

Zeitschrift: Collage : Zeitschrift für Raumentwicklung = périodique du développement territorial = periodico di sviluppo territoriale

Herausgeber: Fédération suisse des urbanistes = Fachverband Schweizer Raumplaner

Band: - (2019)

Heft: 2

Inhaltsverzeichnis

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: 25.01.2026

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

Sommaire / Inhalt / Sommario

Editorial

CARTE BLANCHE

- 4 Frauennetzwerke in Architektur und Planung (Zita Küng)

THÈME

- 5 Développement du commerce et planification urbaine:
Nouveaux enjeux et perspectives / Entwicklung des Handels
und Stadtplanung: Neue Herausforderungen und
Perspektiven / Sviluppo del commercio e pianificazione urbana:
nuove sfide e prospettive (Pascal Madry)
- 9 Au-delà du commerce de détail / Über den Detailhandel hinaus /
Oltre il commercio al dettaglio (Anna Schindler)
- 13 Le commerce: un révélateur des inégalités de genre /
Der Handel: ein Indikator für Geschlechterungleichheiten /
Il commercio: rivelatore d'ineguaglianze di genere
(Nicolas Lebrun, Corinne Luxembourg)
- 16 Centri commerciali extraurbani: Un sistema metropolitano
multipolare nella Regione Urbana Milanese / Ausserstädtische
Handelszentren in der Metropolregion Mailand / Centres
commerciaux de banlieue dans la Région Urbaine de Milan
(Mario Paris)
- 19 Erlebnisort Stadt – Neue Bedürfnisse in der Stadt der Zukunft? /
La ville comme lieu d'expériences – Quels besoins futurs? /
La città come luogo delle nuove esperienze – Nuovi bisogni
nella città del futuro? (Mathias F. Böhm)
- 22 Lebendige Erdgeschosse entwickeln – Eine vielschichtige
Aufgabe / Créer des rez-de-chaussée vivants – Une tâche
complexe / Sviluppare piani terreni attrattivi – Un compito
complesso (Witali Späth)
- 25 Die letzte Meile – ein Labor der Handelslogistik
(Thomas Schmid)

FORUM

- 27 Der Stellenwert des Stadtlandpreises: Wie das preisgekrönte
Planwerk von Dietikon die Stadt neu strukturiert
(Han van de Wetering)

INFO

- 30 Nachrichten FSU / Informations de la FSU /
Informazioni della FSU

VORSCHAU COLLAGE 3/19

«Gendersensible Planung» – In der nächsten COLLAGE setzen wir die Gender-Brille auf. In den 1990er-Jahren nahm die frauengerechte Planung ihren Anfang, Stichworte waren Sicherheit im öffentlichen Raum oder Angsträume. Seither fanden feministische Konzepte, wie z.B. die Stadt der kurzen Wege, Eingang in den Mainstream. Auch die stark männerdominierte Planungswelt hat sich gewandelt. Was bedeutet gendersensible Planung heute? Wird im Jahr 2019 selbstverständlich für die Bedürfnisse «aller» geplant? Wie haben sich Geschlechterverhältnisse in Ausbildung und Beruf verändert?

Commerce, avec ou contre la ville?

Ce numéro interroge comment l'urbanisme pourrait s'anticiper de façon prospective aux mutations du commerce en cours en se dotant de stratégies visant à rendre compatibles les objectifs d'un développement urbain de qualité avec les nouvelles logiques du marché.

Les changements sociétaux vont vers des modes de consommation multiples et changeants. Les consommateurs hypercontemporains diversifient leur pratiques: le même individu qui achète en ligne pour économiser du temps lors des *achats-constraints*, apprécie l'authenticité et le contact humain des boutiques du quartier pour des *achats-plaisirs*. Le commerce ne se fait plus uniquement au travers d'une interface commerciale physique, l'offre tend vers la diversification. Et cette diversification ne semble pas se faire toujours sur une logique de concurrence, mais sur une logique d'augmentation de cette consommation. Les centralités physiques coexistent avec les livreurs du dernier kilomètre et avec leurs plateformes logistiques en arrière-plan.

Toutefois, les réponses urbanistiques à l'élargissement de l'offre de modes de consommation restent lentes et restreintes: bien que le binôme fordiste entre zones d'habiter et grandes surfaces ne soit plus privilégié, les nouveaux quartiers peinent à intégrer de façon globale une programmation marchande qui réponde à cet élargissement des modes de consommer.

Le choix des thèmes ne s'est pas fait dans l'idée de témoigner des réponses urbanistiques «exemplaires» mais plutôt sur la pertinence des questions formulées, capables de s'affranchir de leurs ancrages territoriaux et d'incarner des thématiques plus générales qui trouvent certainement un écho en Suisse romande. Deux interrogations majeures se profilent, l'une temporelle et l'autre qualitative.

— Est-il possible de rattraper les temps rapides des mutations des logiques marchandes à travers l'action urbanistique? Autrement dit, comment concilier les modes de consommation avec les modes de fabriquer la ville?

— Quelles stratégies de qualification urbaine et d'organisation de ces activités commerciales sont envisageables sans tomber dans une marchandisation de l'espace public?

Plus généralement, ces questionnements autour du rôle des centralités marchandes dans la qualité urbaine laissent apparaître une réflexion de fond: le commerce peut être mis à contribution de l'urbanité? Comment faire le commerce avec la ville et pas contre la ville?