

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1975)
Heft: 317

Artikel: Les bonnes affaires des centres commerciaux
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1028618>

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: 13.01.2026

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

Les bonnes affaires des centres commerciaux

« Société de consommation », l'expression est à ce point usée que l'on ne sait plus très bien ce qu'elle recouvre. Tout au plus, prend-elle automatiquement, dans certains propos contestataires, une signification uniquement péjorative qui fait appel à des sous-entendus divers, allant du conditionnement de l'acheteur à la course au profit des producteurs et autres vendeurs. Le développement anarchique de la consommation à la base de nos maux ? Au moment où les interprétations foisonnent sur l'origine de la stagnation économique actuelle, et où se multiplient en écho des propositions de remèdes où abondent des expressions telles que « relancer la consommation », il importe de ne pas en rester à ce jugement sommaire.

En une première étape, et pour ajouter une pièce importante au dossier, apprécions combien les professionnels de la « consommation » ont les coudées franches dans notre système !

Un exemple ? L'implantation, la construction et l'exploitation des centres d'achats géants. On sait que la création de ces derniers est source de multiples controverses. Une enquête, entre autres, de Urs P. Gasche dans la « National Zeitung » (23.4.75) permet de voir plus clair sur les phases successives des opérations de ce genre.

Formidable enjeu

Il s'agit tout d'abord de fixer l'importance financière de l'enjeu; elle est considérable. Ce ne sont pas moins de 600 millions que la société financière zurichoise, Intershop Holding, par exemple, a investi dans des « shopping-centers » et d'autres complexes du même type (en Suisse et à l'étranger).

Voyons de plus près les tenants et aboutissants de ce géant des grandes surfaces dont l'activité n'est du reste pas exclusivement centrée sur la Suisse. Au conseil d'administration, des délégués de banques étrangères; mais quatre sièges sur sept sont

occupés par des Suisses qui ont donc la majorité, avec notamment, dans le fauteuil présidentiel, le président du conseil d'administration de la Winterthour Assurances, Hans Braunschweiler (également membre du conseil d'administration de l'Union de Banque Suisse) et le directeur général de l'UBS, Nikolaus Senn.

La société est florissante : les bénéfices ont quintuplé depuis 1965 ! Principales ressources : les loyers encaissés dans les « shopping-centers » (le plus souvent un loyer indexé et un loyer perçu au prorata du chiffre d'affaires) et les revenus tirés, selon les termes du Crédit Suisse, d'une activité de « conseillère ».

Une façade limpide

Rien de plus normal, dira-t-on, que l'expansion d'une société qui a mis la main sur l'exploitation des « temples modernes de la consommation » ! Les données du problème deviennent pourtant moins limpides lorsque l'on tente de comprendre qui décide de l'implantation de ces « shopping-centers » d'où Intershop Holding tire sa prospérité.

Les spécialistes de ce genre de questions ne sont pas si nombreux que l'on ne puisse se livrer à quelques recoupements. Et en tête de liste apparaît en effet une autre société zurichoise, Realconsult AG, dont les clients comptent parmi les plus sérieux de la branche : Maus Frères, Uniprix, Usego/Waro, la Winterthour Assurances (directement intéressée à l'affaire du centre d'achats bernois « Vilette » et à un autre centre polyvalent construit à Winterthour même dans le Neuwiesenquartier); bref, tout le monde sauf Jelmoli, pourtant proche d'Intershop, mais qui a son propre institut spécialisé (IMR), et les deux fédérations coopératives, également (sur)équipées en bureaux d'études et développeurs de réseaux de distribution.

Plus même, partout, des cantons, des communes ont fait appel à Realconsult dans le cadre de la mise sur pied de programmes d'aménagement local ou régional : Nidwald, Lucerne, la ville de Lucerne, Winterthour et Zurich, ainsi que les communes de Küsnacht, Egg (ZH), Horw (LU) ou Köniz (BE), pour ne citer que celles-ci. C'est que Realconsult, qui s'est spécialisée à la fois dans les études économiques, les analyses des besoins des communautés concernées et des programmes plus précis d'implantation (des « shopping-centers » aux bureaux et aux hôtels) couvre un terrain d'action assez considérable pour répondre efficacement à toutes sortes de demandes. En définitive, Realconsult apparaît donc comme l'un des intermédiaires les plus demandés — n'allons pas jusqu'à dire obligatoires — par les promoteurs de centres d'achats ou les organismes concernés par la création de telles entreprises. Or Realconsult est propriété à 100 % de Intershop Holding... On mesure aussitôt combien la concentration d'intérêts dans ce secteur peut être préjudiciable pour le plus grand nombre. Passe encore que des groupes d'intérêts privés acceptent de s'en remettre à des experts confondus avec des promoteurs, mais des cantons, des communes ?

Imbroglio zurichois

Prenons le cas de Zurich ! Realconsult a décroché dans la ville des bords de la Limmat un mandat d'études pour la construction d'un centre commercial important (Kalbreite). A l'origine de la commande : l'exécutif zurichois et la « Kalbreite Immobilien AG » (société dans laquelle Intershop Holding est partie prenante pour 48 % des actions...). On doit admettre que les besoins réels des acheteurs zurichois ne pèsent pas lourd devant ceux des financiers détenteurs des capitaux indispensables, surtout si ces financiers sont jugés et parties : une fois de plus les calculs de rentabilité primeront sur toutes les autres considérations, qu'elles soient d'ordre social (transports, pro-

blèmes posés par de telles concentrations pour les gens âgés privés ainsi rapidement de leurs épiceries de quartier) ou d'intérêt plus général (survie du petit commerce, coûts sociaux, etc.).

Réaction à Nidwald

De temps en temps, cette tactique du profit en circuit fermé provoque des réactions. Ainsi récemment, dans le canton de Nidwald, alors que les autorités avaient donné le feu vert à la construction d'un centre commercial à Stans, les commerçants locaux se résignèrent à lancer une initiative demandant une réglementation en la matière. La landsgemeinde, pourtant, refusait, le dernier week-end d'avril, de les suivre sur ce terrain... Ces affrontements en Suisse primitive sont du reste intéressants à plus d'un titre et nous permettront en passant de faire le point. Car si les parlementaires nidwaldiens ont ainsi mérité les félicitations de la Migros pour leur « discernement », les faits — c'est-à-dire les ventes — ne se plient pas toujours aux extrapolations optimistes des planificateurs de la grande distribution : les cas de « shopping-centers » Tivoli et

Serfontana, conçus pour bénéficier respectivement du succès de Spreitenbach I et de la clientèle frontalière, ne sont que les premiers d'une série d'échecs, qui sera plus longue qu'on l'avoue dans les états-majors commerciaux... mais moins longue qu'on l'espère dans les milieux des classes moyennes et apparentées à l'USAM, promoteurs d'une campagne lancée en vue d'une loi Royer à l'helvétique.

Des manœuvres fort avancées

Au bout du compte, cependant, et quel que soit l'avenir des grandes surfaces, on doit admettre que, dans les coulisses de la fête de la consommation, les grandes manœuvres sont déjà fort avancées, qui doivent mener avec une rigueur toute scientifique à la confusion du consommateur. Les stratégies d'Intershop et de la Realconsult ont aujourd'hui acquis sur le marché une place telle qu'il sera de plus en plus délicat de mettre à jour le jeu de leurs intérêts. Ce n'est qu'un exemple parmi d'autres, peut-être aujourd'hui seulement plus révélateur... mais la démystification ne sera jamais complète ! Et perdureront

les protestations d'indépendance de Realconsult dont le directeur, Louis Bannwart, arguait du fait que son entreprise ne vivait plus qu'à 10 % des commandes d'Intershop pour démontrer qu'il n'avait plus rien à voir en réalité avec les capitaux de l'UBS et de la Winterthour Assurances...

Le piège

Et la Confédération elle-même semble avoir été prise au piège. Comment expliquer, sinon, le mandat important que vient de confier à Realconsult (« ils travaillent toujours avec compétence et sérieux ») la très officielle Société suisse pour l'aménagement du territoire ? Cette dernière n'a pas mis tous ses œufs dans le même panier; notons en effet à sa décharge qu'elle consulte dans le même temps une autre entreprise spécialisée dans des secteurs d'activité semblables à ceux de Realconsult; mais qu'attendre d'une étude complète sur le commerce de détail dans notre pays (budget : 150 000 francs) menée par des « spécialistes » aussi impliqués dans le « business » de la consommation en gros ?

POINT DE VUE

Les sapins et la choucroute

Franchement, le « Jura libre », hebdomadaire des autonomistes jurassiens, se déglingue, se sclérose et s'aplatit. Enfin quoi ! Qu'est-ce que ce journal qui se fournit plus qu'abondamment dans les autres journaux et accumule les « revues de presse » à la pelle mécanique ! Les Jurassiens pure laine n'auraient-ils plus grand-chose à dire qu'il faille pomper à gauche et à droite pour illustrer et défendre la cause jurassienne ?

J'ai pour la cause jurassienne une sympathie bien ancrée et les mégères du Groupement fé-

minin de Force démocratique ne parviennent à me convaincre que d'une chose : tout le monde n'est pas encore parvenu à l'ère quaternaire... Cela est clair et acquis. Mais je ne supporte plus les éternelles complaintes et jérémiaades de certains séparatistes que les Béliers devraient bien un peu taquiner de la corne.

Peste ! Le « Jura libre » sent de plus en plus le renfermé et utilise une phraséologie de chapelle qui tend à faire passer tout le RJ pour un club de notables aigris.

Mesdames et Messieurs du « Jura libre », vous devenez casse-pieds et de plus en plus moroses ! Les gens de Force démocratique, si souvent bêtes, tristes et méchants, n'auraient-ils en

face d'eux que des fonctionnaires, comptables des injures qu'on leur adresse, notaires des coups bas qu'on leur fait ? Allons ! un peu moins de roideur, de puritanisme, de ce sérieux qui est votre plus vilain défaut ! Au lieu de nous rabâcher d'éternels griefs, parlez-nous un peu de ce qui fait l'âme de ce pays jurassien, mettez un peu d'épices dans votre choucroute. Ce que nous souhaitons, c'est l'air des sapins. Pas l'air des cabinets de notaires. Desserrez vos cravates et souriez un peu... Laissez donc les grognements aux Sangliers microcéphales.

Merci d'avance.

Gil Stauffer