

Publicité

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **29 (1992)**

Heft 1104

PDF erstellt am: **29.06.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

(jd) Se loger en Suisse coûte cher, qu'on soit propriétaire de ses quatre murs ou locataire. D'une enquête réalisée dans la région bâloise sur la base d'annonces immobilières, il ressort qu'en Suisse une villa mitoyenne revient en moyenne à 800 000 francs alors qu'elle ne coûte que 410 000 francs en Allemagne et 300 000 en France. En cause bien sûr le prix du sol et le niveau des salaires dans le secteur de la construction.

Mais il est un autre facteur qu'on oublie trop souvent: le perfectionnisme et le luxe helvétique. Selon une étude effectuée par MacKinsey et citée par le «Tages Anzeiger» du 7 novembre dernier, chaque mètre cube d'une maison familiale nécessite 20,5 heures de travail en Suisse, contre 12,5 seulement en Allemagne. Précisons qu'outre-Rhin on se contente en général d'une surface de logement inférieure de 10%.

LOGEMENT

Construire moins cher

Si l'on ajoute que des économies pourraient être faites également grâce à une simplification des procédures d'autorisation et à une harmonisation des prescriptions ainsi que par une meilleure planification de la construction, on arrive à une économie de 30 à 50% sur le coût de la construction.

Il ne s'agit pas là d'une estimation théorique puisque certaines réalisations ont pu tenir ce pari sur les coûts. Une entreprise de Zoug offre des villas mitoyennes de 600m³ et 150m² pour 450 000 à 535 000 francs selon la situation. De tels prix sont possibles grâce à un équipement intérieur simple, la multiplication du même modèle de maison — qui réduit de moitié les honoraires d'architecte et d'ingénieur — et une organisation optimale du travail. Il y a plus de dix ans déjà, l'entreprise Metron à Windisch a commencé de mettre sur le marché des logements rompant délibérément avec les standards dominants — façades en bois par exemple — pour des prix inférieurs de 25 à 30% à ceux du marché.

Reste à savoir qui des promoteurs ou des demandeurs de logements pousse à un niveau de luxe et de confort qui rend financièrement inaccessible à certains une partie du parc immobilier suisse. ■

PUBLICITÉ

13,2 kilos par ménage

(réd) La Centrale suisse d'adresses et de publicité a fait réaliser une étude sur le contenu des boîtes aux lettres. Celui-ci a été analysé pendant une année, d'octobre 1990 à septembre 1991, pour un choix de 720 ménages alémaniques et romands représentatifs. Les ménages ne désirant pas de publicité non adressée dans leur boîte aux lettres ou ceux figurant sur la liste Robinson des PTT ont été exclus de l'échantillon.

Premier résultat: en une année, les 720 ménages ont reçu 130 000 documents pesant en tout 9,5 tonnes. Chaque ménage a donc reçu en moyenne 13,2 kilos de documents durant l'année de référence.

Le graphique montre le poids (en kilos) pour chaque genre de document.

En faisant une estimation ce qui est publicité et ce qui est non publicitaire on obtient 8,9 kilos de publicité et

6 kilos d'autres envois, la part de la publicité représente donc 60% du courrier. Pour parvenir à ce résultat, nous avons donné un coefficient à chaque genre de document:

	% de publicité
Journaux	70
Magazines	50
Journaux d'association, encarts	20
Publications officielles	0
Courrier privé	0
Journaux sans abonnement	90
Parutions ponctuelles	100
Publicité adressée	100
Publicité non adressée	100
Divers	100

Graphique: DP; source: AWZ News, n° 10/92; coefficient de publicité par genre de document: estimation DP.

