Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1981)
Heft: 582

Artikel: Pas de concurrents pour les Japonais
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1011967

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

REÇU ET LU

Pas de concurrents pour les Japonais

Les Japonais sont là, en force, dans ce secteur comme ailleurs: les trois quarts du marché mondial de la vidéo sont articulés sur des systèmes mis au point par les Japonais. En Europe, seul Philips fait encore front, alors qu'il avait été le premier au monde (suivi de peu par Grundig) en 1971 à lancer un magnétoscope domestique. L'offensive japonaise date de 1975, quatre ans donc après la percée du géant industriel hollandais, lorsque Sony lance sur le marché le système Betamax (le groupe Betamax aujourd'hui: Sony, Sanyo Electric, Toshiba et Nippon Electric), qui n'a pas de concurrents sérieux aux Etats-Unis. En 1976, un autre Japonais se met sur les rangs: Matsushita Electric Industrial avec le système VHS élaboré par la Japan Victor Company (le groupe VHS comprend, outre les deux compagnies déjà citées, Hitachi, Sharp Corporation et Mitsubishi Electric Corp.). Les trois pages consacrées par le dernier numéro du mensuel économique suisse allemand «Bilanz» (mars 1981) et qui sont comme un écho de l'enquête publiée fin novembre dernier en Allemagne par le «Spiegel» (24.11.1981), font opportunément le point de la montée de la vidéo — avec, en point de mire, un bouleversement évident des habitudes des télespectateurs — et des magnétoscopes: en 1980, 18 000 appareils ont été vendus dans notre pays, dont 55% marqués VHS, 30% Betamax et 15% Vidéo 2000 (Grundig/Philips); on s'attend, pour l'année en cours, à une vente en très nette augmentation, soit quelque 25 000 appareils, toujours plus japonais, comme il se doit.

Dans son «Bulletin» de novembre, le Crédit Suisse notait que le degré de pénétration du marché vidéo était encore «faible» à fin 1979, soit environ 4,4% au Japon et 1,6% aux Etats-Unis. Mais la forte saturation du marché des téléviseurs couleurs (87% aux Etats-Unis et 95% au Japon) ne pouvait qu'être favorable à l'essor des ventes des appareils vidéos. Et du reste, les premiers chiffres à disposition pour 1980 étaient pour le moins impressionnants: pour les cinq premiers mois de l'année, le chiffre d'affaires s'était accru de 93% par rapport à la période correspondante de 1979 (l'ensemble du marché vidéo grand public pour 1980 était estimé, toujours pour l'an passé, à 3,5 millions d'unités), les vendeurs japonais espérant pouvoir passer de 330 000 ventes d'appareils par mois à près de 400 000.

— Dans le dernier numéro de «tell» (27.2.1981), la retranscription «sans coupures» d'une interview d'un journaliste du «Tages Anzeiger», spécialisé dans la politique étrangère, membre de l'Union suisse des journalistes (Vpod) et qui ne fait plus partie de la rédaction du quotidien zurichois depuis le 11 février dernier, date à laquelle il s'est embarqué pour l'Est asiatique, billet simple course: trois pages serrées qui tentent de cerner le climat qui règne dans le grand journal zurichois après les événements que l'on sait. Inquiétant.

— La «Basler Zeitung» publiait samedi passé sa deuxième «page médias» avec une centaine de lignes signées Jürg Frischknecht, qui s'affirme de semaine en semaine comme un des meilleurs spécialistes suisses de l'information sur ces sujets où ne règne pas la transparence la plus évidente: le journaliste zurichois, cette fois-ci, situe la pénétration de Ringier en Allemagne fédérale. Prochaine étape: le lancement de la revue «Natur» (cible visée: 150 000 exemplaires) qui coiffera toute une série de publications de moyenne envergure et très spécialisées, déjà offertes régulièrement au public allemand.

— Retombées des dernières grèves et autres arrêts de travail organisées par le Syndicat du Livre et du Papier à travers la Suisse: de semaine en semaine, «Le Gutenberg», organe dudit syndicat, ouvre ses colonnes à un règlement de comptes entre divers courants représentés parmi les «typos», et particulièrement à une tentative d'éclaircissement du rôle joué par les membres du PSO (ex-LMR) dans les derniers conflits. Un exercice délicat, mais mené avec une liberté de ton unique dans les rangs syndicaux.

A noter dans la livraison du «Gut» datée du 26 février, une page entière, remarquable de précision, consacrée à la dernière étape de la modernisation des installations des Imprimeries Réunies («TLM», «24 Heures», etc.). Et entre autres, cette profession de foi patronale: «En Suisse roulent 38 rotatives offset avec four de séchage. Deux unités seulement sont installées dans la région lémanique! Il y a disproportion criante entre la Suisse allemande et la Suisse romande. Il faut noter que le marché est en expansion dans notre pays (8 à 10% par année)... Si l'on veut rester dans la course, aller discuter où se prennent les décisions (à Zurich, à Bâle), il s'agit d'être compétitif.»

— Pas reçu et donc pas lu. Déjà plus d'une semaine sans le quotidien «Libération». L'actualité française (et internationale) n'est plus ce qu'elle était.

BOYCOTTAGES

Le renquilleur de «La Suisse» signalait donc le 22 février que le directeur de la Société privée de gérance avait décidé de ne plus confier sa publicité à ce journal à la suite de critiques d'un chroniqueur (économique) contre quelques pratiques de régisseurs.

Après l'intervention d'un député radical au Grand Conseil fribourgeois pour essayer d'influencer la ligne de «La Liberté» en exerçant une influence sur les ordres d'impression confiés à l'Imprimerie de Saint-Paul, l'exemple genevois montre que seule l'absence de publicité et d'autres formes de dépendances assurent la liberté d'expression.