Courrier

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **25 (1988)**

Heft 920

PDF erstellt am: **24.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

valeur de toutes rémunérations de tous contrats se rapportant à l'exploitation commerciale des Jeux ou concernant les Jeux» et *«10% de tout excédent d'actifs résultant de la célébration des Jeux»*.
Mais il ne suffit pas de prélever une «commission» sur les contrats quadriennaux. Le marketing olympique suppose l'intervention d'intermédiaires dont le rôle est de pousser les enchères des chaînes télévisées, américaines au premier chef, de trouver des sponsors désireux d'exploiter la «griffe» olympique. Au premier rang, le groupe McCormak et le groupe ISL (International Sport Leisure Marketing) détenu par Adidas. Ces groupes commercialisent toute manifestation sportive, si on leur confie ce mandat; ils conseillent les entreprises soucieuses d'investir dans le sport; ils gèrent les contrats publicitaires des vedettes. Ils détiennent notamment l'exclusivité des contrats liés aux Jeux, que les villes organisatrices ne peuvent librement négocier. Ces contrats, dit TOP (The Olympic Program) s'obtiennent à haut niveau. Neuf multinationales auraient payé 140 millions de dollars, au profit du CIO, pour entrer dans le club des «sponsors exclusifs» (voir l'encadré).

De vrais pros

Que le CIO qui n'a pas de ressources publiques assure son autofinancement n'est pas ce qui choque: il exploite l'événement dont il a la propriété.
Mais non content de prélever sa commission sur les contrats de retransmission des jeux, il commercialise ses anneaux. Dès lors, il se «maque» avec tout ce qui vit du sport et sur le sport.
Le fait que les Jeux soient devenus ouverts, que Steffi Graf ou Lendl y participent, dépasse la vieille opposition, obsolète, entre amateurs et professionnels. Car ce sont les professionnels déjà sous contrat qui vont participer à des Jeux eux aussi sous contrat. Et les mêmes groupes négocient pour les uns et pour les autres ces affermages.
Plus l'originalité de l'événement est montée en épingle, plus la banalisation commerciale nivelle la spécificité olympique.
Et les athlètes, même si leur performance — à quel prix et pour quel prix — est unique deviennent, de plus en plus, les lévriers du CIOdrome. ■

COURRIER

Une vérité qui dérange ?

Dans son numéro du 25 août 1988, et sous le titre «Objectivité apparente», Domaine public s'étonne que les Services industriels de Genève publient dans la presse locale des annonces payantes relatives aux chiffres de production et de consommation d'électricité.
En guise d'explication à cette pratique, Domaine Public *«risque une hypothèse»*: le fait d'insister sur la croissance de la demande d'électricité vise à faire apparaître comme une fatalité le développement de l'énergie nucléaire. Cette hypothèse appelle de notre part les remarques suivantes:
— Les avis statistiques que nous publions trimestriellement par voie de presse depuis des années ne concernent pas seulement l'électricité mais également, une fois sur deux, le gaz ou l'eau. Soit des fluides autour desquels ne se développe aucune controverse. Cela prouve que notre but est purement informatif.
— La seule question valable est de savoir si les chiffres publiés sont vrais ou faux. Ils sont rigoureusement et implacablement vrais. Mais peut-être est-ce justement cela qui dérange?
— Quand un distributeur d'électricité fournit au public une argumentation élaborée, on lui reproche de faire du bourrage de crâne. Dès lors qu'il fournit des données brutes, le voilà accusé de machiavélisme. Et gageons que si nous options pour le silence, un chœur indigné aurait tôt fait de fustiger notre arrogance et notre mépris à l'égard du citoyen-consommateur.
Bref, force est de constater que, quoi que nous fassions, il se trouvera toujours un vigilant censeur prêt à nous clouer au pilori.
«Qui veut noyer son chien dit qu'il a la rage», prétend la sagesse populaire. Qu'en pense-t-on à Domaine Public?

Services industriels de Genève
J.-J. Couchepin, chef de l'information

L'alibi du rumantsch grischun

A propos de «La difficile survie du romanche» (DP 918).
Le rumantsch grischun est le suprême alibi des confédérés, en particulier des romands, pour avoir laissé les Suisses alémaniques agresser culturellement et économiquement les vallées romanches des Grisons: c'est la langue des feuilles d'impôts et des recensements fédéraux, sorte d'effarant esperanto bureaucratique, plus sournois que le sida.
Car en effet le RG n'est rien autre chose que la mort par l'intérieur de cette culture subtile, et de cette identité qui dérange, alors que jusqu'ici on s'est acharné sur elles de l'extérieur. Mais c'est la deuxième partie de l'article qui révèle les vraies intentions des partisans de cette mauvaise action: créer une télévision romanche, pour bêtifier définitivement ces derniers citoyens épargnés par la fange médiatique, c'est effectivement leur ordonner l'alignement intellectuel que tout le monde attend.
Après quoi le tour des romands viendra, inexorablement.

Olivier Julliard
Anières

EN BREF

Rencontre à Stuttgart du président du conseil régional Rhône-Alpes et de ses compères (expression d'un quotidien régional) de la Catalogne espagnole, de la Lombardie italienne et du Bade-Wurtemberg allemand pour, tout d'abord, réaliser une exposition commune destinée à circuler pour vanter ces régions. C'est aussi ça l'Europe.

Conséquence d'un vote populaire à Saint-Gall, les caisses d'assurance maladie communales doivent être liquidées. Les 87 000 assurés sont répartis entre sept grosses caisses privées en faisant jouer le hasard. Il y aura cependant des possibilités de recours.