

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 40 (2003)
Heft: 1573

Artikel: 20 Minuten : le gratuit qui se vend
Autor: Faes, Carole
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1021516>

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: 29.04.2026

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

Du cinéma... bien documenté

Le génie helvétique, qui reconstitue l'élaboration d'une loi sous la coupole fédérale, est une talentueuse vulgarisation de la politique suisse. Mais la réalité est plus complexe. Le film est déjà dépassé par l'actualité.

Ne boudons pas notre plaisir. Le Lausannois Jean-Stéphane Bron parvient pendant plus d'une heure à nous captiver sur une cruelle incertitude : le Conseil national va-t-il imposer un moratoire sur l'utilisation des OGM (organisme génétiquement modifié) dans l'agriculture ? Sa durée sera-t-elle de cinq ou dix ans ? Du bon cinéma assurément. Le réalisateur consciencieux est bien documenté. Il suit pas à pas les travaux de la commission, puis du plénum, qui introduisent dans la loi sur la protection de l'environnement de nouvelles dispositions sur le génie génétique. Au-delà de la procédure législative, le film met clairement en évidence les rapports de force qui caractérisent les controverses politiques. Il prend aussi le parti d'humaniser la politique en mettant en évidence l'influence déterminante des relations interpersonnelles au sein du Parlement.

L'utilisation des OGM dans l'agriculture

et dans l'alimentation provoque une quasi guerre de religion en Suisse et en Europe. Le film focalise et résume cette controverse sur la seule question du moratoire. Il n'élu- de pas l'influence des lobbies sous la cou- pole fédérale. Dans le cas des OGM, les lobbies étaient à l'intérieur même de la commission. Le radical bâlois Johannes Randegger, principal adversaire du morato- ire, était un cadre de Novartis récemment reconverti en consultant indépendant. Les Verts sont menés par Maya Graf qui exploi- te une ferme selon les principes de l'agri- culture biologique. La commission était partagée à parts égales entre la gauche flan- quée du PDC, représenté par le Vaudois Jacques Neirynek, et la droite économique. Situation idéale pour théâtraliser le rôle central d'un paysan lucernois, Josef Kunz, tiraillé entre sa fidélité partisane à l'UDC et sa méfiance face aux OGM. Limiter le débat au seul moratoire est d'évidence une rude simplification. Mais ce n'est pas faux.

La politique, pour être comprise, doit sou- vent se résumer à des slogans.

L'exercice, si talentueux soit-il, a ses li- mites. Le film montre la victoire des parti- sans du moratoire en commission et leur défaite au plénum. Mais la politique suisse est un perpétuel recommencement. Quel- ques semaines après la mise sous toit défini- tive de la loi sur la protection de l'environ- nement, le même Conseil national - pen- dant la session spéciale de mai dernier - ré- introduisait le moratoire sur les OGM dans la loi sur l'agriculture. De quoi débous- soler les spectateurs du *Génie helvétique*. Il fau- drait un nouveau film pour expliquer pour- quoi la Chambre du peuple a si rapidement changé d'avis. Autre nouveauté, le 18 sep- tembre dernier, c'était le dépôt d'une initia- tive populaire pour imposer un moratoi- re... sur les OGM dans l'agriculture ! Un troisième film devrait alors tenter d'illu- strer l'influence de la démocratie semi-directe sur les décisions politiques. *at*

20 Minuten

Le gratuit qui se vend

Pour se procurer *20 Minu- ten* il faut se lever tôt. Les présentoirs installés dans les gares CFF et les arrêts des transports publics se vident rapi- dement et il est impossible de mettre la main sur un exem- plaire après le passage des nombreux pendulaires. A moins d'en trouver un, aban- donné sur un siège.

Lancé en l'an 2000, le journal compte aujourd'hui 720 000 lecteurs dans les cantons de Bâle, Berne et Zurich, presque autant que le *Blick*. Gratuit, il se

distingue des classiques jour- naux d'annonces, comme le *GHI (Genève home informa- tions)* ou *Lausanne-Cité*, par son contenu comme par son mode de distribution. Financé essentiellement par la publicité qui occupe près de la moitié des 48 pages, la place accordée aux annonces privées est mince. Malgré des titres de rubriques décontractés et en anglais (news, business, chillout, etc.), *20 Minuten* se présente comme un quotidien d'information classique, commençant par les

nouvelles internationales pour finir par la culture. Avec des ar- ticles brefs, s'en tenant à un contenu le plus strictement in- formatif, le journal au format tabloïd réussit, en 24 pages de texte, à offrir un panorama complet de l'actualité relayée dans les quotidiens payants.

Si la plupart des articles d'ac- tualité politique ou économique sont achetés à des agences de presse, une petite équipe rédac- tionnelle s'occupe des rubriques régionales qui diffèrent selon le lieu de distribution. Il existe

trois éditions du quotidien, une zurichoise, une bernoise et une bâloise. Cet ancrage local est une des forces de *20 Minuten* qui fait une large place aux ani- mations et à la vie nocturne des trois agglomérations.

Il touche principalement un lectorat jeune et mobile sur son chemin d'école ou de travail. Ce qui fait sans doute déjà rêver Tamedia et la *Berner Zei- tung*, qui s'apprentent à racheter *20 Minuten* (cf. page 4), de faire des lecteurs du «gratuit» leurs abonnés de demain. *cf*