

Coss infos



Le saviez-vous?

- L'OFS (Office Fédéral de la Statistique) a publié une étude sur le nombre de décès dus au tabac. Un nombre qui est estimé à environ 9'000 pour l'année 2007, soit 14% de l'ensemble.

- Le goudron présent dans le tabac contient plus de 40 substances dont l'effet cancérigène est aujourd'hui démontré.

- Le tabagisme est le principal facteur de risque de cancer du poumon: à lui seul, il est à l'origine d'environ 90% de toutes les maladies liées à ce cancer. Chaque année en Suisse, environ 3600 personnes développent un cancer du poumon, et près de 2800 en meurent. Actuellement, le nombre de cas constatés chez les hommes a légèrement diminué. En revanche, il a nettement augmenté chez les femmes du fait que ces dernières n'ont commencé à fumer que quelques dizaines d'années plus tard. ■



A droite, poumon sain et à gauche, poumon malade.

Pas si cher le marché!

À l'heure où les grandes surfaces misent sur la production locale, un article paru le 2 juillet 2008 dans le journal «Terre et Nature» relatait la comparaison des prix des fruits et légumes de saison pratiqués dans ces magasins et au marché. Effectuée avec le magazine «Bon à Savoir», une enquête a permis de tirer quelques constats.

«À deux reprises, au mois de juin, les enquêteurs ont relevé le prix de 17 produits sur les étals du marché de Lausanne et dans 4 grandes surfaces du centre-ville. En consommateurs avertis, ils ont porté leur choix uniquement sur des fruits et légumes de saison, de provenance suisse.

Sur 17 produits, sept sont moins chers au marché. Seules les fraises et la rhubarbe étaient plus onéreuses. Pour les autres denrées, les prix du marché se situent dans la moyenne de ceux des magasins.

La concurrence entre le marché et les enseignes est donc vive,

Si on parlait «marché»?

Par
Claude-Alain Monaard

Vendredi 20 mars... Le soleil est au rendez-vous pour le premier marché en plein air de l'année. La bise s'est aussi invitée et «ça caille!» Qu'à cela ne tienne... les commerçants sont contents d'être de nouveau dehors. Les clients aussi d'ailleurs. Ils trouvent sympa de traîner leurs cabas entre les divers stands, de «sniffer» les fromages fleuris, de humer l'odeur du poulet rôti, d'admirer des légumes resplendissants, de rêver de bord de mer devant l'étal de poissons. Mais, papoter avec les habitués, avec les voisins, rencontrer celle ou celui qu'on n'a pas vu depuis un certain temps, ça compte aussi!

Se mettre ensemble

Pendant toute une période, les marchands du marché de Cossonay ont

eu le sentiment d'être complètement oubliés et laissés dans leur coin. *Nous avons alors éprouvé la nécessité de nous mettre ensemble et de tirer à la même corde pour faire avancer les choses. La réunion de février avec la Municipalité et la Société de développement va nous permettre de repartir sur de bonnes bases!* Ainsi s'exprime Madame Neuenschwander, boulangère de son état, et fidèle au marché depuis 7 ans.

Communiquer

À ses yeux, la nécessité de relancer le marché devenait inéluctable, surtout au terme de l'hiver. Dans ce but, la communication et le fait de se montrer sont importants. Peut-être ces éléments ont-ils manqué jusqu'à aujourd'hui puisque des bruits ont circulé comme quoi le marché n'avait pas fonctionné sous la cantine. *Changer les habitudes des clients n'est pas aisé, mais il faut s'armer de patience! Après 3 ans, l'évolution a été satisfaisante.*

«C'est sympa!»

Ce matin, comme il faisait froid, un monsieur nous a apporté un thermos de café et du calvados pour nous réchauffer. D'autres personnes nous ont souhaité la bienvenue. C'est sympa, non? En effet, ces petits gestes sont importants et prouvent

qu'une estime réciproque existe entre commerçants et clients. *Ces derniers sont fidèles et je constate des changements. Il y a maintenant plus de jeunes familles qu'avant, des mamans avec des poussettes: on sent que de nouveaux habitants sont venus à Cossonay.*

Le futur

Mon interlocutrice le voit de manière optimiste, même s'il s'agit de travailler fort. Selon elle, pour pérenniser le marché, il faudrait l'agrandir. *On pourrait enlever les voitures et fourgons pour faire de la place et installer une 3^e rangée d'étalages au milieu, donc plus d'offres pouvant attirer plus de monde!* Sans oublier une animation musicale ou d'un autre genre propice à apporter une ambiance conviviale.

En conclusion

Un marché vit en fonction de divers facteurs: l'emplacement, la qualité d'accueil, les marchandises proposées, des clients satisfaits. Les commerçants, en première ligne, en sont cependant les acteurs principaux. *Nous savons que nous devons montrer nos intentions, proposer des aménagements, discuter avec les différents partenaires. Et insister dans cette démarche. Malheureusement, j'ai l'impression que les marchands ne prennent pas assez le temps d'insister!* Faute de temps peut-être...? Et pourtant, le succès passe par là! ■



20 mars: premier marché «plein air» de l'année. MAC

conduisant certaines à se donner des airs de marché! Face aux prix compétitifs pratiqués «en plein air», les grandes surfaces expliquent que le conditionnement des produits, la logistique et les contrôles de qualité ont un coût qui se répercute inévitablement sur les prix.

D'autre part, un stand au marché coûte moins cher que les infrastructures nécessaires pour la vente dans les grandes surfaces, surtout au centre-ville.

En conclusion, le comparatif démontre qu'acheter ses fruits et légumes à ciel ouvert, plutôt que dans les grandes surfaces, est souvent avantageux! ■



Et une baguette... une!

MAC