Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 30 (1993)
Heft: 1126

Rubrik: Presse suisse

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: 09.12.2025

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

PRESSE SUISSE

L'éditeur, le lecteur et le marché publicitaire

Les éditeurs de journaux aiment à parler de l'intérêt des lecteurs. Mais les annonceurs sont rarement étrangers aux changements qui touchent la plupart des quotidiens du pays.

(*pi*) Difficile, le métier d'éditeur de presse: leur mission «historique» et première consiste à vendre de l'information à des lecteurs, mais leur principale source de financement provient de la vente de lecteurs à des annonceurs. Le *Nouveau Quotidien*, qui a modifié son plan de parution en abandonnant son édition du dimanche et en se concentrant sur les cinq jours «ouvrables» de la semaine, ne fait que s'adapter à cette dure et incontournable réalité: que nombre de journaux dominicaux soient volés dans les caissettes n'est guère important, du point de vue financier, en regard du manque de publicité qui affecte le titre ce jour-là.

Quant à la suppression de l'édition du samedi, est-elle vraiment due au fait que la plupart des abonnés actuels, qui ont payé pour cinq journaux hebdomadaires (du mardi au samedi), ne pourraient en recevoir six pour le même prix ? Ou bien s'agissait-il plutôt de concentrer les pages publicitaires sur un nombre restreint d'éditions ? Dans ses explications aux lecteurs, Jacques Pilet parle d'«innovation» et de «précéder l'évolution du temps», mais aussi des «conditions économiques actuelles». Celles-ci ont certainement contribué à rendre celle-là nécessaire. Encore que le *Nouveau Quotidien* ne soit pas le premier... quotidien à ne paraître que cinq jours par semaine, du lundi au vendredi: ce fut le cas par exemple, durant quelques années, du *Quotidien de la Côte*.

Moins de pub, moins de titres

Cette restructuration de l'offre aux lecteurs pour correspondre si ce n'est aux désirs, du moins aux préférences des annonceurs, n'est pas isolée. Elle s'inscrit dans une tendance générale de concentration et de regroupements, rendus nécessaires non pas pour faire face à un lectorat en diminution, mais pour réagir à une baisse de la publicité. C'est clairement ce qu'annoncent les éditeurs des sept quotidiens qui se sont regroupés dans *Swiss pool*, collaboration qui sera effective dès l'année prochaine: en offrant à leurs clients une couverture presque nationale et un rabais de 10%, ils espèrent une modification de la répartition des budgets publicitaires en leur faveur. Devraient en faire les frais, selon eux, la télévision et les autres formes de publicité (affichage, envois directs, etc). Mais la faible part du marché publicitaire détenu par la télévision en comparaison internationale fait que l'on devrait plutôt assister à un déplacement des annonces à l'intérieur de la presse écrite, au détriment des titres qui ne font pas partie de Swiss pool.

A grands journaux, grands regroupements

Les journaux de l'arc jurassien ont d'ailleurs anticipé cette nouvelle concurrence et proposeront à partir du 1er juin *4 x 4 plus*, un pool publicitaire également géré par Publicitas et qui regroupe l'*Impartial*, le *Journal du Jura*, le *Quotidien jurassien* (fruit de la fusion du *Pays* et du *Démocrate*) et l'*Express*. Une réponse qui n'est pour l'instant que trop partielle, parce que limitée à une région. Il faut savoir en effet que les annonceurs tiennent compte de deux facteurs dans leurs choix: le coût par lecteur atteint et la simplicité des démarches pour atteindre ces lecteurs. En ce sens, les pool jouent sur les deux tableaux: la simplification en offrant aux annonceurs un maximum de lecteurs en une seule démarche, et un moindre coût grâce aux rabais. Ainsi la même logique, qui est à l'avantage des grands journaux et au détriment des petits dans la recherche de publicité, risque-t-elle de s'appliquer également aux regroupements; révélateurs à ce titre les rabais consentis: 10% par *Swiss pool*, mais jusqu'à 30% par *4 x 4 plus*.

Le mouvement de concentration qui touche aussi bien la partie rédactionnelle des journaux (voir notamment *Tribune de Genève – 24 Heures* et les deux quotidiens jurassiens) que les offres publicitaires devrait donc logiquement se poursuivre maintenant dans la presse régionale: *4 x 4 plus*, pour être une véritable réponse à *Swiss pool*, devrait regrouper non seulement les journaux de l'arc jurassien, mais aussi par exemple la *Liberté*, de Fribourg, et le *Nouvelliste* valaisan, ainsi que des titres régionaux alémaniques.

Publicitas, carrefour central

Le rôle de Publicitas et son influence indirecte dans les affaires des journaux est une nouvelle fois en question. Si la grande régie a été correcte jusqu'à maintenant en gérant aussi bien *Swiss pool* que *4 x 4 plus*, que se passera-t-il le jour où les journaux régionaux seront capables d'un regroupement suffisant pour concurrencer leurs grands frères ? On sait que Publicitas et Edipresse, même si leurs relations ne sont pas au beau fixe, possèdent en commun (25% pour la première et 75% pour la seconde) la société faîtière qui détient toutes les participations romandes d'Edipresse. Or cette société est directe-

MÉDIAS

Les éditeurs de la *Berner Zeitung* ont sorti une édition zurichoise le 1er mai, jour où les journaux ne paraissent pas à Zurich. Douze mille exemplaires ont été distribués gratuitement; le journal notait que le *Röstigraben* commence, pour certains confédérés, à l'est de Berne. C'est donc un numéro de rapprochement entre l'ours brun de Berne et l'ours de Zurich qui a été publié.

La même *Berner Zeitung*, pour s'assurer la fidélité de ses abonnés, vient de créer des abonnements pour deux ans à prix réduit.

Liste des publications de la maison Ringier énumérées dans la *Werbe Woche*: treize en Suisse, dont trois en français, neuf en Allemagne, quatorze en République Tchèque, dix en Slovaquie, une en Pologne, en Bulgarie et en Roumanie. Michael Ringier peut à juste titre envisager l'accession à la ligue européenne des éditeurs, pour parler comme les sportifs.

PROJET «GÉNOME HUMAIN»

Les battants de demain: génétiquement corrects

(*ge*) Le projet «Génomeumain» va de l'avant. Connaître les séquences critiques de notre ADN dont la mutation conduit à des maladies graves, tel est l'avantage indéniable du projet; mais pour longtemps la connaissance sera de l'ordre du diagnostic seulement; le traitement, différent pour chaque maladie, n'est attendu que dix, vingt ou trente ans après la découverte de la mutation. De ces nouvelles connaissances pourrait naître la tentation de l'eugénisme; il existe en fait un danger beaucoup plus réel: l'utilisation des découvertes du génie génétique par les employeurs et les assureurs.

Prédisons que dans dix ou vingt ans, chacun possédera sur disque compact toutes les séquences de ses gènes, et par conséquent la liste complète des mutations du génotype individuel. Pour un certain nombre de maladies génétiques simples, la prédiction sera directe, la mutation entraînant toujours la maladie (par exemple la maladie de Huntington). Mais pour le plus grand nombre d'affections sérieuses il s'agit de prédisposition génétique. Leur détection permettra de faire des prédictions du genre: tel jeune homme sain, candidat à l'emploi de pilote de ligne, a un risque de 50% d'avoir une attaque avant 45 ans; tel nouveau-né sain développera «certainement» la maladie d'Alzheimer dans sa vieillesse; ces prédictions sont de nature statistique.

Aujourd'hui on ne s'oppose guère à des tests d'aptitude en relation avec certains métiers. Ainsi on découragera les hémophiles de devenir bouchers et un daltonien renoncera à postuler chez Caran d'Ache. Mais il semblera injuste à beaucoup qu'un employeur potentiel puisse savoir si tel jeune homme en bonne santé a un gène muté de sorte qu'il risque de développer une maladie débilitante beaucoup plus tard dans sa vie. Le progrès scientifique ici ne fait que souligner une injustice génétique, parfois mortelle.

Demain, les assureurs exigeront de se servir de tests de prédisposition génétique pour établir leurs contrats privés fondés sur la bonne foi des contractants. Pour des raisons économiques, les employeurs auront intérêt à minimiser les pertes de productivité associées à la maladie. Cela représenterait pour eux un avantage fondamental dans la compétition économique. Les employeurs chercheront à accéder à notre génotype; tout dans notre système économique les y pousse.

Il y aura les protestataires qui refuseront de dévoiler leur identité génétique, et ceux qui refuseront les tests en ne voulant pas en connaître les résultats. Ces deux groupes pourraient être rapidement marginalisés; en effet naîtront des clubs privés réservés aux gens en bonne santé génétique. Et comment éviter le cas du chercheur d'emploi qui, sans en être sollicité, montrerait son carnet de bonne santé génétique à son employeur potentiel ?

On se rendra compte que l'injustice génétique est tellement grande qu'il sera peut-être légal de présenter une identité génétique falsifiée à son employeur (en Allemagne, la Cour suprême vient de décider qu'une femme enceinte peut mentir à un employeur au sujet de son état). A partir de là les employeurs seront beaucoup moins intéressés à l'identité génétique de leurs employés.

Mais en dehors de ces excès, des lois et assurances publiques vont être nécessaires pour protéger ceux qui sont désavantagés génétiquement. Le droit à la sphère privée n'est pas suffisant, si malgré ce droit on n'a plus accès au travail, à la santé. La justice sociale doit compenser l'injustice génétique.

On est sur le point de remplacer les droits de l'homme par les droits d'un homme en fonction de ses prédispositions génétiques. Il s'agit d'un bouleversement absolument extraordinaire de nos sociétés. Le rôle des biologistes est de dire qu'il est suicidaire de ne pas engager des actions législatives, nationales et internationales. ■

Voir aussi: J.-Y. Nau: «Un entretien avec le professeur Axel Kahn», *in Le Monde*, 28 avril 1993; B. Müller-Hill: «The shadow of genetic injustice», *in Nature* 362 (1993).

Dans dix ou vingt ans, chacun possédera toutes les séquences de ses gènes sur disque compact. Faudra-t-il le présenter à son futur employeur ou à son assureur ?

---

ment intéressée par les deux titres romands faisant partie de *Swiss pool*: *24 heures* et la *Tribune de Genève*. La Commission des cartels aura l'occasion de se prononcer sur la question dans le cadre de son enquête sur la concentration dans la presse suisse. Elle a en effet reporté à fin juin la présentation de son rapport au Conseil fédéral et à l'été sa publication, à cause de plusieurs points de désaccord entre ses membres. Ce retard lui permettra de donner son avis sur ces nouvelles données.

Edipresse – Ringier... orage en vue ?

Il est clair en tout cas qu'Edipresse, grâce à son réseau de journaux et à ses liens avec Publicitas, sort gagnant à tous les coups: dans *Swiss pool*, c'est la *Tribune de Genève* qui a été choisie plutôt que la *Suisse*, dont le sort paraît de plus en plus incertain. Dans un autre genre de regroupement, le grand éditeur lausannois pourrait opposer le *Nouveau Quotidien* au *Journal de Genève*, ou jouer de sa participation au *Nouvelliste* pour empêcher la constitution d'un véritable pool de la presse régionale.

Mais d'un autre côté, la participation d'Edipresse à *Swiss pool* pourrait bien compromettre sa collaboration avec Ringier, concrétisée par une participation de 20% de l'éditeur alémanique au *Nouveau Quotidien*. Une collaboration qui pourrait se transformer en concurrence directe: on parle du possible rachat par Ringier d'un journal qui viendrait faire de l'ombre à un titre Edipresse. Aucun des titres Ringier (*Bund*, *Luzerner Neueste Nachrichten* et *Blick*) n'est en effet membre du pool, alors que les deux premiers sont en concurrence avec des quotidiens qui en font partie (*Berner Zeitung* et *Luzerner Zeitung*). ■