Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 30 (1993)
Heft: 1146

Artikel: Pouce pour la pub
Autor: Imhof, Pierre
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1011782

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

d'une imposition des bénéfices à tarif préférentiel, de factures de télécommunication divisées par deux et d'une aide à la diffusion hors des frontières. En contrepartie, les journaux ont une obligation de transparence unique en Europe. La publication d'un impressum complet est exigée dans chaque édition, avec mention du nom du rédacteur en chef et du directeur de publication, mais aussi de son propriétaire ou de ses actionnaires principaux. En outre, les lecteurs doivent être informés lorsque plus d'un tiers des actions ou des droits de vote changent de mains, ce changement devant être approuvé par le conseil d'administration ou de surveillance du journal. ■

La charte Edipresse

(*pi*) Edipresse a donc adopté — et rendu publique — la charte du groupe. L'éditeur lausannois y reconnaît sa position dominante, qui pourrait encore se renforcer «par suite de nouvelles défections de la concurrence», et les responsabilités qu'elle lui confère. Commentaires.

L'éditeur s'engage à préserver son indépendance sur le plan politique. Ce même souci est affirmé dans les rapports entre l'éditeur et ses publications, celui-là assurant l'indépendance de celles-ci. La sincérité des responsables d'Edipresse sur ce point correspond à des contraintes commerciales: l'indépendance, voire la distance, par rapport aux partis et aux classes dirigeantes, est devenu argument de vente et sinscrit dans l'apolitisme ambiant. Et cette profession de foi d'indépendance est précédée d'un saucissonnage du marché et de la répartition des tranches entre les publications du groupe: populaire-bistrot pour le *Matin*, familial pour *24 Heures* et la *Tribune de Genève*, intello-féminin-dans le vent pour le *Nouveau Quotidien*. La liberté de manœuvre des rédactions vis-à-vis de leur éditeur est certes assurée, mais à l'intérieur d'un créneau intellectuel et commercial prédéfini. Système qui rassure la Commission des cartels: la diversité des opinions pouvant s'exprimer dans la presse n'a pas à souffrir d'une concentration de titres aux mains d'un éditeur puissant. Système qui correspond aussi aux intérêts financiers de l'éditeur: il occupe l'entier du marché, mais ne peut le faire qu'en proposant plusieurs publications.

Au chapitre de la liberté d'expression, on est renvoyé aux chartes rédactionnelles des publications: elles auraient dû être annexées à la charte générale du groupe afin de pouvoir juger sur pièces de la traduction des principes dans les faits. Et ce d'autant plus que l'éditeur entend exercer une influence active auprès des sources d'informations pour faire tomber les obstacles inutiles que rencontrent les journalistes dans l'exercice de leur profession. Faut-il rappeler qu'Edipresse est aussi une source d'information ? On attend encore la publication des comptes consolidés du groupe chapeautant l'ensemble des activités de presse ainsi que ceux par titre, ne serait-ce qu'en gage de la transparence qui est réclamée aux autres.

A faire figurer dans la colonne des actifs pour la profession de journaliste la reconnaissance de leur principal syndicat comme partenaire social et l'engagement de l'éditeur à ne pas profiter de sa situation pour frapper d'interdit un journaliste licencié par un des titres du groupe. L'importance d'Edipresse pourrait finalement être une chance pour la Fédération suisse des journalistes, dont les sections Vaud et Genève vont d'ailleurs fusionner pour répondre à son omniprésence sur le bassin lémanique. Concernant un grand employeur, les accords négociés s'étendent à davantage de travailleurs que dans le cas d'une multitude de petits patrons dont une partie n'applique pas les conventions collectives. Et, pour autant que le syndicat se donne les moyens de lutte nécessaires et sache se montrer à la hauteur de la tâche, les possibilités de pression dont il dispose sont aussi plus importantes. A lui notamment de veiller à ce que la charte Edipresse et celles de ses publications ne s'endorment pas au fond d'un tiroir. ■

EDIPRESSE

par l'intermédiaire que Presse publications SR SA, société qu'elle détient à 75%, Publicitas possédant les 25% restants, contrôle les quotidiens suivants:

24 Heures 93 400 ex.

Le Matin 58 500 ex.

Le Matin-Dimanche 178 100 ex.

Le Nouveau Quotidien 35 000 ex.

La Tribune de Genève 58 300 ex.

La même société possède des participations notamment à Rhône-Média (le *Nouvelliste*, VS) et à l'Imprimerie du Démocrate (le *Quotidien jurassien*).

Elle édite également *Télé top Matin*, *Femina*, le *Sillon romand*, *Bilan* et *Optima*.

Pouce pour la pub

(*pi*) La décision de Denner de ne plus placer d'annonces dans les journaux du groupe Ringier après la publication d'un article critique dans *Cash* avait fait grand bruit (DP nº 1136 du 26.8.93), comme chaque fois du reste qu'un annonceur tente de faire pression sur une rédaction. Le cas inverse existe aussi. La Commission des cartels a ainsi enquêté sur le refus du magazine de tennis *Smash* d'insérer les annonces d'un distributeur de matériel de tennis s'approvisionnant à l'étranger et ne pratiquant pas les prix imposés par le cartel de sa branche. *Smash*, qui est le seul magazine spécialisé à l'échelle nationale, craint de perdre les annonceurs faisant partie du réseau «officiel» s'il insère les publicités du discounter.

Pour la Commission des cartels, il y a abus de position dominante; elle recommande donc au magazine de changer de pratique, mais renonce à présenter une requête au Département de l'économie publique visant à transformer sa recommandation en décision contraignante. L'affaire, selon elle, ne touche l'intérêt général que marginalement.

Le petit monde du tennis ne sera certes pas bouleversé, que *Smash* donne ou non suite aux recommandations de la commission. Mais il est étonnant de voir que l'organisme chargé de lutter, avec peu de moyens, contre l'abus des cartels ne soutient et ne protège pas davantage les commerçants francs-tireurs qui alimentent concrètement la concurrence. ■