

Zeitschrift: Tracés : bulletin technique de la Suisse romande
Herausgeber: Société suisse des ingénieurs et des architectes
Band: 136 (2010)
Heft: 22: Sur les autoroutes

Sonstiges

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 08.02.2025

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

DERNIER MOT

Dans cette page, nous offrons, à un ou plusieurs auteurs, le dernier mot: réaction d'humeur, arguments pour un débat, carte postale ou courrier de lecteurs. L'écrivain Eugène en est l'invité régulier.

Surface de rasage

Ça s'est passé hier. J'étais dans un super marché, à la recherche d'un nouveau rasoir, puisque j'avais oublié mon bon vieux *Gillette Mach3* dans un hôtel italien. Au rayon des rasoirs, j'ai constaté que j'avais pas mal de retard en matière de lames. Maintenant, on en est à cinq. Et puis le design. Avec leurs formes profilées, les nouveaux modèles semblent calibrés pour un rasage sur Mars. Mais le plus stupéfiant, c'est la pile. Oui, le dernier rasoir *Gillette Fusion Power* est vendu avec une pile Duracell. « Des micro pulsations apaisantes pour un confort incroyable », m'informe le texte apposé sur l'emballage. N'importe quoi. Un rasoir manuel à piles: autant alimenter les éoliennes de nos montagnes avec le courant électrique de nos centrales nucléaires.

En surfant sur internet, j'apprends que Gillette a acheté la marque Duracell en 1997. Il fallait bien faire quelque chose de toutes ces batteries... Donc, après dix années de recherches et de dépôts de brevets, Gillette les a placées dans le manche de ses rasoirs mécaniques.

Peu à peu, je réalise qu'il existe un territoire que la plupart des hommes ne remarquent pas, puisqu'il se trouve sous leur nez. Je veux parler de la « surface de rasage » qui comprend la gorge, le menton, les joues et le dessous de nez. Grâce au budget faramineux de son département marketing, Gillette se paie les plus grandes stars sportives (Roger F. inclus) et détient plus de 70 % de la surface de rasage mondiale.

Je me souviens de cette phrase anodine lâchée par Nicolas Hayek il y a une quinzaine d'année, au moment au Swatch Group triomphait: « Nous sommes partis du principe que le poignet gauche est à nous. » Surréaliste: des marques se sont appropriées des parties de notre corps. La surface de notre langue appartient à Coca Cola et Nestlé. La plante de nos pieds appartient à Nike, Adidas et Puma.

Ne riez pas! La surface de vos dents appartient à Colgate.

Eugène



Des piles pour un rasoir mécanique (Photo Eugène)