

Zeitschrift: PS info : nouvelles de Pro Senectute Suisse
Herausgeber: Pro Senectute Suisse
Band: - (2001)
Heft: 2

Buchbesprechung: Générations

Autor: Dentan, Jacques

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: 30.12.2025

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

Générations

Signe des temps: il s'appelait autrefois Aînés; mais ses fondateurs n'ont pas hésité, pour ses 25 ans, à lui donner un nouveau titre *Générations*. Le mensuel des 55 ans et plus tire maintenant bon an mal an à 42 000 exemplaires.

Avec son nouveau titre *Générations* n'oublie pas que ses lectrices et lecteurs ont 20 ans de moins dans leur tête que dans leur corps, et que les plus jeunes d'entre eux entretiennent souvent des relations régulières avec leurs parents âgés, qu'ils prennent parfois en charge.

Aînés a paru pour la première fois en décembre 1970 de la volonté de deux reporters que soudait une solide amitié, le photographe Yves Debraine, longtemps directeur de la publication et qui dégaine encore parfois son appareil pour le magazine, et le journaliste, Georges Gygax, maintenant décédé. D'emblée, ils ont fait appel aux professionnels des loisirs (Le Mouvement des Aînés/MDA) et du médico-social (Pro Senectute, Ligues de la santé). Ensemble ils créent une société coopérative sans but lucratif qui existe toujours.

Au fil des ans, le tirage mensuel atteint 25 000 exemplaires au début des années '90, dont un tiers d'abonnements collectifs que certains employeurs privés ou publics offrent à leur retraités. Un magazine de ce type ne fait pas de cadeau à sa rédaction, contrainte de renouveler chaque année un dixième de ses abonnements, et pour cause ...

Nouvelle maquette

En janvier 1995, soit 25 ans après la fondation du magazine, une nouvelle formule voit le jour à l'instigation de Michel Paquier, patron d'une agence de communication et président du conseil d'administration. Le temps des seniors est arrivé. Sobre, coloré, richement illustré, le magazine communique avec les seniors, comme avec tout le monde.

Fortement rajeunie, la rédaction, emmenée par Jean-Robert Probst, directeur rédacteur en chef, comprend actuellement un graphiste et deux rédactrices à temps partiel dans la trentaine, sans compter une dizaine de chroniqueurs, hommes et femmes, qui alimentent autant de rubriques ainsi qu'un réseau de correspondants cantonaux.

Des dossiers traitent de sujets actuels tels qu'Internet, les télécommunications, les vacances en temps partagé, mais aussi les problèmes de surdité, de la vue, du tourisme ou de la beauté, ainsi que la santé. Colonne vertébrale, le portrait avec photo de couverture signe l'image de *Générations*. D'autres rubriques reviennent régulièrement sur le social, les assurances ou les manifestations à venir.



Magazine en cassette

Actuellement *Générations* tire à 42 000 exemplaires onze fois par an. Les numéros spéciaux de promotion paraissent deux fois par an à 50 000 exemplaires. Le lectorat manifeste généralement une grande fidélité. Il se recrute dans tous les milieux de la population et les personnes qui perdent la vue peuvent encore recevoir leur magazine préféré sous la forme de cassettes grâce à la Bibliothèque sonore.

Avec l'avènement du deuxième pilier, les retraités disposent de moyens financiers plus confortables ce que la publicité a mis du temps à comprendre. Celle-ci s'est enfin étouffée et porte maintenant sur les voitures, le tourisme, le confort, les disques-livres, les assurances, les produits de santé et de beauté, etc.

Parmi les projets de *Générations*, l'ouverture de son site Internet en avril, le renforcement de sa présence dans les kiosques et dans les régions périphériques. Mais surtout le magazine entend rester fidèle à deux objectifs qui lui sont chers:

- donner toujours plus d'information pour préparer et réussir sa retraite
- transmettre la passion de la vie qui ne s'arrête ... presque jamais. *jd*