

**Zeitschrift:** Domaine public  
**Herausgeber:** Domaine public  
**Band:** 33 (1996)  
**Heft:** 1259

**Rubrik:** En coulisses

### **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:** 30.04.2026

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

•••

cette crainte s'est révélée fondée, comme en témoigne un débat récemment organisé à Lausanne par la section suisse de Reporters sans frontières et le syndicat lémanique des journalistes, sur le thème «Journalistes ou lobbyistes?». Mais les lecteurs romands, ceux-là mêmes que les quotidiens avaient appelés à se mobiliser pour la défense de Cointrin, n'ont pas eu droit à un compte rendu dans leurs journaux. Seule *La Liberté*, reprise par le *Courrier* dans ses pages communes avec le quotidien fribourgeois, a daigné répercuter le débat, sous la plume de son rédacteur en chef Roger de Diesbach. A quoi il faut ajouter l'article de Jean-Martin Büttner, le très attentif et subtil correspondant romand du *Tages Anzeiger* de Zurich.

### Hystérie médiatique

Sur la base de ces deux comptes rendus, on constate que le débat a révélé un très profond mécontentement parmi les journalistes présents, embrigadés dans cette mobilisation générale, souvent contre leur gré. Elisabeth Eckert de *L'Hebdo* a dénoncé le phénomène «d'hystérie médiatique» qui exige semaine après semaine un thème porteur: aujourd'hui Cointrin, demain la vache folle, après-demain le chômage des jeunes (voir encadré). Dans ces conditions, le sens critique devient superflu: ainsi un article répercutant la relative indifférence des multinationales installées en Suisse romande face à la décision de *Swissair* n'a pas trouvé place dans les colonnes de l'hebdomadaire «bon pour la tête». D'autres collègues ont également mentionné quelques libertés prises avec les faits par les rédactions, au nom de la bonne cause romande.

### Engagement et autocritique

Face à ces critiques sévères, Jacques Pilet, directeur/rédacteur en chef du *Nouveau Quotidien* – une double fonction qui dilue singulièrement la frontière entre politique d'entreprise et ligne rédactionnelle – défend le rôle de son journal qui se veut animateur de débats et de rencontres entre les acteurs sociaux, catalyseur d'actions. Pour Marco Cattaneo, de la *Tribune de Genève*, la cause méritait d'être défendue, un point c'est tout. Une appréciation partagée par Gérald Sappey, directeur de la Radio romande, pour qui l'importance de l'enjeu justifie la mobilisation médiatique.

Pourtant, les instigateurs de cette campagne de presse en faveur de Cointrin semblent avoir pris conscience de leur faux-pas. En fin de débat, Jacques Pilet avouait ne pas vouloir renouveler une telle démarche. Tant mieux, car si les médias veulent prétendre à un impact politique, c'est par le seul biais d'une information exhaustive et critique, par le suivi des dossiers qu'ils sont légitimés à le faire, et non par des coups d'éclat. ■

## En coulisses

Histoire de ne pas frustrer les délégués à son congrès du samedi 8 juin à Colombier, le Parti socialiste neuchâtelois prévoit la projection sur écran géant du match d'ouverture de l'Euro'96 opposant, comme on a cru le comprendre, la Suisse (sans Suter ni Knup) à l'Angleterre.

A propos du PSN, il reçoit les hommages appuyés de Karl Dobler, le fameux promoteur économique en chef du canton de Neuchâtel, sur lequel il a rabattu en 17 ans des dizaines d'entreprises étrangères et quelque 3 500 emplois. Originaire d'Appenzell-RI, M. Dobler, 63 ans, a été lui-même amené à Neuchâtel par le socialiste René Meylan et constamment soutenu par son successeur, l'excellent ministre de l'économie Pierre Dubois. Heureusement que «dans ces temps difficiles nous pouvons compter sur un PS fort, dirigé par de fortes personnalités».

A propos de football, certains clubs suisses souhaiteraient faire le pas et demander leur cotation en bourse, à l'instar des grands clubs anglais qui comptent parmi les valeurs les plus spéculatives de la City. Mais pour se présenter à la corbeille, les clubs suisses devraient pouvoir se constituer eux-mêmes en sociétés anonymes, et non plus seulement en associations comme l'exigent encore les règles de l'ASF. Laquelle n'est pas près de changer, selon MM. Facchinetti et Spadoro, présidents du Grasshoppers et du Xamax, deux clubs éventuellement intéressés.

Mme Faith Popcorn, qui se dit «historienne du futur» et gagne beaucoup d'argent au présent avec ses livres et les conseils de son agence de consulting, vient de commettre un nouvel ouvrage, composé notamment sur la base des avis spontanément donnés par des dizaines de milliers de correspondants ayant réagi au fameux «Popcorn Report», traduit en 12 langues. Il en résulte 16 tendances pour le futur, dont l'une au moins est facile à discerner dès maintenant dans la publicité et la littérature: la nostalgie de l'enfance. Nul doute que ce sentiment sera exploité à fond dans la conception et la promotion des produits à venir sur le marché.

Ça monte pour Schindler en Chine. Alors que nombre d'entreprises peinent à exploiter les potentialités du plus grand marché intérieur du monde, la fabrique d'ascenseurs suisse, présente à Pékin depuis 1978, a conquis sa place parmi les quatre principaux vendeurs d'ascenseurs et d'escaliers roulants de Chine (avec l'américaine Otis et les japonaises Mitsubishi et Hitachi).