.8	401.2

**E**  
Valeur ajoutée du commerce de détail en pourcentage de la valeur ajoutée totale entre 1997 et 2012



**F**  
Evolution réelle du PIB et de la VA du commerce de détail neuchâtelois (en %) entre 1998 et 2012



<sup>28</sup> Des questionnaires ont été envoyés à certains professionnels de la branche représentés au sein des associations professionnelles. Les commerces sont de tailles différentes, dans des secteurs variés et dans tout le canton.

### 3.5 EMPLOI

En 2012, toujours selon les estimations de l'institut Créa, le commerce de détail dans le Canton de Neuchâtel comptait 5'438 emplois équivalents plein-temps (EPT), ce qui correspond à 6.6% des emplois EPT des secteurs secondaire et tertiaire du Canton de Neuchâtel et 2% des emplois EPT du commerce de détail au niveau national.

La tendance de l'emploi dans le commerce de détail est à la baisse. Entre 1997 et 2012, l'emploi n'a eu de cesse de diminuer, si ce n'est en 2007 et 2008, années qui ont connu un léger soubresaut. La baisse de l'emploi est plus forte dans le canton qu'en Suisse depuis 1997, ainsi que l'illustre la figure G.

De même, dans le canton, l'emploi dans les secteurs secondaire et tertiaire a augmenté de près de 15% entre 1997 et 2012 alors que dans le commerce de détail il a baissé durant le même laps de temps de 15% (cf. figure H).

On notera également que le commerce de détail du Canton de Fribourg ne poursuit pas la même destinée que son pendant neuchâtelois: dans l'étude de 2012<sup>29</sup>, l'emploi dans le secteur poursuit une tendance haussière. Les Cantons de Fribourg et de Neuchâtel ont plusieurs points en commun, notamment en termes de taille, mais la dimension frontalière pourrait expliquer une partie de cette différence, causée par un tourisme d'achat plus marqué dans le cas neuchâtelois.

La tendance baissière de l'emploi est confirmée par les professionnels de la branche qui invoquent plusieurs raisons pouvant l'expliquer: franc fort, e-commerce, manque d'attractivité, disparition du petit commerce, successions, etc.

Du côté de la formation professionnelle, la tendance baissière de l'emploi ne s'est pas confirmée dans le nombre d'apprentis, qui a, au contraire, augmenté depuis 2005 à une moyenne de 2.8% par année. Ainsi, entre 2005 et 2011, l'augmentation aura été de 15%, faisant passer le nombre d'apprentis dans les professions du commerce de 424 à 500. On est cependant loin des niveaux de 1985 ou de 1990 (respectivement 705 et 733 apprentis)<sup>30</sup>.

29 Op.cit.

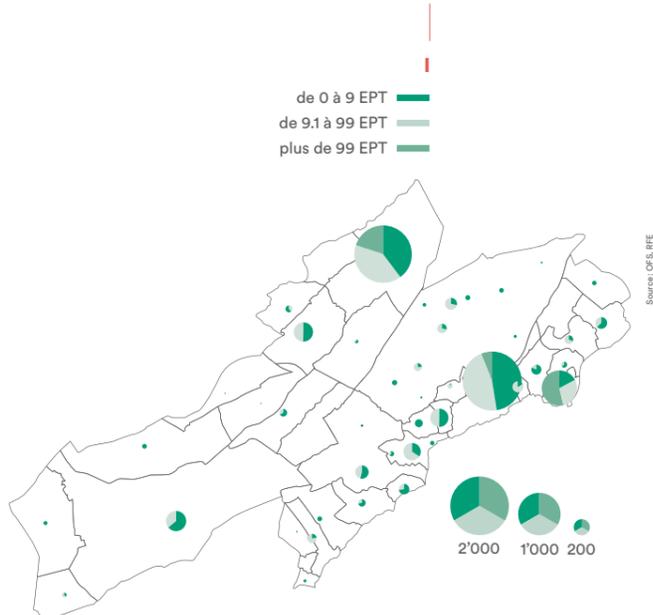
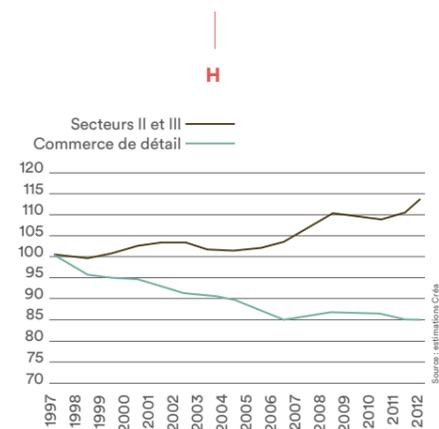
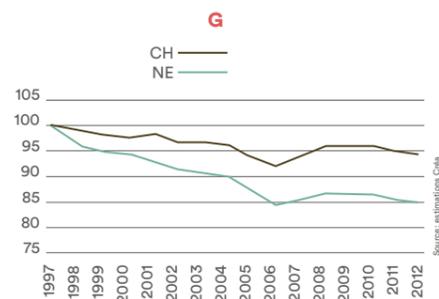
30 Mémento statistique 2013 du Canton de Neuchâtel

**G** Evolution indicée de l'emploi dans le commerce de détail pour la Suisse et le Canton de Neuchâtel entre 1997 et 2012 (base 1997=100)

**H** Evolution indicée de l'emploi dans le commerce de détail et dans les secteurs II et III pour le Canton de Neuchâtel entre 1997 et 2012 (base 1997=100)

**I** Nombre d'emplois par taille d'établissement par commune pour le commerce de détail dans le Canton de Neuchâtel en 2008

Le figure I illustre la concentration des grands établissements dans les deux villes et plus encore dans la commune de la Tène qui est la seule commune du canton où la majorité des travailleurs de la branche sont employés dans des enseignes qui ont plus de 100 emplois EPT. En Ville de Neuchâtel, cette part est plus faible qu'à La Chaux-de-Fonds avec une proportion équivalente de travailleurs dans les petits et les moyens commerces.



### 3.6 SALAIRES

Les salaires neuchâtelois dans le commerce de détail sont à la hausse depuis 2002 selon l'enquête suisse des salaires, à l'instar de la tendance nationale. Ils sont cependant plus faibles que la moyenne suisse et la tendance haussière est également plus modérée.

En comparaison avec les salaires des autres branches, ceux du commerce de détail sont particulièrement plus faibles, ainsi que l'illustre la figure J. On constate par contre que la courbe du commerce de détail est la courbe la plus plate entre le premier et le dernier décile, ce qui traduit une distribution des salaires égalitaire. Autrement dit, les 10% les mieux payés ont un salaire qui, comparativement aux autres secteurs, est peu élevé en comparaison avec les 10% les moins bien payés.

#### La médiane et les quantiles

La médiane pour un salaire signifie que la moitié des salariés gagnent moins que le montant médian et l'autre moitié gagne plus, indépendamment de l'ampleur des montants. La médiane permet d'éviter le biais des valeurs extrêmes qui peut se produire avec les moyennes. Ainsi, dans le commerce de détail, sur l'échantillon interrogé, la moitié gagne moins de CHF 4'334.- par mois.

La médiane correspond au quantile 50%. Dans notre exemple, le quantile 90% du commerce de détail neuchâtelois signifie donc qu'un répondant sur dix gagne plus de CHF 6'441.- par mois et que neuf sur dix gagnent moins que ce montant.

### 3.7 INVESTISSEMENTS

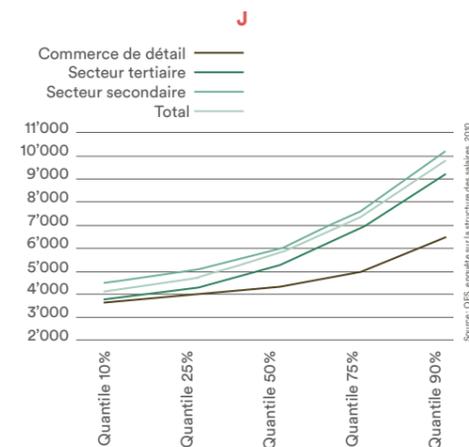
Il n'existe pas de données qui permettent d'avoir un aperçu précis des montants investis par les entreprises du commerce de détail dans le canton. En questionnant les professionnels de la branche, on se rend compte que des montants conséquents ont été investis depuis 2001, non seulement par les grands

**J** Distribution des salaires des différents secteurs d'activité à Neuchâtel en 2010

magasins qui ont construit de nouveaux centres ou rénové de nombreuses enseignes, mais également par des petits et moyens commerces dans la rénovation également ou dans l'agrandissement de leur surface de vente.

### 3.8 IMPACT INDIRECT

Le commerce de détail impacte également de nombreux autres secteurs de manière plus ou moins directe. À ce titre, on peut mentionner les sous-traitants, et notamment les fournisseurs agricoles locaux et l'industrie agro-alimentaire, les entreprises de sécurité, de nettoyage et de construction, mais également la restauration, les homes ou les hôpitaux. En outre, les centrales de distribution en amont sont également importantes en termes d'emplois directs et indirects affiliés au commerce de détail.





## 4.0 AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE

### 4.1

#### PERSPECTIVES ÉCONOMIQUES DE DÉVELOPPEMENT

Une étude d'Ecoscan en 2004 concluait que le Canton de Neuchâtel était, en comparaison suisse, particulièrement bien loti dans l'abondance de l'offre du commerce de détail. Il faut toutefois considérer ce constat de manière prudente dans la mesure où les chiffres se basent principalement sur le recensement fédéral des entreprises de 1995 et qu'il est indéniable que la situation, tant dans le canton que dans le reste du pays, a beaucoup changé, notamment avec l'arrivée des hard discounters dans le milieu des années 2000.

En 2011, l'étude d'Ecoscan a servi de base à l'établissement du Plan directeur cantonal du Canton de Neuchâtel, qui fixe les objectifs de développement et d'aménagement territoriaux du canton pour la décennie à venir et en particulier pour la fiche E\_13 « optimiser la localisation des centres d'achat et autres grands générateurs de trafic ». Celle-ci prévoit des limites pour le développement des surfaces d'achat hors des trois villes (Neuchâtel, La Chaux-de-Fonds et Le Locle) et des « quartiers de gare bien desservis »: les surfaces de vente hors de ces surfaces ne doivent pas dépasser les 1'000 m<sup>2</sup> dans les zones d'agglomération et les 600 m<sup>2</sup> dans les autres régions. En outre, des contraintes sont également fixées pour l'établissement de nouveaux grands générateurs de trafic: établir des études d'opportunité et de faisabilité, ainsi que des plans spéciaux avec notamment un listing des impacts environnementaux.

<sup>31</sup> Fiches E\_13 et A\_24, Plan directeur cantonal

Le Plan directeur prévoit également la mise en place d'une taxe sur les parkings<sup>31</sup>. Cette disposition n'a pas encore été transposée dans une loi et n'est, par conséquent, pas en vigueur.

### 4.2

#### DÉPLACEMENTS

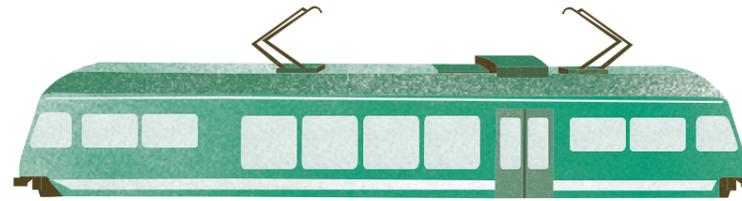
Le Micro recensement mobilité et transports mené en 2010 en Suisse est une enquête qui s'intéresse aux déplacements des Suisses principalement à l'intérieur du territoire national. L'échantillon neuchâtelois est de 1'949 participants. Comme pour toute enquête par sondage, les résultats sont cependant entachés d'une marge d'erreur.

Lorsqu'ils se déplacent en Suisse, les Neuchâtelois le font en premier lieu pour les loisirs (37%), le travail (22%) et les achats (16%). En comparaison nationale, les Suisses ont le même ordre de grandeur dans leurs motifs de déplacement: 40% pour les loisirs, 24% pour le travail et 13% pour les achats. Les Neuchâtelois ont donc tendance à se déplacer plus régulièrement pour leurs achats, à l'intérieur de la Suisse, que les autres Suisses (ces statistiques ne prennent pas en compte les déplacements transfrontaliers).

La distance moyenne quotidienne parcourue diffère peu: si le Suisse se déplace sur 36.7 km, le Neuchâtelois en est à 37.6, soit une légère hausse de 2%. Pour le motif d'achat, le Neuchâtelois se déplace chaque jour en moyenne sur 4 km pendant 10 minutes. La durée du déplacement au niveau national est légèrement plus longue (13 minutes) et la distance parcourue également (4.7 km).

Le moyen de transport privilégié pour effectuer des achats est très majoritairement le transport individuel motorisé (TIM), c'est-à-dire surtout la voiture, qui est utilisée dans 82% des cas (72% au niveau national). Le TIM est aussi le moyen de transport privilégié pour les autres déplacements tels que le travail ou le loisir, où il est utilisé dans les trois quarts des cas.

Lorsque l'on analyse la destination du déplacement pour les achats, on constate que, si dans 96% des cas les déplacements sont cantonnés intra muros, dans 3.5% des cas ils se font dans d'autres cantons et dans 0.6% des cas en France. Ces déplacements concernent

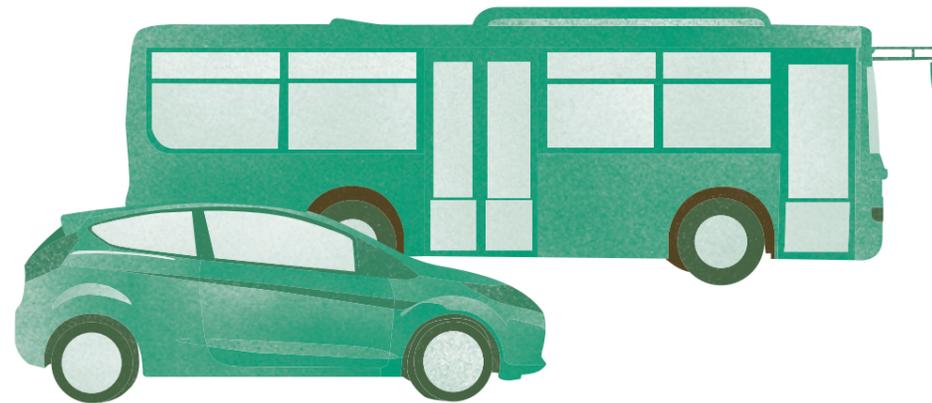


tout achat, indépendamment de son montant: ainsi, l'achat ponctuel d'une salade, de piles ou de cigarettes sera comptabilisé comme un déplacement au même titre que des courses ménagères pour la semaine ou qu'un après-midi shopping, ce qui explique la forte prédominance des déplacements intracantonaux au motif des achats.

Lors des achats transcantonaux, la répartition entre la semaine et le week-end est relativement équilibrée (1.8% la semaine et 1.7% le week-end). Lors de déplacements en France, la situation est différente: les achats se font majoritairement le week-end (0.43%) et nettement moins la semaine (0.17%).

À l'inverse, la proportion de citoyens suisses qui font des achats en terres neuchâteloises est infime (0.1%) et non significative.

Les Neuchâtelois se rendent par conséquent nettement plus fréquemment hors de leurs frontières pour y faire des achats que les autres Suisses ne viennent chez les Neuchâtelois.





## 5.0 LE CONSOmmATEUR

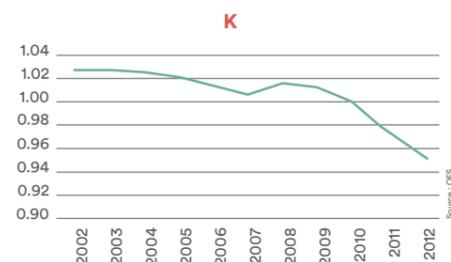
### 5.1 PRIX

Avec la force du franc, le commerce de détail s'est retrouvé sous pression. En septembre 2011, la Banque nationale suisse (BNS) a instauré un plancher pour maintenir un taux de change d'un euro pour un franc vingt.

Le franc fort impacte le commerce de détail sous deux angles: d'un côté, et à court terme, le pouvoir d'achat des Suisses devient plus important outre-frontières. Les marges des commerçants suisses se retrouvent sous pression face à une différence de prix qui s'accroît. D'un autre côté, à moyen terme, les prix des commerçants suisses sont à même de baisser, du moins en partie, en raison de répercussions de taux de change plus avantageux à l'importation. La baisse est toutefois relative et variable compte tenu de la part de produits d'origine suisse offerts dans l'assortiment du commerçant.

L'analyse de l'évolution de l'indice des prix corrobore cet état de fait: ainsi que l'illustre la figure K, les prix ont très légèrement varié entre 2002 et 2010 (en baisse néanmoins), alors que la baisse qui s'est produite depuis 2010 est nettement plus marquée. On constate également que la baisse s'est poursuivie en 2012, alors que le taux de change n'a pratiquement plus évolué à la suite du taux plancher instauré par la BNS. Cela confirme le décalage temporel évoqué ci-dessus: une fois écoulés, les stocks reconstitués sont acquis à un meilleur prix d'achat, qui est ensuite répercuté sur le prix de vente par le commerçant.

**K**  
Evolution de l'indice des prix en Suisse (sans carburant) entre 2002 et 2012 (base 2010=100)



### 5.2 TOURISME D'ACHAT TRANSFRONTALIER ET TRANSCANTONAL

L'impact du tourisme d'achat pour une zone frontalière, s'il est connu et ressenti par les commerçants, est cependant difficile à chiffrer. En 2012, l'institut de sondage GfK a mené une enquête sur les achats effectués à l'étranger. Au niveau suisse, il ressort de cette étude qu'en un mois, un quart des répondants se sont déplacés hors des frontières suisses pour effectuer des achats.

Selon cet institut, les montants annuels ainsi dépensés se monteraient à 4.5 milliards de francs, répartis à hauteur de 44% pour les denrées alimentaires, boissons, soins hygiène et produits ménagers; 19% pour les vêtements et chaussures ainsi que les articles de sport; 12% pour l'aménagement du logement; 8% pour les appareils électroniques; 2% pour les montres et bijoux et 15% pour les autres.

Les principaux motifs d'achat à l'étranger évoqués par les consommateurs sont, en ordre de priorité décroissante, le prix, la spécialité des produits, le choix et les heures d'ouverture des magasins.

L'échantillon de l'étude de GfK pour le Canton de Neuchâtel est trop faible pour être significatif. Les résultats sont par contre compilés au niveau romand (Cantons de Genève, Vaud, Neuchâtel et Jura). En comparaison avec les résultats nationaux, on constate certaines différences: le nombre de consommateurs qui se déplacent à l'étranger pour des achats en un mois est plus élevé (31% contre 25%

au niveau suisse), les montants dépensés le sont pour 56% (contre 44% au niveau suisse) pour les denrées alimentaires, boissons, soins hygiène et produits ménagers et enfin, les heures d'ouverture des magasins comme motif de déplacement est légèrement plus important (27% contre 24% au niveau suisse).

Les professionnels de la branche confirment la situation difficile liée au tourisme d'achat. Ils estiment que les deux principaux critères qui incitent les consommateurs à faire leurs achats à l'étranger sont le prix et les heures d'ouverture plus souples. Certains avancent également la diversité de l'assortiment ou la proximité.



## 6.0 CONDITIONS CADRES

### 6.1 HEURES D'OUVERTURE

En Suisse, fédéralisme oblige, le consommateur n'est pas logé à la même enseigne selon le canton dans lequel il envisage d'aller faire ses courses. En effet, les réglementations sur les heures d'ouverture des commerces sont du ressort cantonal, voire communal lorsque le canton choisit d'en déléguer la compétence à l'échelon inférieur (comme c'est le cas dans le Canton de Vaud par exemple). Il ressort de cet état de fait un « patchwork » (cf. figure L) à l'échelle nationale: certains cantons sont restrictifs, d'autres n'ont simplement pas prévu de législation et laissent la liberté au commerçant d'ouvrir selon sa volonté. Le canton n'a de marge de manœuvre que pour le travail de jour et de semaine. C'est la Confédération qui réglemente le travail de nuit (soumis à autorisation dès 23h) et le travail dominical. Depuis 2008, les cantons ont la possibilité de fixer dans leurs législations respectives quatre dimanches par an durant lesquels les commerçants peuvent employer du personnel sans autorisation. À l'heure actuelle, le Canton de Neuchâtel n'a pas transposé cette possibilité dans une loi.

Dans le Canton de Neuchâtel, les heures d'ouverture sont actuellement réglés dans la loi sur la police du commerce (LPCo) du 30 septembre 1991. Celle-ci précise, à son article 9, que les magasins peuvent être ouverts dès 6h<sup>00</sup> et doivent être fermés à 18h<sup>30</sup> la semaine, à 17h<sup>00</sup> le samedi et à 18h<sup>00</sup> la veille des jours fériés. L'article 10 permet des dérogations pour les nocturnes de fin d'années, pour le jeudi soir (jusqu'à 20h<sup>00</sup>) ainsi que pour deux autres soirs dans l'année. En outre, l'article 12

oblige également les commerçants à fermer une demi-journée lors des semaines qui comprennent six jours ouvrables (à l'exception de la période entre le 15 décembre et le 5 janvier). Dans la plupart des communes, c'est le lundi matin qui est fermé.

Dans les cantons limitrophes, les commerces peuvent être ouverts jusqu'à 18h<sup>30</sup> la semaine dans le Canton du Jura, avec une nocturne hebdomadaire à 21h<sup>00</sup>, jusqu'à 20h<sup>00</sup> dans le Canton de Berne, jusqu'à 19h<sup>00</sup> à Lausanne et à Fribourg, avec une nocturne hebdomadaire à 21h<sup>00</sup> dans le Canton de Fribourg.

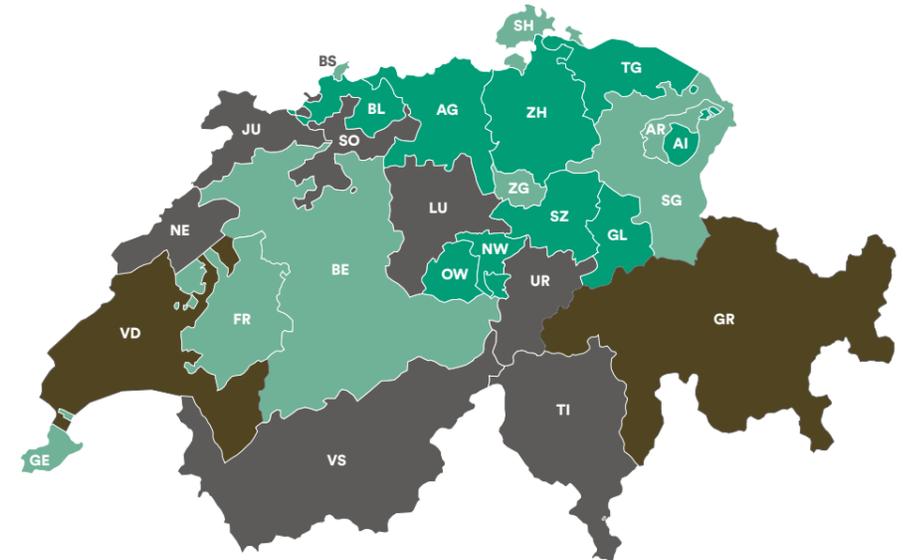
À l'échelle européenne, ainsi que le montre la figure M, plusieurs pays ne connaissent pas de restrictions d'ouverture la semaine, à l'instar de la France, de l'Espagne et de la Grèce, voire le dimanche non plus, comme l'Irlande, la Grande-Bretagne, la Hongrie ou la Pologne. Peu de pays sont autant restrictifs que la Suisse, tant pour les heures d'ouverture la semaine que le dimanche. L'Allemagne est le seul pays à connaître une disparité similaire à la Suisse de par son statut de République fédérale.

Depuis 2006, les commerces situés dans les gares à forte fréquentation peuvent également ouvrir et employer du personnel le dimanche. Ces commerces sont au bénéfice d'un traitement spécial étant considérés comme des centres de transports publics qui doivent répondre aux besoins des voyageurs.

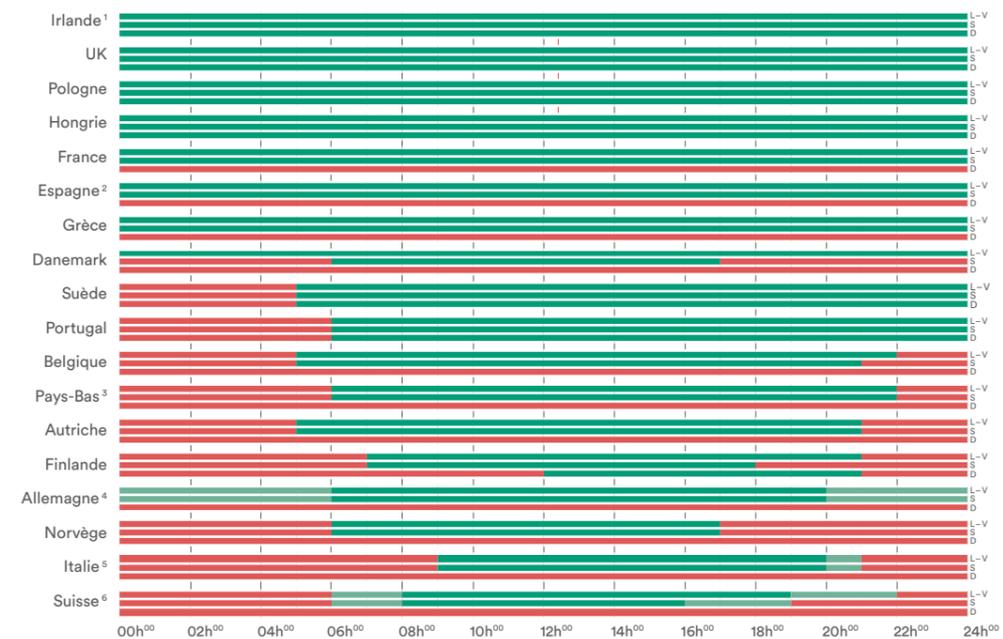


L Diversité des réglementations des heures d'ouverture dans les cantons suisses

L  
 Canton ayant une « réglementation conservatrice » lu-ve: 19h00-20h00 / sa: 16h00-18h00  
 Canton ayant une « réglementation libérale » lu-sa: 23h00  
 Canton ayant une « réglementation très conservatrice » lu-ve: 18h30 / sa: 16h00-17h00  
 Dans les cantons de Vaud et des Grisons, les réglementations relatives aux heures d'ouverture des magasins sont de la compétence des communes.



M  
 Fermé  
 Ouvert  
 L-V Lundi - Vendredi  
 S Samedi  
 D Dimanche



1 Irlande: réglementation différenciée selon la taille du commerce  
 2 Espagne: ouverture autorisée 8 dimanches par année  
 3 Pays-Bas: ouverture autorisée 12 dimanches par année  
 4 Allemagne: réglementation différenciée selon les Länder. Sur les 16 Länder allemands, 11 ne connaissent plus de limitations des heures d'ouverture des magasins.  
 5 Italie: réglementation différenciée selon l'heure d'été ou d'hiver.  
 6 Suisse: dispositions différentes selon les cantons.

## 6.2 LA QUESTION DES SHOPS

Avec l'évolution de la mobilité et de la société, le transport motorisé a pris une ampleur de plus en plus importante. C'est ainsi que les routes, autoroutes et leurs abords ont vu fleurir depuis quelques années un nombre croissant de stations-services permettant la distribution d'essence à la pompe et des biens de première nécessité destinés au voyageur et dont l'assortiment s'est étoffé au fil des ans.

Les distributeurs d'essence ne sont pas soumis aux heures d'ouverture et de fermeture de la LPCom, ainsi que le précise son article 20. À l'heure actuelle, les shops du Canton de Neuchâtel sont donc ouverts pour la plupart jusqu'à 22h<sup>00</sup>, estimant que leur commerce n'est pas soumis à la loi cantonale et que seule demeure réservée la législation fédérale sur le travail. Dans la révision législative en cours, la question des shops est réglée de manière à supprimer l'ambiguïté qui entoure leur situation (cf. infra).

## 6.3 JOURS FÉRIÉS

À l'instar des heures d'ouverture, le fédéralisme suisse vaut aussi pour les jours fériés : ainsi, exception faite du 1<sup>er</sup> août qui est le seul jour férié fédéral obligatoire, les cantons sont libres de fixer dans leur législation un maximum de huit jours fériés.

Dans le Canton de Neuchâtel, la loi sur le dimanche et les jours fériés stipule que sont fériés les 1<sup>er</sup> janvier, 1<sup>er</sup> mars, 1<sup>er</sup> mai, Vendredi Saint, l'Ascension et le jour de Noël, ainsi que le 2 janvier et le 26 décembre lorsque le 1<sup>er</sup> janvier, respectivement le jour de Noël, tombent un dimanche. La loi sur la police du commerce stipule à son article 14 que les magasins doivent être fermés, outre les dimanches et jours fériés, les 26 décembre et 2 janvier, ainsi que les lundis de Pâques, de Pentecôte et du Jeune fédéral.

**N**  
La figure N présente les jours fériés et fermés des commerces en Suisse romande<sup>32</sup>.

Le Canton de Neuchâtel, est, derrière celui du Jura, celui qui impose le plus de jours de fermeture.

32 Dans le Canton de Fribourg, la législation prévoit des différences selon la confession de la région. Les jours fériés énumérés ci-dessus sont ceux qui prévalent dans les communes à population majoritairement catholique romaine. Dans la partie évangélique réformée, au lieu de la Fête-Dieu, de l'Assomption, de la Toussaint et de l'Immaculée Conception, sont fériés le lendemain du Nouvel-An et de Noël, et les lundis de Pâques et de Pentecôte.

**N**

Fermé —  
Ouvert —

JOUR FÉRIÉ ET / OU FERMÉ	DATE 2013	GE	VD	VS	FR	JU	BE	NE
Nouvel-An	01.01.2013	■	■	■	■	■	■	■
Lendemain de Nouvel-An	02.01.2013	■	■	■	■	■	■	■
Instauration de la République	01.03.2013	■	■	■	■	■	■	■
Saint-Joseph	19.03.2013	■	■	■	■	■	■	■
Vendredi Saint	29.03.2013	■	■	■	■	■	■	■
Lundi de Pâques	01.04.2013	■	■	■	■	■	■	■
Fête du Travail	01.05.2013	■	■	■	■	■	■	■
Ascension	09.05.2013	■	■	■	■	■	■	■
Lundi de Pentecôte	20.05.2013	■	■	■	■	■	■	■
Fête-Dieu	30.05.2013	■	■	■	■	■	■	■
Plébiscite jurassien	23.06.2013	■	■	■	■	■	■	■
Fête nationale	01.08.2013	■	■	■	■	■	■	■
Assomption	15.08.2013	■	■	■	■	■	■	■
Jeûne Genevois	05.09.2013	■	■	■	■	■	■	■
Jeûne fédéral	16.09.2013	■	■	■	■	■	■	■
Toussaint	01.11.2013	■	■	■	■	■	■	■
Immaculée conception	08.12.2013	■	■	■	■	■	■	■
Noël	25.12.2013	■	■	■	■	■	■	■
Lendemain de Noël	26.12.2013	■	■	■	■	■	■	■
Restauration de la République	31.12.2013	■	■	■	■	■	■	■
<b>TOTAL DE JOURS FERMÉS</b>		<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>12</b>

Source : législations cantonales

## 6.4 RÉVISIONS EN COURS

En 2009, le peuple neuchâtelois a rejeté la loi sur la police du commerce et des établissements publics (LPCEP) qui prévoyait notamment un élargissement des heures d'ouverture à 19h<sup>00</sup> la semaine. La LPCEP régissait également de nombreux autres éléments tels que l'interdiction de vente d'alcool dans les stations-services (motif du référendum), un élargissement des heures d'ouverture des discothèques ou la suppression du régime des patentes des établissements publics.

Prenant acte du refus populaire, le Conseil d'Etat a remis l'ouvrage sur le métier en séparant les modifications législatives en trois lois différentes. La première est la loi sur les heures d'ouverture des commerces (LHOCom), acceptée par le Grand Conseil en février 2012 et qui, à la suite d'un référendum, sera soumise au peuple le 24 novembre 2013. Cette loi prévoit un élargissement des heures d'ouverture à 19h<sup>00</sup> la semaine, à 18h<sup>00</sup> le samedi, supprime l'obligation de la demi-journée de fermeture obligatoire et permet l'ouverture des commerces un dimanche par année, ainsi que le 26 décembre et le 2 janvier à condition que les 25 décembre et 1<sup>er</sup> janvier ne tombent pas un dimanche (repreant ainsi la formulation

de la loi sur le dimanche et les jours fériés). L'entrée en vigueur de la LHOCom est également conditionnée à l'extension de la convention collective de travail du secteur de la vente signée par les partenaires sociaux en juin 2012.

En parallèle, le Conseil d'Etat a également lancé une révision de la loi sur les établissements publics (LEP) et de la loi sur la police du commerce (LPCom). En novembre 2013, ces lois sont en cours de traitement par la commission parlementaire en charge. Dans les versions soumises à consultation, le Conseil d'Etat souhaite en particulier simplifier des législations qu'il estime être aujourd'hui inutilement compliquées.

Au niveau fédéral, deux motions (Lombardi et Abate) qui concernent le commerce de détail ont été acceptées par l'Assemblée fédérale en 2012. La motion Lombardi prévoit une harmonisation des heures d'ouverture en Suisse de 6h<sup>00</sup> à 20h<sup>00</sup> (avec possibilité pour les cantons de proposer plus) pour lutter contre le franc fort et la motion Abate prévoit d'élargir les notions de zones touristiques afin de s'adapter aux nouvelles habitudes des touristes, ce qui permettrait à davantage de commerces d'employer du personnel le dimanche.

## 7.0 CONCLUSION

Cette étude avait pour but d'établir un panorama du commerce de détail dans le Canton de Neuchâtel. Au centre d'une actualité politique importante, avec des votations tant au niveau cantonal que fédéral, ainsi que des motions en cours de traitement, le commerce de détail est un secteur d'activité souvent méconnu de la population et des Autorités politiques.

Part intégrante et non-négligeable de l'économie, le commerce de détail est depuis quelques années sur une tendance de déclin: l'emploi ainsi que le nombre d'établissements diminuent, la croissance est faible et les prix sont sous pression en raison de la force de la monnaie nationale. Il est pourtant stratégique pour le canton de par son importance: un chiffre d'affaires d'environ 2 milliards de francs, près de 7% de l'emploi cantonal et une part dans le PIB de 10%<sup>33</sup>.

Les prévisions du PIB cantonal par l'institut Créa font état d'une croissance de 2.21% en 2013 et de 2.06% en 2014. En période conjoncturelle difficile, le commerce de détail pourrait bien être l'une des branches qui soutienne, lors des deux prochaines années, la croissance dans le canton selon les prévisions de l'institut Créa.

Afin de maintenir sa position ou de se développer, le commerce de détail se retrouve confronté à plusieurs défis qu'il s'agit d'affronter:

— le consommateur neuchâtelois se déplace davantage que les consommateurs d'autres cantons. Il va plus régulièrement que les autres dans d'autres cantons pour faire ses achats;

— le moyen de transport privilégié des consommateurs reste le véhicule individuel motorisé. Il est utilisé dans 82% des cas, ce qui est supérieur à la moyenne nationale (72%);

— les heures d'ouverture ainsi que les jours de fermeture des commerces neuchâtelois sont particulièrement restrictifs en comparaison avec les autres cantons et les pays européens;

— la force du franc ne semble pas en mesure de se résorber. C'est une condition-cadre clé du commerce de détail, mais sur laquelle les commerçants n'ont aucune marge de manœuvre.

33 Qui comprend le commerce de gros et le commerce automobile

## SOURCES

CREA Institut de macroéconomie appliquée de l'Université de Lausanne, Prévisions pour l'économie suisse en 2013 – 2015: des fondamentaux domestiques solides soutiennent l'économie suisse, 2013

Département de l'économie – Service de statistique, Annuaire Statistique du canton de Neuchâtel, 2012

Département de la gestion du territoire – Plan directeur cantonal

Grass Michael, La performance du commerce de détail suisse en comparaison internationale, BAK Basel Economics, 2007

Office fédéral de la Statistique (OFS), Recensement fédéral des entreprises 2008, 2010

Office fédéral de la Statistique (OFS), Enquête sur le budget des ménages 2010, 2012

Office fédéral de la Statistique (OFS) et Office fédéral du développement territorial (ARE), Microrecensement mobilité et transports 2010, 2012

Office fédéral de la Statistique (OFS), comptes nationaux, état au 3 juin 2013

Office fédéral de la statistique (OFS), Enquête suisse sur la structure des salaires 2010, 2012

Office fédéral de la statistique (OFS), Statistique du chômage au sens du BIT

Coudret Paul, Perspectives de l'économie fribourgeoise: le commerce de détail dans le canton de Fribourg, 2012

Hochreutener Thomas, Achats à l'étranger 2012, GfK Switzerland, 2013

## IMPRESSUM

Chambre Neuchâteloise  
du commerce et de l'industrie  
Rue de la Serre 4  
2001 Neuchâtel

Rédaction:  
Patricia Da Costa, Matthieu Aubert, économistes

Avec la participation du:  
Service de statistique du Canton de Neuchâtel  
Gérard Geiser  
Rue du Château 19  
2001 Neuchâtel

Avec la précieuse collaboration de:  
Institut Créa, Université de Lausanne  
Claudio Sfreddo

Conception graphique et illustrations:  
supero.ch

