

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 37 (2000)
Heft: 1446

Artikel: Quand la pub est subventionnée
Autor: Imhof, Pierre
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1026208>

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: 18.04.2026

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

Quand la pub est subventionnée

Les petits journaux dont le tirage est inférieur à 1000 exemplaires ne sont pas subventionnés par La Poste. Au contraire des grands quotidiens, largement financés par la pub. Le monde à l'envers...

NOUS NE PLEURERONS pas la ruine du *Pamphlet*, annoncée dans son dernier numéro, pour les idées qu'il véhicule. Sur le fond, tout sépare cette feuille d'extrême droite de *Domaine public*.

Sur la forme, les choses sont plus nuancées: noir et blanc sans photo ni publicité, avec cette culture de l'indépendance qui les rend parfois agaçants aux yeux des partis et des groupes constitués, *Domaine public* et *Le Pamphlet* sont de «petits» journaux, tant par le format que par la diffusion. Petits, comparés aux tirages des quotidiens et des hebdomadaires avec lesquels, justement, ils ne prétendent pas se comparer.

On attend les choix politiques

Le Pamphlet accuse de sa ruine «la hausse abusive des tarifs postaux». L'accusation est juste, même si nous avons une opinion trop nuancée sur le désengagement de l'Etat de secteurs comme La Poste, les télécommunications ou le marché de l'électricité pour nous contenter de cette explication.

Les journaux ont longtemps bénéficié de tarifs très largement subventionnés. La transparence et la libéralisation des télécoms interdisant les subventions croisées, La Poste a été contrainte de limiter cette aide au montant que la Confédération mettait à sa disposition au titre de l'aide à la presse. La hausse des tarifs postaux pour les journaux est donc la conséquence d'une décision politique.

Si l'on peut regretter que ce pays, qui se targue de diversité, ne soutienne pas davantage celle de sa presse, on peut surtout s'offusquer de ce que le réaménagement des tarifs a été décidé de concert entre La Poste et les grands éditeurs. Avec des modalités qui, sans les épargner complètement, avantagent largement les quotidiens.

Quant aux conditions posées pour être admis comme «journal» par La Poste, elles en disent long sur l'idée que l'on se fait de la presse dans l'entreprise. Il faut un tirage de 1000 exemplaires au moins, attesté par la REMP, l'organisme qui sert de référence aux publicitaires. *Domaine public* n'intéressant pas la REMP, nous nous en tirons avec une déclaration notariée qui nous coûte chaque année quelques centaines de francs. Pour les autres,

c'est le tarif des lettres qui s'applique.

De plus l'aide à la presse est davantage consacrée à soutenir l'envoi de publicité que celle d'informations: les tarifs de distribution des journaux ne tiennent en effet que marginalement compte de la quantité de publicité contenue dans une édition.

Ce n'est pas pour autant La Poste qui est en cause, mais le politique, car il n'a pas assumé les tâches qui lui revenaient et les a déléguées à l'exécutant. Est-ce à La Poste de définir ce qu'est un journal et les modalités d'application des tarifs préférentiels? Bien évidemment non.

Ces précisions, on les attend du Conseil fédéral. *pi*

DOSSIER DE L'ÉDITO

Coût pour l'économie

SI L'ON S'ÉTONNE que des chiffres aussi impressionnants sortent des bureaux des responsables de l'armée, la réponse est qu'ils souhaitent démontrer qu'une armée plus professionnalisée ne serait, en fin de compte et globalement, pas plus coûteuse. Mais il est légitime aussi de penser qu'il n'y a aucune raison, même si l'on prend au sérieux la sécurité, que la Suisse batte tous les records du monde en la matière. Le coup de semonce de l'initiative socialiste en est d'autant plus justifié. *ag*

Le tableau ci-dessous a été publié dans la NZZ, le 18 novembre 1999.

