

**Zeitschrift:** Domaine public  
**Herausgeber:** Domaine public  
**Band:** - (1979)  
**Heft:** 506

**Artikel:** Inévitable publicité  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-1016562>

### **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:** 29.01.2026

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

## Inévitable publicité

Publicité et presse. Un lecteur critiquait le magazine du "Tages Anzeiger": pourquoi autant de publicité? Réponse de la rédaction qui explique les proportions retenues: jusqu'à deux pages trois quarts de publicité, un magazine de 24 pages; jusqu'à huit pages entières, 32 pages; jusqu'à quinze pages, 40 pages de textes rédactionnels; jusqu'à vingt-huit pages, 56 pages; et enfin, à partir de vingt-huit pages de publicité, 64 pages. Une proportion "avantageuse" en fin de compte pour le lecteur: d'habitude, pour les journaux gérés "scientifiquement" et selon les règles intouchables de la rentabilité, il n'est pas question de descendre au-dessous de 50% de publicité.

A propos, vous lirez dans le dernier "magazine" paru (No 25) le premier volet d'une série qui promet d'être intéressante: les journalistes du "TA" relisent les anciens bouquins parus sur des sujets biens helvétiques, écrits par des auteurs du crû.

— Dans la dernière livraison de "Vers un développement solidaire" (juin 1979) édité par la Déclaration de Berne, mis à part les sujets qui trouvent traditionnellement place dans ce mensuel, une analyse des critiques portées, en Suisse allemande principalement, contre l'"action-jute", comptes détaillés et historique à la clef. Où on comprendra de quelle façon a été lancée l'offensive de grande envergure sur ce thème par l'agence de PR Farner.

— Un événement: la présentation du numéro O d'un nouveau magazine syndical (il en a été question dans ces colonnes à de nombreuses reprises) proposé par quatre fédérations appartenant à l'Union syndicale suisse, la Vpod, la Fobb, la fédération du textile, de la chimie et du papier et le syndicat suisse des médias. Son titre: "Gewerkschaft", tout simplement. Une tentative de dépasser le stade actuel de la collaboration journalistique entre les différentes composantes de l'Uss, une page commune en-

cartée dans les différents hebdomadaires et mensuels existants: selon les promoteurs, un "train omnibus, dans lequel on pourra facilement monter et qui en définitive vaut mieux que le train express projeté (au congrès de Bâle) et qui est resté en gare". Au sommaire de ce numéro O, entre autres, un reportage de Meienberg sur une visite dans des fabriques, une enquête sur la vie quotidienne des travailleurs de la Furka. Format prévu: celui de la défunte "Tat", d'abord sur seize pages, puis sur vingt-quatre. Prochaines parties prenantes: les typographes et les postiers. Tirage prévu: pour 1980, au minimum 80.000 exemplaires. Avis aux annonceurs!

— La coopérative d'édition "Limmat" de Zurich, vient de publier une troisième édition revue et augmentée du livre "Schweizerische Arbeiterbewegung" qui contient de nombreux et remarquables documents. Pour les acheteurs des premières éditions, publication simultanée d'un volume complémentaire ne portant que sur les années 1974-1978. Rappelons qu'une adaptation française de cet ouvrage a été éditée par les éditions Adversaires (Grounauer) sous le titre "Le mouvement ouvrier suisse".

— Un sujet parmi d'autres à l'ordre du jour: la protection des consommateurs. Voulez-vous tout savoir, mais vraiment tout, sur la Fédération romande des consommatrices, l'un des principaux groupes de pression à ce chapitre crucial de notre organisation sociale, son histoire, ses succès, ses ambitions, ses objectifs et son organisation, alors lisez l'opuscule d'une centaine de pages intitulé "Un partenaire majeur" (signé: Ariane Schmitt), qui vient de paraître (FRC, Stand 3, 1204 Genève).

Quelques indications parmi d'autres. Voici la "liste de présence" de la FRC, la liste des commissions ou organisations aux travaux desquelles une représentante de la FRC participe, comme telle ou sur un mandat de la Fédération suisse des consommateurs (FSC).

Commissions fédérales: de l'alimentation, de la consommation.

Commissions d'experts: pour un article constitutionnel pour la protection des consumma-

teurs, pour la révision de la Loi sur la concurrence déloyale, pour le tarif douanier, pour la révision de la loi sur les denrées alimentaires. Commissions consultatives: de politique commerciale, de surveillance des prix (jusqu'au 31.12.78).

Organisations suisses: Coopérative pour l'approvisionnement en détail de boucherie et en viande, Commission suisse du lait, Commission suisse des pratiques loyales en matière de publicité, Fédération suisse des consommateurs, Fondation suisse pour l'énergie, Groupe de tests suisse, Institut suisse de recherches ménagères, Jeunesse et Economie, Mouvement suisse pour l'économie d'énergie, Ofel-commission des usagers et fournisseurs d'électricité, organe paritaire des entreprises de nettoyage chimique et des organisations de consommateurs, Société suisse pour une politique de la santé.

Organisations étrangères: European testing-group, Organisation internationale des unions de consommateurs.

## La nouvelle participation

*Le vocabulaire socialiste s'est enrichi d'une nouvelle acception. Le terme de participation ne désigne plus seulement l'association des travailleurs à la gestion de l'entreprise, mais aussi l'association des socialistes à la gestion des affaires publiques, singulièrement la participation au Conseil fédéral.*

*On peut donc désormais être à la fois pour et contre la participation. Quelques malentendus à prévoir, — à moins que le sens traditionnel du mot participation perde encore davantage de terrain. Un indice: le Comité central du PSS ne mentionnait même pas la participation des travailleurs dans son projet de déclaration politique en vue des élections nationales de cet automne; les délégués au Congrès de dimanche dernier ont dû la réintroduire dans le texte sur la sécurité de l'emploi.*

*Chez certains, l'échec de l'initiative sur la participation est certes digéré, mais pas oublié.*