Zeitschrift: Habitation : revue trimestrielle de la section romande de l'Association Suisse pour l'Habitat

Herausgeber: Société de communication de l'habitat social

Band: 70 (1998)

Heft: 6

Artikel: Le commerce de proximité

Autor: Wenger, Fred

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-129647

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 15.07.2025

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

LE COMMERCE DE PROXIMITE

A l'approche de la fin de l'année la frénésie d'achats des cadeaux de Noël va avoir pour effet de déverser son flot habituel de clients dans les magasins des centres-villes et centres commerciaux.

Le moment idéal pour une réflexion sur nos pratiques d'achat et reconnaître l'attachement que nous conservons à l'existence des commerces de proximité, au demeurant peu concernés par la ruée de Noël. Pourquoi cet attachement à l'existence de ces commerces même si souvent on ne les fréquente pas ?

Probablement parce qu'elle entrevoit dans l'acte d'achat davantage qu'un acte commercial, la possibilité de vivre la vie urbaine, faite de la foule, du brouhaha, des rencontres et des échanges créés par l'activité commerciale.

Après tout, les villes ne sont-elles pas créées de l'échange du surplus de la production agricole ? En prêtant une oreille favorable à la question des heures d'ouverture, les urbains ne revendiquent-ils pas la possibilité de vivre leur ville davantage ? Les moyens de communications actuels limitent de plus en plus les occasions de sortir de chez soi. Les horaires de travail et les horaires d'ouverture étant ce qu'ils sont, les espaces urbains souvent aménagés précisément dans les secteurs commerciaux sont-ils destinés à n'être utilisés que les samedis ?

« Après tout, les villes ne sont-elles pas crées de l'échange du surplus de la production agricole? »

Le débat ouvert dans la plupart des villes suisses sur les heures d'ouverture des magasins donne un premier éclairage sur la question. Certes, il y a dans le débat la dimension économique et l'aspect social de la question. Mais on ne peut pas nier que c'est un thème qui rencontre un écho favorable parmi la population.

Parallèlement à ce débat, les Italiens expérimentent d'autres voies pour l'activité commerciale. En partant du constat d'insécurité qui règne dans les centres après la fermeture des magasins, certaines villes vont jusqu'à subventionner des commerçants pour maintenir ouverts des magasins situés aux emplacements stratégiques.

L'idée est simple; une rue où un commerce est ouvert le soir est plus sûre. Le commerçant, par sa seule présence, exerce un rôle dissuasif et remplace les rondes de policiers. Dans le même temps, un commerce ouvert donne vie à un quartier. N'est-ce pas à cause de cette présence que nous sommes attachés aux petits magasins de quartier ou de village?

Les deux situations montrent que le commerce et a fortiori le commerce de proximité, recouvre une réalité qui va au-delà de l'acte d'approvisionnement, lieux d'échange, lieux de reconnaissance, lieux de communication, une valorisation de ces rôles aux différentes échelles des agglomérations permettrait sans doute d'imaginer une collaboration public/privé, condition nécessaire en particulier au maintien du commerce de proximité.

Certaines tentations vont déjà dans ce sens. Ainsi, l'élargissement des prestations des bureaux de poste ou des guichets CFF,... Nul doute que l'on peut aller encore beaucoup plus loin comme nous le montrent les Italiens. Et d'imaginer pouvoir lier commerce et assistance sociale, services médicaux, services administratifs, accès à l'information et aux médias, etc. Autant de possibilités à exploiter et à explorer pour soutenir les commerces de proximité souvent mis en danger s'ils doivent justifier une existence sur leur seule rentabilité commerciale. C'est une question qui touche bien notre cadre de vie.

Fred Wenger
Urbaplan