Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1981)
Heft: 604

Rubrik: Communication

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: 13.12.2025

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

COMMUNICATION

Les millions de Ringier

Aux devantures des kiosques, de Genève à Romanshorn, selon l'expression consacrée, une couverture format tabloïd de plus dès cette semaine. Un petit nouveau de la presse suisse qui se fait les dents sur la convoitise des consommateurs de magazines plus ou moins illustrés. Ce dernier né a de l'ambition, il ne l'a pas caché; il prétend rien moins que «marquer l'histoire de la presse dans notre pays». Les millions ne lui manquent pas, ni les études de marché, ni les signatures, ni les annonceurs bienveillants jusqu'à plus ample informés. La «Woche/L'Hebdo», un hebdomadaire né coiffé, lancé dans toutes les règles de l'art, rien de révolutionnaire dans les professions de foi journalistico-commerciales multipliées avant le jour J, dynamique juste ce qu'il faut pour ne pas inquiéter sans renoncer à intriguer. Le style, dans ces conditions, c'est la nuance; la première page que nous découvrirons ensemble vendredi: «Der Spiegel», en moins coup de poing en pleine poire? «Le Nouvel Observateur», en moins bon chic bon genre? «Time», en moins allégorique et sérieux?

Finalement, un hebdo de plus dira-t-on, pas de quoi en faire une indigestion, au point de saturation qui est le lot de tout téléspectateur-lecteur! Et pourtant le dernier pari de Ringier mérite d'être suivi de près. Pour toutes sortes de raisons dont celles-ci en particulier.

UNE BONNE TÊTE DE CONFÉDÉRÉ

— Ringier, éditeur. Pour lancer son nouveau produit, le président de la direction du groupe Ringier, Heinrich Oswald (64 ans), s'est fait la tête d'un bon Confédéré passe-partout, hanté par les valeurs helvétiques traditionnelles, appliqué à ne pas oublier les Romands dans l'organisation de ses grandes manœuvres («Nous donnons aux Romands une trompette pour qu'ils puissent jouer leur partition dans un domaine important de l'information» — voir DP 594). Pas une fausse note. Au point qu'on aurait été peiné que l'un de ses auteurs favoris ne soit pas Gottfried Keller; mais le dernier «Sonntags Blick» (6.9.1981) est venu à point nommé nous rassurer sur ce point. Le brave homme. On en oublierait que Ringier est surtout l'éditeur de «Blick»[1], réussite commerciale certainement, mais aussi feuille de boulevard dont les limites en fait de racolage de l'acheteur ne sont pas connues. Les lecteurs-consommateurs jugeront.

UN TROISIÈME GRAND

— Le milieu des journalistes. La mise de Ringier pour l'engagement d'une rédaction fabriquée de toutes pièces à Lausanne a secoué le milieu professionnel. Jusque-là, en simplifiant, deux grands employeurs donnaient le ton, Lousonna SA («Le Sillon romand», «TLM», «24 Heures», «La Suisse») d'un côté et la SSR de l'autre. Mais voici que, à peine «L'Hebdo» mis en scène il y a quelques mois, se multiplient les transferts, coûteux et inhabituels, à commencer par le rédacteur en chef Jacques Pilet, connu à juste titre comme l'un des fleurons du petit écran. Nul doute que l'entrée en force de ce troisième grand dans un milieu excessivement fermé va modifier en profondeur les rapports entre éditeurs et journalistes/salariés. Jusqu'où vont monter les enchères? Va-t-on voir s'affirmer, au pire un nouveau vedettariat en marge de celui, très surfait, des «têtes» de la TV, au mieux un nouveau professionnalisme de la plume? L'existence de nouveaux débouchés rédactionnels modifiera-t-elle la structure du milieu professionnel (jusqu'ici, et à l'opposé de la Suisse allemande, les journalistes «libres» romands étaient beaucoup moins nombreux que leurs collègues salariés attachés à un seul éditeur)? Les lecteurs-consommateurs apprécieront le «produit».

— La guerre des hebdos. Après le KO des journalistes promoteurs du «Temps» (niet de Lousonna SA), la voie semble libre pour «L'Hebdo» visant une «élite verticale» de «lecteurs exigeants» (*sic* Oswald). Le défi particulier de l'entreprise est que Ringier se trouve maintenant face à Ringier pour la haute main du marché en pleine mutation de l'hebdomadaire peu spécialisé. «L'Hebdo» face à «L'Illustré»: l'engagement de Théo Bouchat à la

[1] On ne va pas détailler une fois de plus tout l'empire! Qu'il suffise ici de rappeler que selon le dernier pointage de la «Schweizerische Handelszeitung», Ringier — 2775 employés, bénéfice de 14 millions de francs en 1980 — était très largement en tête des entreprises de presse suisses pour l'année dernière: 377 millions de chiffre d'affaires, le deuxième, le groupe du «Tages Anzeiger», parvenant à 232 millions et Jean Frey (précédant les deux branches de Lousonna SA) à 200 millions.

OUTRE-ATLANTIQUE

Autre échelle, autres moyens

Sur un marché potentiel de plus de 200 millions de personnes, vous trouverez toujours quelques milliers d'individus qui pensent comme vous et achèteront votre journal; d'où l'essor de la presse spécialisée aux Etats-Unis, dans tous les domaines.

Sur le plan politique, le foisonnement des publications reflétant toutes les variétés du socialisme démocratique, du travaillisme, du communisme, du trotskisme et du socialisme utopique (pour ne s'en tenir qu'à la gauche traditionnelle) défie la synthèse; leur tirage est en général très réduit et leur impact infinitésimal.

Trois journaux sortent cependant du lot, qui ont pour caractéristiques communes l'indépendance par rapport aux organisations de gauche et l'ambition d'apporter de l'information au public et non l'évangile aux militants.

direction du deuxième nommé semblait être le signe d'un pari sur la substance pour ce journal à la réputation éminement populaire; certains virages y avaient été pris (rubrique «Actuel» étoffée) qui confirmaient le diagnostic; aujourd'hui, cette nouvelle couleur de «L'Illustré»[2] fait double emploi avec l'image de «L'Hebdo». Le management de Ringier hoquette-t-il ou passe-t-on un caprice à Heinrich Oswald proche de la retraite? Le pôle romand du coup «Woche/Hebdo» pèse-t-il finalement peu au point qu'un éventuel grignotage de la clientèle de «L'Illustré» ait paru négligeable aux spécialistes du groupe? Ou à l'opposé est-ce le déclic qui fera pencher «L'Illustré» du côté de lady Diana et consorts, apparue cet été, doublon exceptionnel, deux fois de suite en page de couverture? Les lecteurs-consommateurs apprécieront le fait accompli.

[2] Au dernier pointage officiel de tirage, «L'Illustré» venait de passer la barre des 159 000 ex. (159 995 très exactement), en progression donc depuis 1977 (155 144 ex.), tandis que son homologue suisse allemand, la «Schweizer Illustrierte» dégringolait en trois ans de 292.049 ex. à 280 859 ex. (à titre de comparaison, le concurrent sérieux de «L'Illustré», en Suisse romande, reste «Radio/TV je vois tout», plus spécialisé et stable depuis trois ans à 117 000 ex.).

DÉFI À LOUSONNA SA

— Ringier, Zurich. La percée en terre romande de l'éditeur de «Blick», même si elle n'est que subsidiaire par rapport à celle lancée en Suisse allemande au détriment du concurrent de toujours Jean Frey[3], est un défi lancé aux éditeurs romands et en particulier au principal d'entre eux, Lousonna SA. Si vraiment le «créneau» était à prendre, le dynamisme de MM. Nicole, Lamunière, Payot and Co est en échec. Ou le marché suisse romand de l'hebdo, plus ou moins de «masse», est-il si inintéressant, au sens financier du terme, qu'il ne puisse être exploité qu'en annexe d'un réservoir de lecteurs et d'annonceurs plus étendu, ici la Suisse allemande, ailleurs (hebdos de tous poils) la France? Les éditeurs suisses romands de journaux ont-ils pour le moment opté pour les «nouveaux» médias, laissant à leurs concurrents la voie libre dans certains secteurs de la presse traditionnelle? Aux lecteurs-consommateurs de se

SUITE AU VERSO

[3] On sait que Jean Frey édite la «Weltwoche», tout spécialement en point de mire de «L'Hebdo». A ajouter au contentieux: le même Jean Frey envisage de lancer un quotidien sur la place de Zurich.

Le plus ancien est The Progressive *qui, sous des formes et avec des fortunes diverses, existe depuis 1909; c'était le journal de Robert La Follette, grande figure du socialisme américain qui fut gouverneur de l'Etat du Wisconsin (où se trouve toujours la rédaction) dans l'entre-deux guerres. Avec une circulation de 40 000 exemplaires, c'est un magazine de soixante-huit pages qui couvre d'une façon relativement traditionnelle l'actualité politique nationale et internationale.*

Basé à Chicago, In These Times, *«the independant socialist newspaper», est un hebdomadaire politico-culturel de vingt-quatre pages grand format réalisé par une équipe reflétant les principaux courants du socialisme américain, qui ont appuyé sa création en 1977; écrit par des professionnels, il repose cependant sur des réseaux d'information et de diffusion militants et entend favoriser l'émergence d'un mouvement socialiste de masse aux Etats-Unis. Sa circulation est de 20 000 exemplaires.*

Mais un seul journal de gauche a réellement dépassé le stade de la diffusion confidentielle: Mother Jones *(du nom d'une éminente socialiste et syndicaliste décédée en 1930), un magazine mensuel dont la circulation est de 270 000 exemplaires. Couvrant, sur soixante-huit pages (dont quelques-unes en couleurs) d'une présentation attrayante qui fait une large place à l'illustration, l'ensemble de l'actualité politique, sociale, culturelle, écologique, consumériste, féministe, etc.,* Mother Jones *s'est particulièrement fait un nom pour la qualité de ses enquêtes, résultat parfois de longs mois de travail pour toute une équipe de chercheurs. Elles sont souvent reprises par la grande presse (voire traduites dans la* Weltwoche*!).*

FACE AU BIG BUSINESS

C'est tout particulièrement au «big business» que s'intéresse Mother Jones, *qui accumule les prix de journalisme pour des reportages comme «Le scandale des biberons», qui a lancé le débat sur la vente de lait en poudre dans le tiers monde, ou celui démontrant que Ford avait sciemment mis sur le marché une voiture dangereuse, la Pinto, dont le réservoir était susceptible de prendre feu même lors d'une collision légère. Dans le numéro d'août, c'était une édifiante plongée dans l'univers stressé des travailleurs d'American Telephone & Telegraph, avec contrôle électronique du rendement et distribution de calmants par l'entreprise...*

Mother Jones *est publié à San Francisco depuis 1976 par la Fondation pour le progrès national, une organisation à but non lucratif qui comme telle bénéficie d'un statut privilégié aux Etats-Unis: les donations qui lui sont faites sont déductibles du revenu imposable du donateur. Au nombre des autres activités de la Fondation, il y a la New School for Democratic Management, Business School au service de l'autogestion et des entreprises alternatives.*

Autre échelle, autres moyens! La diffusion de DP dans le public romand lui vaudrait 600 000 exemplaires aux USA.

COMMUNICATION (SUITE)

Les millions de Ringier

débrouiller pour trier entre les sources d'information.

Finalement, on parlera bien sûr de la liberté d'expression. Mais face à Ringier libre de ses choix et de ses priorités, il ne reste que le libre arbitre du lecteur pour faire barrière à d'éventuels débordements.

MANIPULATION ET INFORMATION

On sait que Ringier, comme entreprise de presse multiforme, n'est pas libre de ses mouvements face à ses clients, que ceux-ci, annonceurs, fassent vivre ses journaux, ou assurent les bénéfices de ses imprimeries. On sait aussi que Ringier est fermement engagé dans la politique suisse des médias (campagne forcenée de critiques de la SSR dans «Blick», désistement spectaculaire dans le secteur des radios locales). On sait aussi que Ringier est capable d'orchestrer des manœuvres de grande envergure sur la scène fédérale (offensive contre Pierre Aubert tout dernièrement). Face à ce nouvel instrument dont il se dote, inutile de jeter la pierre sans autre, mais la vigilance s'impose (nous comptons bien l'assurer dans ces colonnes).

Et que l'on sache déjà décrypter le battage publicitaire organisé ces jours-ci pour la sortie du numéro un de «L'Hebdo»: le décor rédactionnel et journalistique est aussi en trompe l'œil: la phase importante de l'opération est déjà engrangée, la chasse aux annonceurs est ouverte depuis des mois. Ce succès-là était primordial.

NOUVEAUX MÉDIAS

Jusqu'à saturation du petit écran

A force de parler des «nouveaux médias», ils finissent bien par arriver. Ainsi du télétexte, dont une seconde version va être prochainement expérimentée en Suisse, deux ans après les premiers essais de Videotex (DP 516, 4.10.1979). Voilà donc venu le (dernier) moment pour faire la distinction entre ces deux moyens de télétransmission de textes, même si l'un et l'autre utilisent le petit écran du récepteur TV comme support et la technique des PTT comme intermédiaire[1].

Produit croisé de l'audiovisuel et de la télématique, le télétexte n'est au fond que l'un de ces nouveaux services que les réseaux de télécommunication offrent désormais non seulement aux usagers professionnels (systèmes de réservation, guichets automatiques, télécopie, vidéoconférences, etc.) mais aussi au grand public.
Les citoyens seront la cible, à leur domicile, d'un nombre croissant d'offres de prestations de ce genre, transmises par le téléphone, par la télévision traditionnelle, par une combinaison des deux à la fois, ou par de nouveaux réseaux (câble ou satellites). On peut toujours discuter de l'opportunité de mettre en œuvre telle ou telle technologie, mais on n'arrêtera pas les «progrès» de l'informatisation de la société, en marche vers une transparence largement illusoire.
Or donc, le télétexte donne, à tout détenteur d'un appareil de télévision modifié à cet effet, la possibilité de faire apparaître sur son petit écran des «pages» comptant 24 lignes à 40 signes de texte ou de graphiques rudimentaires, le tout en couleurs bien sûr. De par le monde technologiquement avancé, il existe plusieurs familles de systèmes de télétexte, présentement au stade expérimental ou déjà opérationnel. Selon le mode de transmission choisi pour véhiculer les signaux, on distingue fondamentalement deux types de télétexte: le «diffusé», et le «téléphoné».
Le télétexte radiodiffusé parvient aux abonnés par voie hertzienne, simultanément ou indépendamment des programmes habituels de la télévision et utilise les «lignes mortes», c'est-à-dire l'espace (de 24 lignes) séparant deux images du programme habituel (qui en comptent 625).

PIONNIERS ANGLAIS

Dans les débuts de la télévision, cet espace portait des signaux servant à l'ajustement de l'image, qui ne sont plus utilisés aujourd'hui et ont donc laissé disponible une «zone» utilisée par différents systèmes de télétexte.
Les plus anciens d'entre eux, opérationnels depuis plusieurs années en Angleterre, sont les systèmes Ceefax et Oracle, exploités respectivement par la BBC et l'émetteur commercial IBA; ces deux chaînes de télévision offrent chacune une centaine de pages de télétexte, régulièrement mises à jour, et contenant des renseignements du type météo, trafic routier, cours de la bourse, résultats sportifs, programmes de manifestations, informations-consommateurs, etc.
En France, le système Antiope, développé par le CCETT (Centre commun d'études de télévision et de télécommunications) de Rennes, en est toujours au stade expérimental; il présente l'avantage de travailler «en pleine page», en utilisant toutes les lignes du canal de télévision, et d'avoir en conséquence une capacité plus grande (environ 8000 pages offertes) et un accès plus large (élimination du temps d'attente).
En Allemagne, les éditeurs tiennent à faire paraître

[1] Pour en savoir plus sur les nouveaux médias et les différentes utilisations futures du petit écran, on peut lire notamment: Bruno Lefèvre: *Audiovisuel et télématique dans la cité*, Paris 1979. Ou l'excellent digest fait par Kasus Brephol et diffusé par la Sdes en 1980 sous le titre «Les nouveaux médias».

eux-mêmes les «pages» du journal sur l'écran, qu'ils appellent «Videozeitung» et dont l'avenir n'est pas encore réglé.

En Suisse, le journal radiodiffusé s'appellera «Teletext», tout simplement. Il va être expérimenté dès le mois prochain en Suisse alémanique, conjointement par la SSR et une série d'éditeurs (Ringier, Jean Frey, Basler Zeitung, Tages Anzeiger, Berner Zeitung, Finanz und Wirtschaft et quelques autres du nord-est du pays). Aux 2000 personnes qui auraient fait les frais d'un récepteur TV avec décodeur incorporé (Fr. 2200.— à Fr. 3200.—), 64 pages d'actualité, rédigées en commun par des journalistes de la TV suisse alémanique et des journaux précités, seront accessibles tous les jours dès midi et jusqu'à la fin des programmes habituels — entre les images desquelles elles se glissent comme dans le système Ceefax.
Annoncés le mois dernier, les essais du Teletext à l'helvétique, destinés à durer jusqu'à fin 1982 et à coûter moins d'un million selon la SSR, font déjà l'objet de vives critiques. Ces dernières portent naturellement sur le caractère relativement «primitif» (mais peu coûteux il faut le dire) du procédé, sur son manque de souplesse et sur la passivité totale du téléspectateur.

INÉVITABLES PTT

Fait intéressant — mais non surprenant — ces critiques émanent des milieux qui testent depuis des mois, indépendamment de la SSR mais avec l'inévitable exploitation des PTT, un autre système de télétexte, utilisant non pas la voie des ondes hertziennes, mais bien le réseau téléphonique avec lequel il est interconnexé: le Videotex.
Sur cette concurrence magnifique, sur l'enjeu d'une bataille peu spectaculaire mais gigantesque (voyez les choix à faire aux Etats-Unis cette semaine), nous allons revenir dans le(s) prochain(s) DP.

MÉMOIRE

Les mues du syndic de Lausanne

Nous n'avons pas l'habitude, dans DP, de participer de manière partisane aux péripéties électorales. Mais certains épisodes ont valeur exemplaire, significatifs de la chose publique et politique suisse.
Les partis du centre-droit n'acceptent pas d'intégrer franchement le parti socialiste dans la règle du jeu démocratique. Telle est l'observation constante et générale.
Intégration, certes, dans le partage des responsabilités dans la mesure où des magistrats socialistes participent. Rappel des règles de la collégialité, etc. Du côté de la droite économique de même, on ne manque aucune occasion de faire valoir la stabilité des institutions suisses; on évoque dans un lyrisme de prospectus le «consensus» national: cette stabilité est attrayante pour les résidents étrangers, pour les capitaux étrangers et nous en passons.
Dans ces conditions, la règle voudrait que chaque parti se présente, pour son compte, devant le peuple; et que, par «consensus» authentique, on admette pour les scrutins majoritaires les tendances clairement exprimées dans les élections qui ont lieu à la proportionnelle. Or tel n'est pas le cas. Dès qu'il s'agit de l'élection du Conseil des Etats, des municipalités et du Conseil d'Etat — c'est le cas dans le canton de Vaud, mais aussi ailleurs — on voit ressurgir des coalitions centre-droit destinées à barrer la route (c'est le terme consacré) aux socialo-communistes, aux socialo-bureaucrates, etc. En réalité, il s'agit simplement de défendre les positions acquises et les privilèges que, inévitablement, tout pouvoir sécrète.
Lausanne est, pour le politologue à la recherche du cas d'école, un papillon digne d'être épinglé; et M. Martin, syndic, une chenille à mues digne d'être collectionnée.
Données pour la compréhension du cas.
Composition actuelle de la Municipalité lausannoise: trois socialistes, deux radicaux dont le syndic, un libéral et un écologiste.
Le syndic, M. Martin donc, a été élu tacitement il y a quelques mois seulement, après le départ pour le Château (exécutif cantonal vaudois) de M. Delamuraz. L'élection fut tacite en raison de la proximité des élections générales; le «statu quo» pouvait subsister pour quelques mois.

M. Martin, radical, tendance gentil avec tout le monde, s'était défini dans son discours du trône au moment où il prit il y a deux ans la présidence du parti radical vaudois comme un homme de centre-gauche. Discours très remarqué, notamment pour quelques vérités servies au parti libéral.
Elu syndic de transition, M. Martin admettait dans ses déclarations personnelles qu'aux élections générales la clarté exigerait que chaque parti se présente pour son compte.
Sa volonté d'indépendance avait dû être renforcée, pouvait-on penser, par l'agressivité libérale à l'égard du parti radical: après la contestation ouvertement déclarée, au second tour des dernières élections cantonales, d'un siège radical au Conseil d'Etat, voyez les attaques des libéraux contre la réforme scolaire du radical Junod et les attaques concentrées sur la gestion du Centre hospitalier et universitaire vaudois (CHUV) du radical Perey!

Les élections municipales lausannoises seront la première application du système majoritaire. Vu les forces en présence, aucun parti n'atteindra la majorité absolue au premier tour; l'occasion était donc favorable pour se compter à travers les formations politiques en présence.
C'est dans ces circonstances que M. Martin participe à une conférence de presse pour annoncer une coalition radicale-libérale, avec liste unique, dès le premier tour.

On n'est pas politicien sans faculté d'oubli, pour soi et pour les autres, mais quelques mois, c'est trop peu même pour les normes minimales de la mémoire courte.