Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 23 (1986)
Heft: 829

Rubrik: Presse quotidienne

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: 06.12.2025

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

PRESSE QUOTIDIENNE

Le marché genevois est saturé

La bataille concurrentielle que se livrent les grands quotidiens genevois et lausannois se déplace sur le terrain des suppléments. Après l'accord conclu par *La Suisse* avec l'hebdomadaire *Radio TV-Je vois tout*, la *Tribune de Genève* s'est associée au *Matin* pour sortir un supplément commun, *Télé-Top Matin*.

Cette nouvelle guerre des suppléments fait partie du mouvement de concentration de la presse romande. Elle est aussi un des aspects visibles de la crise d'existence des quotidiens genevois dont l'expansion se heurte aux frontières étroites. Du point de vue commercial, le marché genevois est devenu trop petit pour quatre quotidiens.

Le calcul est assez simple: la diffusion des quotidiens genévois dans le canton atteint 122 000 exemplaires (sans les exemplaires envoyés dans les autres cantons). Le canton compte environ 180 000 ménages dont un tiers d'étrangers qui ne sont pas de grands lecteurs de journaux suisses.

Des derniers chiffres de la REMP[1], il ressort qu'environ 82% des Romands lisent un quotidien (chiffre en légère baisse). Partant de l'hypothèse qu'il n'est plus possible d'augmenter la diffusion en vendant *deux* quotidiens au même lecteur, toute expansion d'un quotidien à l'intérieur du canton doit se faire aux dépens d'un concurrent. C'est le système des vases communicants. Le tirage total plafonne depuis des années, mais il oscille entre les différents journaux, notamment entre *La Suisse* et la *Tribune de Genève*.

Nous ajoutons une autre hypothèse: le quotidien populaire «grand public» peut parvenir à augmenter son tirage à court ou moyen terme, mais son avenir est très compromis, face à la télévision qui devient son premier concurrent. Le Téléjournal est aujourd'hui de loin le premier quotidien populaire des Romands. Il continue à attirer un public qui progressivement abandonne la lecture quotidienne de la presse.

Les éditeurs des deux grands quotidiens genevois tentent, depuis quelques années, de rendre leurs journaux plus populaires et plus attrayants pour gagner de nouveaux lecteurs. Ces nouveaux lecteurs sont les jeunes qui lisent de moins en moins; tous les sondages le prouvent. Ils trouvent que la télévision leur offre les mêmes informations, de façon plus divertissante, consommables sans aucun effort personnel.

Il semble donc logique que les grands quotidiens cherchent des solutions sur un autre terrain, celui des suppléments TV, intégrant les hebdomadaires indépendants et en créant de nouveaux, pour attirer les «télé-lecteurs». Derrière l'intention d'offrir aux lecteurs un magazine plus attrayant, il y a une stratégie qui vise d'abord les annonceurs, en leur proposant la couleur et des tirages cumulés. Le lecteur, qui ne paie pas le prix que coûte le quotidien, servira indirectement à faire rentrer l'argent par le tarif publicitaire augmenté.

A plus long terme (et vu le coût de ces magazines) on pourra imaginer que d'autres quotidiens s'associeront au même supplément, pour des raisons financières et de convenance. Ils se rendront compte que pour une partie du public, ce sera le supplément qui fera vendre le quotidien!

Ceci ne résoud pas le problème du marché genevois: à l'avenir, le lecteur aura le choix entre deux magazines TV en couleur et sur papier glacé. Mais il n'y aura peut-être plus quatre quotidiens.

Ernst Bollinger

	Tirage	dont diffusion dans le canton de Genève
La Suisse	70 000	47 000
Tribune de Genève	64 000	55 000
Journal de Genève	20 000	14 000
Le Courrier	6 000	6 000
Total	160 000	122 000

[1] Recherches et Etudes des Moyens publicitaires SA.

AFRIQUE DU SUD

Pour tout l'or du Cap

Les 5 et 6 septembre prochains se tiendra, à l'Hôtel Mövenpick d'Egerkingen, au croisement des autoroutes N1 et N2, le troisième séminaire sur l'Afrique du Sud, organisé par le Groupe d'études sur l'Afrique australe (ASA). Créé voici quatre ans, ce club réunit des représentants «de la science, de la politique, du militaire et de la presse», désireux de corriger les informations partiales et entachées d'idéologie paraissant sur l'Afrique du Sud. Par-delà la «contre-propagande» ainsi organisée, l'ASA se préoccupe surtout de l'enjeu stratégique et économique que représente l'immense richesse de l'Afrique australe, comme en témoigne le contenu des 58 numéros du *Bulletin ASA* parus à ce jour.

Présidée par l'ultra-conservateur Christoph Blocher (conseiller national, président de l'UDC zurichoise et de la nouvelle «Action pour une Suisse indépendante et neutre»), l'ASA organise également des voyages en Afrique du Sud, où l'on combine sans complexe les joies touristiques et les «contacts informels» avec toutes sortes de personnalités de l'économie sud africaine, ainsi que des filiales suisses à Johannesburg. Il reste cinq places pour le prochain voyage du 18 octobre au 8 novembre 1986. **Y J**

LE CRÉDIT SUISSE EN SELLE

Lu dans le *Cavalier Romand* de mai 1986: «L'ASEA a trouvé l'argent là où il y en a: le Crédit Suisse devient pour trois ans le sponsor principal des cavaliers suisses! Le 21 mars, une convention a été passée entre la grande banque et l'ASEA, ce qui assure à cette dernière en plus d'un soutien financier (on parle de trois cent mille francs par an) diverses prestations (infrastructure, etc.).»