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

Autor(en): **Gavillet, André**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **23 (1986)**

Heft 826

PDF erstellt am: **29.04.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-1022945

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://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.