Mouvances : culte

Autor(en): **Guyaz, Jacques**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **29 (1992)**

Heft 1100

PDF erstellt am: **23.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-1022101

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

STATIONNEMENT

L'aveuglement des commerçants

(*pi*) Les commerçants lausannois ont encore frappé. Dans un dépliant tous ménages intitulé *Qualité de vie et besoins d'une région*, ils s'en prennent au préavis sur le stationnement récemment adopté par le Conseil communal et y vont de leurs propositions.

Ce préavis n'est certes ni génial, ni parfait, mais il a au moins l'avantage de faire avancer le schmilblik. Les commerçants, eux, n'ont changé ni le refrain, ni la musique de leurs revendications: il faut transformer le centre-ville en un immense centre commercial. Des parkings ausi proches des magasins que possible et des zones piétonnes entre les commerces. Accessoirement, créer des parkings périphériques, si possible reliés au centre par des navettes rapides et directes — sans qu'une explication soit fournie sur la raison de privilégier ainsi les personnes venant en ville en voiture par rapport à celles qui y habitent ou qui font l'entier de leur trajet en bus ou en train.

Le problème des commerçants, c'est qu'ils sont prisonniers de leurs voitures; s'ils se déplaçaient parfois en bus, à pied ou à vélo, ils constateraient que, au centre et près du centre, la voiture fait certainement davantage fuir de clients qu'elle n'en amène dans les commerces lausannois. Et lorsqu'ils citent en exemple la vitalité des commerces de la périphérie et la baisse de chiffre d'affaires des magasins du centre-ville, les commerçants ne font qu'étaler leur propre incapacité à s'adapter à leur environnement. Ils devraient par exemple cesser de vouloir disputer aux grands centres commerciaux de Crissier ou de Romanel la clientèle périphérique: même abondamment pourvue en parkings, Lausanne ne pourra jamais rivaliser en «confort» pour les clients obligés de prendre leur voiture pour effectuer leurs achats. Par contre, la ville doit travailler à retenir ses propres habitants, les meilleurs clients des commerces du centre, à créer un cadre de vie agréable et typique, le meilleur moyen d'attirer des clients extérieurs, qui pourraient être encore plus nombreux à y venir autrement qu'en voiture.

C'est justement dans cette direction que va le préavis sur le stationnement: libérer les places occupées toute la journée par les pendulaires, au profit des habitants — en leur accordant des facilités de parcage dans leur quartier — et des... clients des commerces. Bien sûr, toutes les places sur le domaine public seront payantes. Mais sur ce point au moins, les commerçants, la plupart grands pourfendeurs des largesses de l'Etat, devraient se réjouir de voir diminuée cette subvention aux automobilistes qu'est la mise à disposition gratuite du domaine public. ■

MOUVANCES

Culte

(*jg*) Ce n'est pas parce que le marché de l'art est en crise que les artistes doivent faire les malins. Ils n'ont qu'à travailler dur, et se faire bien voir par Pierre Keller ou par quelque galeriste du Flon, et leur avenir est assuré. Alors, bien sûr, lorsque certains, et pas les moins talentueux, musardent sur des chemins de traverse, forcément ça agace.

Prenez Pajak par exemple, voilà qu'il se met à fabriquer un journal gratuit baptisé *Culte,* distribué semble-t-il dans des bistrots et autres lieux à la mode. D'ailleurs c'est marqué dessus «Retrouvez *Culte* où vous l'avez trouvé»... Heureusement une âme compatissante a bien voulu nous en donner un exemplaire.

Ce mensuel de grand format, tout en couleur, est graphiquement superbe. On y retrouve les dessins et les reproductions d'artistes réunis par une même sensibilité, d'ailleurs difficile à qualifier, disons une figuration primitive, brutale et quelque peu morbide. On y voit les signatures de Noyau, Pier Geering, H.R. Giger. La touche d'humour plus légère est apportée par Mix et Remix. La revue est aussi ouverte à d'autres approches avec Poussin ou un ancien de *Charlie Hebdo* comme Gébé.

En la feuilletant, on éprouve la satisfaction narcissique de faire partie d'un petit groupe d'initiés qui apprécie un art qui se veut résolument contemporain, et reste encore assez marginal. On le sait bien, les revues d'art ont souvent une existence éphémère. Celle-ci n'échappera sans doute pas à la règle. Il est permis de se demander si la somme d'efforts et de travail nécessitée par l'élaboration d'un tel objet est vraiment justifiée.

Au fond, ces revues un peu marginales sont surtout utiles à ceux qui les font. Il s'agit de se rassurer, de vérifier que l'on n'est pas le seul à explorer une voie, de se sentir au chaud dans un groupe; et puis, lorsque l'artiste est plus fort et mieux assuré, il peut se passer de la revue et retourner au travail individuel. Toujours est-il que *Culte* est sans doute le journal culturel le plus en phase avec la sensibilité du moment en Suisse romande. On peut aimer ou détester, mais si vous la voyez quelque part, n'hésitez pas, prenez un numéro. ■

PRESSE GENEVOISE

La Suisse et la Julie vont en bateau

(*pi*) Nous ne sommes guère habitués à la publicité comparative, mais force est de reconnaître qu'elle a le mérite de mieux informer le lecteur attentif que les annonces traditionnelles.

Pour le lancement de sa nouvelle formule, la *Tribune de Genève* s'est payé une campagne de promotion destinée aux lecteurs et aux annonceurs. Pour ces derniers, elle relevait qu'elle est la première dans la zone économique 11 (Genève-Nyon) aussi bien pour le tirage contrôlé (58 252 exemplaires) que pour le prix par 1000 exemplaires d'une pleine page noir-blanc (145.80 francs). Démonstration faite à l'aide de tableaux où figuraient aussi ces données pour la *Suisse* et le *Journal de Genève*. Publicité parue dans le *Nouveau Quotidien*, sur une page entière.

Réplique de la *Suisse* quelques jours plus tard, sur le même format, mais dans le *Journal de Genève*: *«Merci à notre confrère de nous permettre de clarifier la notion d'efficacité des quotidiens genevois»*. Et la *Suisse* d'expliquer qu'étant parcourue par 3,37 lecteurs en moyenne (*Tribune de Genève*: 2,6) le coût d'une annonce par 1000 lecteurs est plus avantageux dans la *Suisse*, même si son tirage est plus faible que celui de sa concurrente, en tenant compte aussi bien de la zone économique 11 qu'en s'intéressant à toute la Suisse romande.

La *Tribune* n'a, à ce jour, pas répliqué.

Les deux journaux n'en sont pas à leur premier différend: en juin 1987 déjà, la *Tribune* et la *Suisse* prétendaient l'une et l'autre être le plus grand quotidien genevois. La *Tribune* cherchait alors à séduire les annonceurs de la branche automobile en vantant le taux de motorisation de Genève... ■