

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1979)
Heft: 510

Rubrik: Reçu et lu

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>

Une autre façon d'être Romand

“Vivre à Berne, c'est découvrir une nouvelle manière d'être Romand, quand on est de langue française”. Voilà peut-être une manière réaliste de prendre la mesure exacte du fossé, tant à l'honneur ces mois-ci dans les moyens de communication de masse, qui sépare la Suisse romande de la Suisse allemande: donner la parole aux “spécialistes francophones” de cette fameuse “différence”, à ceux qui la vivent quotidiennement, à Berne... C'est au moins ce que nous suggère cette petite phrase que nous citons et qui sert de conclusion au président de l'Association romande de Berne, Charles-F. Pochon, brochant le tableau de “cent ans de vie romande à Berne” dans le dernier numéro du “Courrier romand” (mensuel, adresse utile: c.p. 1302, 3001 Berne).

En tout cas, il y a, dans la “ville fédérale”, matière à tirer un bilan, au moins historique, de la présence romande: en 1979, l'Association romande de Berne est centenaire, l'Ecole de langue française existe depuis 35 ans et le “Courrier de Berne” aborde sa 58e année de parution.

Dans le même ordre d'idées, peut-être n'est-il pas trop tard pour signaler la parution d'une très intéressante petite somme estivale du “Basler Magazin” (no. 29, 21 juillet) consacrée précisément à l’“impérialisme alémanique”. Une iconographie (comme d'habitude) très bien faite, une interview de Jean-Pierre Vouga qui fait le tour du problème avec une remarquable perspicacité, et trois textes sur le thème de la culture “éclatée” (ou partagée) de Carl Spitteler, C.F. Ramuz et Peter Bichsel. — Si vous voulez compléter le dossier ouvert dans DP 509 sur le thème du jeu, dans le dernier magazine économique de la “Handelszeitung” (no. 32, 9 août), une enquête sur les courses hippiques, en relation avec l'introduction du tiercé en Suisse.

COMMUNICATION

Publicité: la radio n'y touche pas mais elle encaisse

On pouvait tout juste les compter sur les doigts de la main, les entreprises dirigées par une femme: les machines à coudre Bernina, les magasins Denner, les hôtels Gauer, les temporaires Manpower et les spots publicitaires à la télévision. Or justement la SA pour la publicité à la télévision vient de perdre sa directrice (depuis quatorze ans), Margrit Trappe, 40 ans, épouse de professeur de sociologie, mère de trois enfants, installée sur ses propres terres dans le Gürbetal et PDG de charme à forte tendance dominatrice autoritaro-intrigante.

Outre l'insolence de l'efficacité, évidemment difficile à pardonner à une femme, Mme Trappe a commis entre autres trois erreurs qui lui ont indirectement valu de perdre un poste où elle a, dans son genre, fait merveille.

UN SERIEUX CONTENTIEUX

En 1972, elle avait dépassé ses compétences vis-à-vis de son conseil d'administration et d'une SSR dont elle se sentait déjà l'indispensable argentière, ce qui lui valut une ferme gronderie de Marcel Besançon, à l'époque directeur général de la radio-télévision suisse.

Deux ans plus tard, Mme Trappe se crut autorisée à intervenir dans la succession de ce même directeur général, en prenant parti contre le candidat Stelio Molo et pour le politologue à poigne Walter Rüegg, alors fraîchement revenu à Berne pour se reposer des étudiants contestataires allemands.

Enfin, ces dernières années, Mme Trappe, jouant le jeu de ses clients les annonceurs, reprenait son idée d'aménager les programmes des télévisions régionales en fonction des blocs publicitaires, en introduisant notamment une cinquième série de spots dans le courant de la soirée (après 21 heures).

Mais tout cela n'aurait sans doute pas suffi à décider, dans des conditions d'ailleurs peu claires, le Conseil de la SA pour la publicité à la TV de mettre Mme Trappe devant un choix plutôt dur, qui lui a été communiqué le 6 juillet dernier: démissionner ou se préparer à recevoir son congé pour le 31 octobre. De fait, elle a dû quitter son bureau pour le 3 août, et laisser la place à l'un de ses collaborateurs, André Hofer, qui prend ses fonctions le 15 août.

LA RECOMPENSE

Tant de fermeté “récompense” l'attitude de Mme Trappe dans l'affaire des taxes de concession radio-télévision. On se souvient que leur augmentation, attendue primitivement pour juillet 1978 par la SSR, a bien été décidée en mai 1979 par le Conseil fédéral, mais a été retardée par la fameuse motion Oehler, acceptée par le Conseil national et repoussée par la Chambre haute. Finalement, le Conseil fédéral accordait en juin dernier une hausse de 15% dès le 1er octobre 1979.

LES SOUPCONS DE M. CARL

Or, dans l'extraordinaire retard pris par cette décision, la campagne de presse lancée par la “Handelszeitung” en janvier 1978 a joué un rôle non négligeable; cet hebdomadaire économique et financier a eu le courage et la persévérance d'analyser les comptes pour le moins touffus de la SSR et il démontrait finalement que l'augmentation des taxes n'avait pas l'urgence clamée à la