Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1978)
Heft: 476

Artikel: Journaux gratuits : la grande bouffe publicitaire
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1027383

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

Journaux gratuits : la grande bouffe publicitaire

Inquiétude chez les éditeurs romands de journaux : face au lancement imminent d'un hebdomadaire gratuit, "Romandie Hebdo", couvrant à coups d'éditions régionales l'ensemble de la Suisse romande (cf DP 472), la risposte s'organise à grande vitesse.

Le plus décidé : le directeur du "Nouvelliste", André Luisier qui annonce d'ores et déjà que les Valaisans qui ne sont pas abonnés à son journal (un quart environ des ménages) recevront chaque semaine une feuille d'annonces gratuites agrémentée d'une partie rédactionnelle extraite du quotidien ; d'une pierre deux coups : une façon de reprendre l'offensive d'une part et de favoriser l'expansion du "Nouvelliste" d'autre part.

Dans d'autres régions qui ne sont pas encore affligées de ce genre de publications (leur générale médiocrité n'est plus à démontrer, à quelques exceptions près, dont "Züri Leu" ou Biel-Bienne"), les contacts entre éditeurs se multiplient pour trouver la parade : on n'est pas moins actif dans la région de Vevey-Montreux (sous l'impulsion du propriétaire de "L'Est vaudois") que dans le canton de Neuchâtel où les frères ennemis du Haut et du Bas, "L'Impartial" et la "Feuille d'Avis de Neuchâtel", pourtant aujourd'hui encore engagés dans un de ces procès en diffamation dont ils ont le secret, lutteraient côte à côte face à l'envahisseur qui s'avise de venir piétiner des plates-bandes de longue date et soigneusement délimitées (accord de non-belligérance). Et comment imaginer que les plus directement menacés par le nouveau périodique, les illustrés de tous genres implantés en Romandie, de "Trente jours" à "Bouquet" (en rénovation) en passant même par "Radio-TV je vois tout", restent sans réaction ? Et Ringier, dont "L'Illustré", sur le plan commercial, a toujours tenu à la fois de la feuille gratuite et du magazine classique (un projet de distribution "tous ménages" s'était heurté à l'époque à une résistance farouche des journaux lausannois).
Bref, une montagne de papier imprimé pourrait se déverser sous peu dans les boîtes aux lettres romandes, marquant la mort de l'accord qui liait jusqu'ici des éditeurs soucieux de ne pas prêter la main à une presse réputée ne pas correspondre à un "besoin réel" !

Cela dit cette nervosité des éditeurs se comprend fort bien si on se souvient de l'importance du produit des annonces dans le ménage des quotidiens helvétiques : 65 à 80% des recettes, tandis que le reste provient des abonnements et des ventes dans les kiosques. Que "Romandie Hebdo" ait besoin de 13 à 15 millions de publicité par an pour poursuivre son envol (cette somme correspond aux calculs tenus pour fondés dans les milieux informés) c'est autant qui manquera à la presse romande dans son ensemble pour boucler le prochain exercice annuel ; un manque à gagner dont les effets pourraient être sérieusement dommageables, même si le relatif accroissement du volume des annonces (plus 7 % en moyenne en 1977, mais toujours à un niveau général largement inférieur à 1973) enregistré l'année dernière se maintenait...

En définitive, l'issue de cet affrontement dont les lecteurs de journaux romands n'ont à attendre à première vue aucun bénéfice, moins que de la capacité de résistance des éditeurs traditionnels (éventuellement même unis dans leurs efforts pour promouvoir "leur" presse gratuite), dépendra surtout de la solidarité des reins des financiers de "Romandie Hebdo" : le Koweitien Murabak Al-Sabah, président du conseil d'administration de la United Trading Group, spécialisée dans les opérations financières avec le Moyen-Orient, et qui se profile derrière la société éditrice (Publidis SA) du nouvel hebdomadaire gratuit, aura-t-il plus de patience que les managers de la Migros avec "Tat", soutien-

Les 25 plus importantes branches dans le domaine publicitaire en 1976

	Dépenses publicitaires, total (en 1000 fr.)	Utilisation des médias (en pour-cents)			
		Quotidiens	Magazines	Revues spécialisées	Télévision
1. Grandes entreprises commerciales	88417	86,5	8,2	0,2	5,2
2. Véhicules à moteur	65634	79,8	17,0	0,8	2,4
3. Meubles plus aménagement du logis	44850	61,7	34,2	1,4	2,7
4. Banques et caisses d'épargne	28944	75,5	20,4	0,3	3,7
5. Cigarettes	25700	45,3	54,7	–	–
6. Agences de voyages	21343	84,0	15,6	0,4	–
7. Vente par correspondance	14882	26,6	70,5	1,2	1,7
8. Appareils électroménagers	14728	38,4	32,3	6,5	22,9
9. Produits de lavage	14578	4,2	20,8	–	74,9
10. Groupements d'actions et partis	13720	80,2	12,1	1,2	6,6
11. App. audio-visuels	13068	71,2	20,3	0,3	8,1
12. Assurances	12476	53,9	31,6	0,8	13,7
13. Boissons non alcoolisées	12331	27,1	35,7	0,7	36,4
14. Chocolat plus bonbons	12207	11,1	43,6	0,6	44,8
15. Editions de journaux et revues	12064	62,1	19,4	2,2	16,3
16. Alimentation	12021	64,8	21,3	1,1	12,9
17. Produits de beauté	11445	13,6	70,8	0,1	15,5
18. Publicité pharmaceutique	11286	17,8	76,9	1,4	3,8
19. Instruction	11188	79,8	17,7	2,5	–
20. Soins capillaires	10681	7,4	49,4	2,2	40,9
21. Vêtements	10203	47,3	43,4	4,1	5,2
22. Café, thé, cacao	10076	10,1	42,6	1,2	46,1
23. Spiritueux	9394	45,8	53,8	0,4	–
24. Produits de nettoyage et entretien	9381	5,9	25,2	0,6	68,3
25. Conserves, viande, poisson	9279	30,1	33,3	1,4	35,2

dra-t-il sa publication pendant les mois d'hiver pas particulièrement "juteux" en revenus publicitaires, donnera-t-il aux courtiers et aux "rédacteurs" engagés dans l'entreprise le temps d'imiter "Genève Home Informations" qui en quelques années s'est assuré environ 7% du marché publicitaire genevois? Ce coup de poker intrigue au moment où la plupart des journaux suisses sont engagés dans une difficile lutte pour leur survie.

Soixante ans après

Pour la "commémoration" des soixante ans de la grève générale de 1918, l'Agence télégraphique suisse, reproduite sans autres dans la plupart des quotidiens d'information de Suisse romande, s'en est remise à la Correspondance syndicale suisse: on a pu lire donc partout ce commentaire, "la grève générale fut loin d'être inutile pour le mouvement ouvrier suisse" (et de passer brièvement en revue les suites données aux neuf revendications du Comité d'Olten: renouvellement immédiat du Conseil national d'après la proportionnelle; droit de vote et éligibilité de la femme; introduction du devoir de travailler pour tous; introduction de la semaine de 48 heures dans toutes les entreprises publiques et privées; organisation d'une armée essentiellement populaire; d'accord avec les producteurs agraires, assurer le ravitaillement; assurance vieillesse et invalidité; monopole de l'Etat pour l'importation et l'exportation; payement des dettes publiques par les possédants).

Souvenir pour souvenir et bilan pour bilan: le Groupe de travail zurichois pour l'histoire du mouvement ouvrier, dans son ouvrage essentiel "Le Mouvement ouvrier suisse" (éd. Adversaires) rappelle une intervention (Graber) faite au congrès des ouvriers suisses, fin juillet 1918 à Bâle, au moment où on se demandait quelle serait la réaction de la Suisse romande si une grève était déclenchée. Une rapide citation sans commentaire:

"Un orateur a demandé des informations sur l'attitude éventuelle de la Suisse romande. Les voici. A Genève, il y a une division à l'intérieur du parti, dans le canton de Vaud, une organisation syndicale sans grande portée et un Parti socialiste faiblement implanté, au Valais presque rien, à Fribourg rien. Dans tous ces cantons, qui sont gouvernés par les partis bourgeois, nous trouvons une extraordinaire faculté de donner à tout ce qui déplaît un caractère germanophile. Quand on veut mettre Hauser (chef des services sanitaires de l'armée) à la porte, quand on demande une enquête sur les services sanitaires de l'armée, ce sont des menées germanophiles. Et c'est aussi une menée germanophile que de demander une meilleure répartition des produits alimentaires. La Suisse romande est le foyer de la réaction. Il suffit de dire aux travailleurs: "Voyez l'ombre de Lénine, voyez l'ombre du Kaiser", pour les amener à quitter les rangs du syndicat. Il suffit que la "Gazette de Lausanne" dise: "Prenez garde, l'or allemand est à l'œuvre", pour éveiller les soupçons contre les gens qui sont à la tête des organisations du personnel fédéral. Tout cela provient du fait que notre presse dans ces régions est encore beaucoup trop faible pour réfuter tous les mensonges des organes bourgeois. En ce qui concerne le Jura et le canton de Neuchâtel, où la presse socialiste est mieux représentée, de tels propos ne prennent plus, et la classe ouvrière ne se laisse pas intoxiquer. Telles est la situation de la Suisse romande". C'était il y a soixante ans.

Décriminaliser la grossesse

Ces dernières années , grâce à deux initiatives populaires, le débat sur la décriminalisation de l'avortement a été nourri. C'est tant mieux, bien que, malgré cela, le cadre légal n'ait pas bougé d'un pouce.

Après avoir vu la semaine dernière "Tell quel", le magazine d'actualité politique suisse de la TV romande, et entendu les témoignages de mères expliquant les difficultés professionnelles et matérielles que leur ont values leur grossesse — test de grossesse imposé par l'entreprise avant un engagement, licenciement, recours à l'assistance publique, regards réprobateurs (la pilule et l'avortement, ça existe, non?) — on en vient à penser qu'en Suisse, ce n'est pas seulement l'avortement qu'il faut décriminaliser, mais également la maternité.

Quand une jeune mère, son enfant dans les bras, en vient à dire que, si elle avait pu prévoir les avanies que sa grossesse lui feraient supporter, elle n'aurait probablement pas mené à terme cette grossesse, c'est qu'il y a quelque chose de pourri dans ce pays.

Face à cette réalité, la vacuité et l'hypocrisie du discours politique et des principes éclatent au grand jour: un pour tous, tous pour un; le solgan de M. Hurlimann, trois enfants par famille; les promesses sans lendemain des moralistes hystériques du "non" à l'avortement; l'article 34 quinquies alinéa 4 de la Constitution fédérale en vigueur depuis 1945 (la Confédération instituera... l'assurance maternité...); la mollesse aussi des partis de gauche et des syndicats pressés par des problèmes plus urgents — les mères ne sont pas un groupe de pression bien organisé, avec secrétariat permanent à Berne—.

"Tell quel", une gifle à notre bonne conscience, la preuve aussi qu'il y a quelque chose à dire sur la vie politique suisse, et que ce quelque chose peut être dit autrement que par les éternels débats de professionnels (salut mon cher, de quoi parlons-nous ce soir?). Une gifle supplémentaire aussi aux potiches de l'Alliance des sociétés féminines suisses qui refuse, comme on sait, de soutenir l'initiative pour une protection efficace de la maternité.