

Impressum

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **33 (1996)**

Heft 1282

PDF erstellt am: **29.05.2024**

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>

Si le père Noël existait... il n'y survivrait pas!

ADMETTONS QU'IL y ait sur terre environ deux milliards de jeunes de moins de 18 ans; puisque le Père Noël (PN) ne semble s'occuper que des personnes connectées (de près ou de loin) à Jésus, sa tâche se réduit à 20% du total, soit 400 millions d'enfants. Ces enfants sont distribués planétairement à raison de 3,5 enfants par ménage, ce qui fait 114,3 millions de foyers à visiter.

Il doit descendre 1058 cheminées à la seconde

La visite du PN doit avoir lieu entre minuit et six heures du matin, ce qui lui laisse une trentaine d'heures pour accomplir son travail, s'il voyage d'Est en Ouest (aidé par les fuseaux horaires); en moyenne il doit descendre 1058 cheminées à la seconde; le PN a moins d'un millième de seconde pour parquer les rennes, sauter de l'attelage, descendre la cheminée, distribuer les cadeaux, remonter la cheminée et retrouver le parking. Admettons que le trajet moyen entre deux foyers soit d'un kilomètre (parfois les foyers seront dans le même immeuble, parfois, il y aura un océan à traverser), le PN effectuera un trajet total de 114 millions de kilomètres; s'il ne s'arrête pas pour faire pipi ou abreuver les rennes, sa vi-

tesse sera de 3,81 millions km/h, soit 3 000 fois la vitesse du son.

Si chaque enfant reçoit un cadeau d'un kilo, le traîneau est chargé de 400 000 tonnes de marchandises. Sachant qu'un renne non transgénique ne peut pas tirer plus de 500 kilos (sur terre ferme), et même en assumant qu'un renne capable de voler puisse tirer une charge dix fois plus grande, le PN a besoin d'un attelage de 80 000 rennes. Il faut ajouter le poids des rennes (une demi-tonne par animal) et celui du PN (il est gros) aux marchandises, pour un total de 440 000 tonnes, soit quatre fois le poids du Queen Elizabeth II.

Une énorme friction

Déplacer ce gigantesque traîneau à 3 000 Mach produit une énorme friction (avec l'air); à l'instar du shuttle revenant sur terre, les rennes vont être chauffés. Les rennes en tête du traîneau absorberont plus de 1 000 milliards de mégajoules par seconde chacun, ils exploseront instantanément et le troupeau entier sera pulvérisé en quelques millièmes de seconde.

En bref, si le PN a jamais essayé d'amener des cadeaux de Noël, il en est sûrement mort. ^{ge}
(Merci à Pascal Escher de m'avoir suggéré cette histoire)

IMPRESSUM

Rédacteur responsable:
Jean-Daniel Delley (jd)
Rédaction:
Claude Pahud (cp)
Géraldine Savary (gs)
Ont collaboré à ce numéro:
Gérard Escher (ge)
André Gavillet (ag)
Jacques Guyaz (jg)
Yvette Jaggy (yj)
Charles-F. Pochon (cfp)
Composition et maquette:
Claude Pahud, Françoise Gavillet,
Géraldine Savary
Secrétariat: Murielle Gay-Crosier
Administrateur délégué: Luc Thévenoz
Impression:
Imprimerie des Arts et Métiers SA,
Renens
Abonnement annuel: 85 francs
Etudiants, apprentis: 60 francs
Administration, rédaction:
Saint-Pierre 1, case postale 2612
1002 Lausanne
Téléphone: 021/312 69 10
Télécopie: 021/312 80 40
CCP: 10-15527-9

**Vous êtes-vous
réabonné à
Domaine
public?
Vous n'avez pas
d'idées pour
des cadeaux?
Offrez
Domaine
public!
Bonnes fêtes!**

En coulisses

SOUDAIN DISPONIBLE, Jürg Stäubli a tout loisir de méditer sur la fidélité en amitiés d'affaires. Il sait que le dernier carré s'appelle Pierre Arnold. L'ancien patron de la Migros indique d'ailleurs la ligne de défense: dénoncer l'apparente désinvolture des réviseurs et le soudain lâchage des banques.

QUANT AUX PORTE-PAROLE des deux grandes banques cantonales lémaniques, BCG et BCV, ils rassurent leur fidèle clientèle et les populations: les provisions constituées pour couvrir les éventuelles déficiences des débiteurs douteux dépassent largement les centaines de millions mis, à des conditions particulièrement avantageuses ce printemps encore, à la disposition du «génie» de Prangins.

EN TÊTE DE liste pour le prochain Prix Champignac, on peut déjà inscrire cette citation d'Eugen W. Schmid, qui se situe dans les hauteurs de l'organigramme du Crédit Suisse: «Le pilier zéro est la pierre angulaire du système de prévoyance». Et cette réflexion le degré zéro de la pensée nulle.

PETER BODENMANN, président du PSS, tient Franz Steinegger, son homologue du PRD, pour «l'un des rares radicaux qui sache lire et écrire». Le radical et professeur Jean-Christian Lambelet le considère, sobrement, comme «un président solide»; et dit de Bodenmann qu'il est, lui, «un comédien accompli». Les fleurets restent mouchetés, comme il sied entre politiciens de bonne famille.

SIMONETTA SOMMARUGA, directrice de la Fondation pour la protection des consommateurs, souhaite une argumentation plus rationnelle dans les spots TV des caisses-maladie, qui leur auront coûté 24 millions de francs en 1996 (le double de 1994). Elle pourrait tout aussi bien exiger leur suppression: selon une récente enquête comparative, les caisses qui ont le plus gros budget publicitaire sont aussi les plus chères pour l'assurance de base 1997 - telles Wincare, Visana, Helvesana, Swica, etc.