Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 23 (1986)
Heft: 826

Titelseiten

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: 07.12.2025

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

J. A. 1000 Lausanne 1

Hebdomadaire romand
Nº 826 3 juillet 1986

Rédacteur responsable:
Jean-Daniel Delley

Rédacteur:
Marc-André Miserez

Ont collaboré à ce numéro:
Jean-Pierre Bossy
François Brutsch
André Gavillet
Yvette Jaggi
Charles-F. Pochon

Points de vue:
Jeanlouis Cornuz
Jacques Guyaz

Abonnement
pour une année: 60 francs,
jusqu'à fin 1986: 30 francs
Vingt-troisième année

Administration, rédaction:
1002 Lausanne, case 2612
1003 Lausanne, Saint-Pierre 1
Tél. 021/22 69 10
CCP 10-155 27

Imprimerie des Arts et Métiers SA

826

Domaine public

Si tu vas acheter le journal, n'oublie pas ton cabas!

Fini le temps de ces images de chiens bien dressés apportant à leur maître, dans leur gueule, le journal du jour. Même les fortes races n'ont plus aujourd'hui la gueule assez forte pour les suppléments encartés.
Ça bouge donc dans la presse romande!
Et après la guerre de frontière et de position sur la Promenthouse, ou dans les lointaines marches jurassiennes et valaisannes, entre La Suisse *et* Le Matin, *la guerre de mouvement a commencé. Chacun joue le supplément hebdomadaire, à la manière du* Figaro*:* Femina *pour l'un,* Radio-TV *pour l'autre.*

Mais quoi derrière cette stratégie?
Il est généralement admis que les dépenses publicitaires vont augmenter de 3 à 4% l'an. Au profit de qui ce marché en expansion?
Il est certain que la télévision, avec la multiplication des chaînes commerciales, va absorber l'essentiel des ressources supplémentaires consacrées à la publicité.

D'où l'intérêt des grands groupes de presse pour tous les projets de télévision privée, avec d'étonnantes alliances entre concurrents. Les positions dominantes de quelques grands quotidiens risquent de déboucher à terme sur des cartels multi-médias, évolution pleine de dangers pour la démocratie.
Mais, dans l'immédiat, chaque groupe a l'obligation de se consolider. Car le succès de la TV signifie la prédominance accrue de la publicité nationale ou régionale: ce marché n'est accessible pour la presse écrite que par le renforcement du tirage, hebdomadairement, sur un jour choisi: d'où les magazines encartés, l'objectif devant être, à l'échelle romande, un tirage entre 150 000 et 200 000 exemplaires.

On peut s'en réjouir dans la mesure où la presse écrite s'efforce ainsi de maintenir ses positions face à l'audio-visuel. Mais il faut voir aussi quelles sont les servitudes. Les hebdomadaires encartés sont faits souvent avec des moyens rédactionnels limités. On achète donc des reportages d'agence tous semblables. La grille est fortement identique: les vacances dépaysantes, le menton avec barbe de trois jours de Christophe Lambert, les nouveaux quelque chose: les nouveaux patrons, les nouvelles femmes de quarante ans, un portrait d'une non-vedette, etc.
Cette presse-là, inséparable de l'image et de la couleur, est plus visuelle qu'écrite, plus image que verbe, plus stéréotype que style.
La presse écrite, au sens strict du terme, révèle pourtant sa vitalité. Pour se limiter à des exemples classiques, la NZZ *a réalisé une remarquable progression et* Le Monde *a réussi son redressement. Les titres régionaux suisses sont en général d'un niveau supérieur à leurs équivalents français.*

Mais les grandes manœuvres ont commencé!
Et il est à craindre qu'elles n'aboutissent à un appauvrissement de l'écrit.
DP sort hebdomadairement, avec un très petit budget, vit sans annonces et, pratiquement, sans frais généraux. Je ne sais si cette pauvreté est vertu. Mais à l'heure où les grands font mouvement, elle a un sens.

A. G.