

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 25 (1988)
Heft: 913

Artikel: Horaire d'été
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1018246>

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: 07.02.2025

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

JO home

(ag) Donc le «non» des Lausannois fut sec comme une porte qu'on claque.

La peur du risque financier a été prédominante. Beaucoup le déplorent: conservatisme populaire. Mais c'est aussi pour certains milieux de droite un retour de manivelle. Lorsqu'ils s'opposent à un projet ou à une dépense, ce qui est leur tendance, comment manifestent-ils leur opposition, au-delà des arguments réservés aux initiés? — En confiant à une agence publicitaire l'organisation d'une campagne, à coups de slogans, toujours les mêmes et de grosse ficelle: halte aux prélèvements dans votre poche, non aux impôts augmentés! A force de le répéter, à propos de tout, se crée le réflexe. Inutile donc de se lamenter sur ce peuple qui ne sait pas oser quand, trois ou quatre fois l'an, par campagne publicitaire à centaines de milliers de francs, on lui explique qu'il doit défendre ses sous. Les dirigeants de l'économie devraient s'interroger sur la création par eux-mêmes d'une mentalité réfractaire à l'esprit d'entreprise. Il y a, pour reprendre une image qui leur est chère, plusieurs manières de scier la branche sur laquelle on est assis.

FABRIQUE DE DP

Horaire d'été

Traditionnellement, DP espace ses parutions en juillet et août. Ce rythme ralenti nous permet de prendre des vacances, mais aussi de mettre de l'ordre, de classer, de préparer des sujets; toutes ces obligations qui s'accroissent au fil des semaines, et que le rythme hebdomadaire nous empêche de liquider au fur et à mesure.

Voici donc les dates de parution pour ces deux prochains mois:

DP 914	14 juillet
DP 915	4 août
DP 916	25 août
DP 917 (cahier spécial)	1 septembre

Le prochain numéro vous parviendra donc dans deux semaines.

Nous souhaitons de bonnes vacances à ceux qui en ont et un agréable été à tous.

Touristiquement

On peut comprendre la déception des régions choisies comme sites de compétition. Mais une seule jouait une grosse carte: Leysin, station de reconversion, qui a besoin d'un nouveau souffle. Le choix de Leysin pour la descente alpine était de ce point de vue judicieux, indépendamment des questions techniques. Mais Château-d'Œx ou les Diablerets sont des stations de tradition. Leur faiblesse est de ne pas offrir des possibilités de longues pistes-transvallées comme le Valais ou la Savoie. Leur altitude est un peu basse. Mais rien ne fera changer ces données géographiques. En revanche, elles ont d'autres atouts: une tradition, un environnement calme, des constructions pas trop agressives. Dans un tourisme en voie de diversification, elles représentent un «produit» très vendable. La haute compétition olympique ne s'inscrivait pas dans cette vocation.

Les notables

Même si l'ensemble des partis, à l'exception du GPE et d'ASV, se sont engagés pour le oui, le noyautage radical était mal ressenti. Du Comptoir suisse à Calgary, la rangée des officiels bon bord, heureux d'y être et heureux d'en être, suscitait inévitablement un réflexe oppositionnel. Lorsqu'on veut gagner une bataille de cette importance, il faut savoir à la fois être présent et s'effacer. Mais ce n'est pas une vertu radicale. L'excès tapageur de publicité, de même, a fini par créer le besoin d'être sur ses gardes.

L'ambition

Plus profondément, on a ressenti que les Lausannois estiment qu'il y a des tâches importantes à accomplir. Elles tiennent notamment à l'urbanisme, à l'aménagement du Rôtillon et de la Vallée du Flon, de la place de la Gare, aux transports publics.

L'organisation des JO était un stimulant peut-être, mais aussi un alibi. Les tâches locales pourraient être une grande ambition, sans dopage, comme le prescrit la règle du sport. ■

(ag) Norbert Eschmann dans 24 heures avait, dans un «Oui, mais» qui fit des ravages, exprimé une idée juste.

Lausanne s'honore d'avoir en ses murs le siège du CIO. Elle peut donc laisser à d'autres l'organisation des jeux. Mais son statut de ville olympique permanente devrait s'exprimer par l'organisation d'épreuves ad hoc.

Il en est qui auraient un sens neuf: celles réunissant des amateurs authentiques.

Le CIO a dû renoncer à défendre l'amateurisme intégral originel et se contenter de cadrer le semi-professionnalisme et le recours à la publicité. L'évolution est irréversible.

Une autre idée

Le prestige médiatique des vedettes appelle l'argent. Le CIO lui-même tire des ressources substantielles des recettes des fêtes-spectacles.

On est aux antipodes de l'amateurisme vrai.

Lausanne, avec l'appui du CIO, pourrait donc organiser des concours réservés aux seuls amateurs, selon des règles strictes. Ces règles pourraient être appliquées rigoureusement puisqu'aucun athlète ne serait obligé de s'y plier et que la voie royale restera celle des Jeux olympiques.

Mais ces concours auraient un sens, après cent ans d'olympisme, débordé par le gigantisme et l'argent. Ils impliqueraient un type d'organisation nouveau, s'appuyant sur le bénévolat. Athlètes logés chez l'habitant, utilisation des installations au service de la population en temps ordinaire, pas de publicité, par de prise en charge coûteuse des médias.

Peut-être un retour aux sources, non utopique.

Si Lausanne et le CIO organisaient quadriennalement à Lausanne des concours de sportifs amateurs...

L'amateurisme, une idée neuve.