

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 28 (1991)
Heft: 1030

Artikel: Marchandisage : boutique radicale
Autor: Pochon, Charles-F.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1020729>

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: 03.02.2025

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

Une bonne idée

(*red*) La fondation Hypotheka, dont nous annonçons la prochaine création dans DP 1028, est sur pied. Elle servira donc d'intermédiaire entre les caisses de pensions désirant investir sur le marché immobilier et les emprunteurs hypothécaires. Les caisses qui s'engageront par ce moyen toucheront du 7%. Pas besoin donc pour elles de sacrifier une partie de leur rendement. 7% est un rendement supérieur aux dernières émissions d'obligations de la Confédération et des cantons, auxquelles de nombreuses caisses de pensions ont certainement souscrit. Comme Hypotheka annonce que ses frais seront de 0,35%, les hypothèques devraient être proposées aux emprunteurs à un taux de 7,35%. Rappelons que les nouvelles hypothèques de l'UBS se négocient à 8%. D'autre part les taux d'Hypotheka sont garantis pendant cinq à dix ans et devraient ensuite varier à l'intérieur d'une fourchette à définir.

Une bonne idée qui fait son chemin. ■

URBANISME LAUSANNOIS

Place de la Gare

(*ag*) J'ai été voir, sur le quai 1, les projets d'aménagement de la place de la gare à Lausanne, résultat d'un concours.

La Gare, accrochée à la pente, n'offre pas, en fonction de son emplacement, des dégagements suffisants et des raccords efficaces aux transports publics. Elle n'est desservie que par trois lignes de trolleybus. Quant aux stations des métros Lausanne – Gare ou Lausanne – Ouchy, ils se situent de l'autre côté de la place par rapport au bâtiment de la gare. Les Lausannois avaient donc fini par se mettre d'accord sur l'idée de réaliser au Flon un véritable interface, c'est-à-dire une gare avancée. Une des conditions, simple à réaliser, est que le Lausanne-Gare qui assurera la navette rapide aille conduire ou chercher les voyageurs là où ils embarquent ou descendent. Il suffit en sous-sol de traverser la place, cinquante mètres. Ce n'est pas un développement coûteux des transports publics. Aucun des projets primés ne le prévoit. En revanche, selon le projet qui a reçu le premier prix, la place sera traversée en

long par une estacade routière, quelque trois mètres au dessus du sol, véritable piédestal à voitures.

Cet ouvrage qui s'imposera au regard, car il sera vu d'en haut, en descendant le Petit-Chêne, puis à hauteur d'œil, puis d'en-dessous comme un pont, dénaturera le bâtiment même de la gare qui, sans être un monument historique, a valeur de patrimoine. De surcroît il ne dégage aucune zone piétonnière, pour la simple raison qu'une place de gare ne peut pas en être une, devant desservir un trafic de prise en charge de voyageurs selon une rotation rapide, de taxis et de transports publics de surface.

Certes la volonté de ne pas enfouir le public dans des espaces souterrains avec galeries commerçantes d'ambiance pesante est un bon choix. Mais cela n'exige pas un monument au trafic de petite ceinture.

La Municipalité de Lausanne a, à juste titre, critiqué le tract manifeste de la Société industrielle et commerciale (SIC) qui avance des solutions peu étudiées aux problèmes lausannois et qui casse le rassemblement des bonnes volontés réussi par le Mouvement de Défense de Lausanne. Curieusement, l'estacade de la gare serait une contribution spectaculaire à une circulation de petite ceinture accélérée, réclamée par le SIC.

Le projet retenu par le jury, c'est l'automobile avant le transport public. C'est maintenant au tour de la Municipalité de se prononcer. ■

MARCHANDISAGE

Boutique radicale

(*cfp*) Le Parti radical-démocratique suisse pratique le marchandisage (terme admis par l'Académie française pour «merchandising») comme bien d'autres groupements, y compris les organisateurs du 700^e anniversaire de la Confédération. Les produits offerts sont nombreux et variés puisque les accessoires et les gadgets PRD sont présentés avec les brochures PRD, l'image graphique PRD, le matériel de décoration PRD, les affiches de slogans et autres tracts imprimés.

D'emblée constatons qu'il y a une ligne classique et une ligne «new look» pour affiches et tracts préimprimés, ainsi que pour les foulards.

Pour les prix, ils varient de gratuit pour

certaines brochures à 350 francs pour un drapeau. Dans les accessoires, le porte-feuille n'est pas le plus cher; il y a une calculatrice solaire pour les écologistes, un parapluie pour couples et un parapluie siège avec poignée rabattable pour ceux qui n'aiment pas rester debout pendant les «manifs».

Les gadgets se vendent, en général, par paquets de douze (chapeaux de coton et ballons de plage) à cinq cents (bonbons, Polar-ice sans sucre).

Dans les affiches et tracts imprimés, on devrait faire une recherche sur l'utilisation des diverses variantes: rouge/bleu centré, rouge/bleu à droite ainsi que rouge/bleu/noir centré et à droite. Pour des raisons typographiques, évidemment, la gauche est négligée.

Dans ce bazar, la politique doit aussi prise être en considération. Les trois brochures vendues sont le *Manifeste radical*, *Identité radicale* et *PRD Sport 2001*; la brochure *Nos convictions (1987/1991)* est par contre gratuite, puisque bientôt obsolète. Autres brochures gratuites: *Le principe du radicalisme moderne*, *Manifeste radical sur la protection de l'environnement*, etc.

Signalons encore les textes des affiches de slogans que l'on trouvera souvent ces prochains mois. Il y en a trois: «Génération liberté», «L'Europe, nous y sommes!» et «Les radicaux: les optimistes réalistes».

D'autres partis ont leur ligne de produits offerts aux organisations affiliées et aux militants. Y en a-t-il de plus longues, de plus variées et de plus originales que celle des radicaux suisses? Nous suivons la piste. ■

DP Domaine
Public

Rédacteur responsable: Jean-Daniel Delley (jd)

Rédacteur: Pierre Imhof (pi)

Ont également collaboré à ce numéro:

Jean-Pierre Bossy (jpb), François Brutsch (fb), Mario Carera, Jeanlouis Cornuz, André Gavillet (ag), Jacques Guyaz (jg), Charles-F. Pochon (cfp)

Abonnement: 70 francs pour une année

Administration, rédaction: Saint-Pierre 1,

case postale 2612, 1002 Lausanne

Téléphone: 021 312 69 10 – **Télécopie:** 021 312 80 40

Composition et maquette: Monique Hennin,

Pierre Imhof, Françoise Gavillet

Impression: Imprimerie des Arts et Métiers SA, Renens