Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1976)
Heft: 366

Artikel: Trois milliards de matraquage
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1023752

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 14.12.2025

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

J.A. 1000 Lausanne 1
Hebdomadaire romand
No 366 17 juin 1976
Treizième année

Rédacteur responsable :
Laurent Bonnard

Le numéro : 1 franc
Abonnement
pour une année : 40 francs

Administration, rédaction :
1002 Lausanne, case 2612
1003 Lausanne, Saint-Pierre 1
Tél. 021 / 22 69 10
C.C.P. 10-155 27

Imprimerie Raymond Fawer S.A.

Ont collaboré à ce numéro :
Philippe Abravanel
Rudolf Berner
Claude Bossy
Jean-Daniel Delley
Pierre Moor
Victor Ruffy

366

Domaine public

Trois milliards de matraquage

Dans une récente chronique, le Stylobille (« Voix ouvrière ») s'indignait des dépenses faites en Suisse pour la publicité sous toutes ses formes, classiques (presse, ciné-TV) ou autres (affichage, prospectus, vitrines, expositions).
Citant la « Schweizerische Handelszeitung », A. Muret avançait la somme de 2,5 milliards de francs pour l'année écoulée ; or ce montant semble nettement sous-évalué selon les professionnels, qui le citent pour l'année 1973 et ont annoncé depuis lors une croissance qui nous mène tout près des trois milliards par an.
En d'autres termes, la « charge publicitaire » supportée en une année par chaque habitant de notre pays atteint les 450 francs, ce qui nous vaut une flatteuse deuxième position (derrière les Etats-Unis) au classement mondial du matraquage publicitaire par tête de pipe.
La récession n'a pas frappé trop durement le secteur publicitaire dont les recettes globales ont toutefois — légèrement — diminué l'an dernier pour la première fois de mémoire de publiciste. Deux des six plus grandes agences sont même parvenues à augmenter la somme des budgets et mandats qui leur sont confiés (voir ci-dessous). Du côté des gros annonceurs, on note des changements très significatifs, tel le déclin relatif de la publicité pour les articles de marque (produits alimentaires, de nettoyage, etc.) au profit de la publicité faite par et pour les grands distributeurs et leurs marques de commerce : le budget publicitaire de ces maisons (Migros, Coop, Usego, Denner, etc.), qui disposent elles-mêmes de services de publicité plus ou moins étoffés a passé de 80 à 14,5 millions de francs au cours de la seule année 1975 et pour les seuls média classiques (quotidiens surtout).
Ce ne sont évidemment pas des opérations du type « produits libres », lancés à grand fracas par Carrefour pour la modique somme de 26 millions de francs français, qui vont renverser la tendance.

DANS CE NUMÉRO

P. 2 : Courrier : Printemps chinois 1976 ; p. 3 : A la lanterne — Petite question à la BNS ; p. 4 : Une politique économique pour Genève ; p. 5 : Procès Nestlé : six ans de lutte — Une manche pour les locataires ; p. 6 : Point de vue ; p. 7 : Le carnet de Jeanlouis Cornuz — Dans les kiosques alémaniques ; p. 8 : Schwarzenbach et ses disciples.

QUI VOUS CONDITIONNE, POUR QUOI ?

Les principales agences et quelques-uns de leurs clients :

— *Gisler & Gisler*, Zurich (budgets administrés en 1975 : 37,5 mios fr. ; — 10,7 %) : Feldschlösschen, Thomi & Frank, Union centrale des producteurs de lait, Union fruitière suisse (jus de pomme), Reynolds cigarettes, Patria assurances, UBS (partiellement), Air Canada.

— *Dr Rudolf Farner*, Zurich (36,7 mios fr. ; — 9,8 %) : Nestlé (Maggi, Lorso, Nescafé ,etc.), Philip Morris (Brunette), Altstadt assurances, Voyages Kuoni, Loftleidir Airlines.

— *Advico-Delpire*, Zurich (35,9 mios fr. ; + 0,8 %) : Galactina, Kodak, Shell, Citroën (Suisse), Union des banquiers suisses, La Suisse assurances, El Al, Ethiopian Airlines.

— *GGK*, Bâle (35,9 mios fr. ; + 2,6 %) : Philips, IBM Suisse, SBS, Bâloise Assurances, Moevenpick, Swissair.

— *Adolf Wirz*, Zurich (32,1 mios fr. ; — 8 %) ; Coca Cola, Therma, Toyota, NZZ, Union des compagnies d'assurances, American Express, TWA, British Airways, Avis Rent-a-Car.

— *Wiener Deville & Wälchli*, Zurich (29,5 mios fr. ; — 9,2 %) : Usego, BAT (MaryLong, etc.), Braun, British Leyland (Austin, Morris, etc.), Banque J. Bär, Helvetia Assurances, Herz Rent-a-Car.