

L'image structurelle de la presse suisse : tendances et perspectives

Autor(en): **Bollinger, Ernst**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue économique et sociale : bulletin de la Société d'Etudes
Economiques et Sociales**

Band (Jahr): **26 (1968)**

Heft 2

PDF erstellt am: **26.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-136325>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

L'image structurelle de la presse suisse : Tendances et perspectives

Ernst Bollinger
Centre d'Information et de Public Relations,
Genève

Depuis quelques mois le lecteur attentif de la presse suisse constate que les journaux parlent de plus en plus d'eux-mêmes: les signes de crise de la presse dans d'autres pays, la concentration de journaux, la tendance vers la commercialisation de la presse écrite montrent que la Suisse n'est pas à l'écart de l'évolution qui se dessine dans le domaine de l'information.

Le spécialiste de l'information et l'étudiant qui désirent sérieusement se documenter sur la presse suisse doivent faire face à bien des difficultés car, pendant longtemps, la presse suisse n'a fait l'objet d'aucune étude systématique. Ce ne fut qu'en 1948 que le professeur Karl Weber, alors titulaire des chaires de journalisme des Universités de Zurich et de Berne, publia un petit livre intitulé *Tableau de la Presse Suisse* (traduction de *Profil der Schweizer Presse*)¹.

Si la « science de l'information » s'occupe donc des problèmes de la presse suisse, ce n'est que depuis quelques années, parallèlement à la préoccupation croissante apparaissant dans les milieux de la presse même². Les journaux et revues ont commencé à publier des articles à ce sujet, une certaine prise de conscience se fait sentir, et l'information en tant que sujet d'étude semble acquérir droit de cité dans les universités, bien que très modestement encore et avec le retard traditionnel qui caractérise la mentalité conservatrice prédominante dans notre pays³.

¹ Nous lisons, dans l'avant-propos de ce livre, le passage suivant qui est révélateur : « C'est à l'instigation du Service information et presse du Département politique fédéral que cette brochure a été écrite. Elle répond en effet à un besoin né de l'état présent des relations internationales... A maintes reprises, des étrangers se sont adressés au Département politique, le priant de les renseigner sur la structure et les caractères propres à la presse suisse, à la presse quotidienne en particulier. Jusqu'à maintenant, la réponse se bornait, faute de mieux, à des explications orales, étayées de quelques documents sommaires ou de références bibliographiques. On a écrit et publié bien des pages au sujet des quotidiens suisses, mais surtout des monographies. Un tableau d'ensemble, rapidement brossé et cependant complet, faisait défaut; il nous manquait une étude des caractères généraux de la presse suisse... »

² En 1967, un « Centre de recherche et de promotion de la presse suisse » a été créé à Lausanne par l'Association suisse des éditeurs de journaux et l'Union romande de journaux, avec des fonds venant des milieux publicitaires. Ce centre étudie, sous la direction de M. Pierre Béguin, les problèmes de la presse écrite et publie les résultats de ses enquêtes et recherches dans un bulletin mensuel, *Presse-Forum*. En même temps, il constitue une documentation touchant aux divers problèmes de la presse suisse.

³ L'Institut de journalisme de l'Université de Fribourg entreprend actuellement une enquête sur l'évolution de la presse suisse depuis 1900.

Pourtant, la littérature sur la presse suisse s'est enrichie singulièrement en l'espace de trois ans. Trois ouvrages importants ont paru en Suisse alémanique¹; ce fait est significatif car la presse suisse alémanique, extrêmement diversifiée et de vieille tradition, commence à sentir brusquement les bouleversements de structure qui se manifestent après un demi-siècle de grande stabilité. Alors que la presse romande s'est adaptée plus rapidement aux changements de goût des lecteurs de journaux ainsi qu'à l'essor fulgurant de la télévision, la presse alémanique s'était incrustée dans le rôle éducatif de son information, évitant rigoureusement la popularisation et le style sensationnel de type « boulevard ». L'apparition, en 1959, du premier journal de boulevard, **Blick**, avait suscité des réactions extrêmement violentes dans les journaux alémaniques, et le nouveau type d'information populaire avait été unanimement condamné par la presse traditionnelle.

Le phénomène du journal de boulevard

Le succès inattendu du **Blick**² — il a dépassé en 1967 le tirage de 200.000 exemplaires et s'est ainsi placé en tête des grands quotidiens suisses — a eu plusieurs conséquences :

- Les journaux d'informations générales ont adapté leur mise en pages, en renonçant à l'austérité et à la « grisaille » d'antan;
- Ils ont commencé à « personnaliser » davantage leurs informations et à simplifier le langage journalistique, en s'alignant sur le « human interest » qui avait contribué à l'essor de la presse anglo-saxonne trente ans plus tôt;
- Ils ont découvert le jeune lecteur, le futur abonné potentiel, et ont introduit des pages s'adressant aux jeunes;
- La conscience des affaires s'est réveillée dans la presse: les journaux se sont rendu compte de l'importance du calcul économique qui avait été largement négligé. Dès lors, les études de marché pour l'information ont pris une importance considérable.

La nouveauté d'un journal de boulevard en Suisse alémanique³, le simple langage journalistique facilitant une lecture rapide, son goût pour le sensationnel et la personnalisation des événements, le culte de la vedette ainsi que sa rupture avec le type de journal localement implanté, ont assuré au **Blick** une pénétration dans diverses couches sociales et une diffusion dans presque tous les cantons de la Suisse alémanique.

Le projet du lancement d'un quotidien du type **Blick** ou **Paris-Jour** en Suisse romande en 1965, sous le titre de **Tribune romande**, ne fut pas réalisé. Les études du marché des lecteurs de journaux ont montré qu'un tel journal ne connaîtrait probablement pas le même succès. Il semble bien que le marché romand soit déjà assez saturé par des quotidiens semi-boulevard du type **La Suisse** et **Tribune de Lausanne** qui se vendent essentiellement au numéro, et que, d'autre part, l'esprit fédéraliste s'opposerait à un journal sans assise locale¹. Du

¹ *Die Presse im Umbruch : Aufgaben und Problematik des schweizerischen Zeitungswesens*; un recueil de conférences qui ont été faites à l'Université de Saint-Gall; Schweizerischer Zeitungsverleger-Verband, Zürich/St. Gallen, 1965.

ANDREAS THOMMEN : *Die Schweizer Presse in der modernen Gesellschaft*; Orell Füssli Verlag, Zürich, 1967.

JOSEF JÄGER : *Das Bild der Schweizer Presse : gestern-heute-morgen*; Verlag Paul Haupt, Bern, 1967.

² Sous le titre « *La presse suisse en crise* », Iso Keller écrit dans la *Schweizer Rundschau* (N° 2, 1965) : « Il y a dix ans personne n'aurait accordé une chance véritable à une presse de masse et de sensation en Suisse... »

³ La *Bild-Zeitung* allemande qui a une diffusion de plus de 4 mio. d'exemplaires et qui a servi de modèle au *Blick*, n'a jamais dépassé une vente de 15.000 exemplaires par jour en Suisse (Communiqué par Axel Springer & Sohn, Hamburg.)

TABLEAU 1

Evolution du tirage du <i>Blick</i> depuis son lancement :	
1959	48.000
1960	60.446
1961	97.727
1962	112.111
1963	128.473
1964	142.514
1965	152.577
1966	180.487
1967	201.347

(Sources : *Blick* et *Kommission für Auflagebeglaubigung*)

reste, la pénétration de la presse quotidienne française est beaucoup plus forte en Suisse romande que celle de la presse allemande en Suisse alémanique, ce qui constitue un autre obstacle au lancement d'un journal « national » romand ².

Le marché de la presse de boulevard en Suisse est toujours en effervescence. En novembre 1967, un nouveau journal boulevard fut lancé sur le marché, sous le titre **Neue Presse** ³. Conçu sur l'exemple de la presse de boulevard scandinave, ce quotidien vise un public intellectuellement supérieur aux lecteurs du **Blick** et a voulu profiter de l'absence de journaux à midi pour attirer le lecteur des centres urbains qui, pressé, désire s'informer rapidement des derniers événements. Cependant, dès le 1^{er} mai 1968 le journal a avancé sa parution au matin pour allonger le temps de vente.

Lancé à 70.000 exemplaires, **Neue Presse**, malgré son début fulgurant grâce à un concours spectaculaire, semble rencontrer des difficultés sur un marché qui est déjà bien saturé mais il est trop tôt pour juger du succès de la nouvelle formule.

Un autre projet de quotidien à diffusion suprarégionale, venant de la maison d'édition Ringier a été ajourné à la fin de 1967; un groupe de planification formé de plusieurs rédacteurs étudie actuellement la conception du nouveau quotidien.

L'apparition de la presse de boulevard en Suisse n'est pas le seul signe des bouleversements que commence à connaître la presse suisse. L'avance de la grande presse d'information, la disparition de petits journaux, les impératifs économiques qui prennent le pas sur la mission de « service public » de la presse, sont autant de facteurs de réjouissance pour les grands que de causes d'inquiétude pour les petits. La concentration économique n'épargne pas la presse; la Suisse commence à en ressentir les conséquences.

¹ En revanche, un journal romand régional avec des éditions locales différentes serait bien concevable ; c'est d'ailleurs la formule qu'a adoptée la *Tribune de Lausanne*, depuis le 1^{er} mars 1968, avec des éditions vaudoise, valaisanne, fribourgeoise et neuchâteloise (*Tribune-Le Matin*). On est ainsi très proche d'un véritable « Journal romand » suprarégional, englobant des journaux comme *La Suisse* et la *Tribune de Lausanne* (qui sont d'ailleurs entre les mains de mêmes personnes).

² La vente de *France-Soir* en Suisse est d'environ 10.000 exemplaires, celle du *Figaro* de 5000, celle du *Monde* de 4000, celle de *L'Aurore* de 1000 exemplaires en moyenne.

Parmi les quotidiens allemands, les deux journaux nationaux, *Frankfurter Allgemeine* et *Die Welt* ont la diffusion la plus grande en Suisse, avec 3000 exemplaires par jour en moyenne; le troisième journal, *Süddeutsche Zeitung*, vend en moyenne 600 exemplaires par jour en Suisse.

Tandis que les quotidiens français sont largement achetés et lus par des lecteurs individuels, les journaux allemands vont surtout aux rédactions de journaux suisses, aux hôtels suisses, et un nombre considérable est acheté par des étudiants allemands faisant leurs études en Suisse.

³ *Neue Presse* est éditée en commun par les quotidiens *Tages-Anzeiger* de Zurich, et *National-Zeitung* de Bâle.

La situation actuelle de la presse suisse

Pour comprendre le changement brutal qui est intervenu dans la structure de la presse, il convient d'examiner les caractéristiques et la situation actuelle de la presse suisse,

Cette presse reflète encore fidèlement la tradition démocratique et la diversité de notre vie politique dont le fédéralisme reste la base. Le grand nombre de feuilles locales correspond à la vie politique qui se déroule avant tout dans les communes et dans les cantons. Il existe plus de 350 journaux politiques (sans compter les feuilles d'annonces) qui sont édités dans 270 endroits différents. La densité de journaux est la plus grande du monde, et les lieux d'édition des feuilles se répartissent assez régulièrement dans tout le pays.

Le tableau 2 indique la répartition par canton des quotidiens et des journaux paraissant deux à cinq fois par semaine. Il en ressort que 111 journaux paraissent au moins une fois par jour et sont donc des quotidiens au sens strict du terme. 67 journaux paraissent trois à cinq fois par semaine; les statistiques de plusieurs pays les comptent également parmi les quotidiens, mais ils ne répondent pas véritablement aux critères d'une information régulière et journalière. Enfin, 61 journaux paraissent seulement deux fois par semaine: il s'agit exclusivement de petites feuilles locales dont le tirage varie entre 900 et 6000 exemplaires.

TABLEAU 2

	Nombre de quotidiens paraissant 6 fois ou plus par semaine	Nombre de journaux paraissant 3 à 5 fois par semaine	Nombre de journaux paraissant 2 fois par semaine
Argovie	6	8	9
Appenzell Rh. ext.	1	1	3
Appenzell Rh. int.	0	2	0
Bâle-Ville	4	0	0
Bâle-Campagne	1	0	1
Berne	15	8	7
Fribourg	2	2	5
Genève	5	0	0
Glaris	2	0	0
Grisons	4	3	2
Lucerne	4	2	2
Neuchâtel	4	1	3
Saint-Gall	11	12	2
Schaffhouse	3	2	0
Schwyz	1	0	9
Soleure	4	0	0
Thurgovie	8	5	1
Tessin	6	2	0
Nidwald	0	0	2
Obwald	0	0	1
Uri	0	0	0
Valais	1	3	2
Vaud	7	5	10
Zoug	1	1	0
Zurich	21	10	2
	111	67	61

Source : *Catalogue des journaux suisses*, 1966, avec changements intervenus en 1967.

La presse suisse est d'un âge vénérable, ce qui reflète également la stabilité politique et économique du pays. La majorité des journaux se sont créés au siècle dernier; 7 journaux sont même nés avant 1800¹, 35 entre 1800 et 1848 et plus de 200 entre 1848 et 1900.

Depuis le début de notre siècle jusque dans les années cinquante, la presse suisse a connu peu de transformations, aucun bouleversement, aucune surprise: si en 1913 on comptait 418 journaux politiques dont 105 quotidiens, en 1945 le nombre était de 409 dont 111 quotidiens. La répartition de la presse d'opinion politique, qui représente toujours le gros de toute la presse écrite, n'a que peu varié au cours de ce demi-siècle: la majorité des journaux sont, comme jadis, rattachés aux partis qui représentent des opinions libérales ou conservatrices; une petite minorité de journaux se réclament du socialisme.

De faibles tirages sont la conséquence de la grande dissémination des journaux. Sur le total de 350 journaux, plus de 280 ont un tirage inférieur à 5000 exemplaires. A l'autre extrême de l'échelle, deux seulement dépassent les 100.000 exemplaires. En ce qui concerne la presse quotidienne, nous distinguons la grande presse d'information (tirage 20.000 et plus), la presse d'opinion (de 3000 à 20.000, avec quelques exceptions dépassant ce tirage) et la petite presse locale qui ne compte pas de tirages supérieurs à 5000.

TABLEAU 3

Tirage des quotidiens (paraissant 5 fois ou plus par semaine): ¹	
100.000 et plus	2
50.000 — 99.999	8
30.000 — 49.999	9
20.000 — 29.999	8
10.000 — 19.999	30
moins de 10.000	63
Total	120

¹ Sans les feuilles d'annonces (environ 115).

72 % de tous les journaux sont édités en allemand, 23 % en français, 4 % en italien et 1 % en romanche.

Parmi les quotidiens ayant des tirages supérieurs à 50.000 exemplaires, on relève 6 titres allemands contre 4 titres français (voir tableau 4).

4 journaux — tous en Suisse alémanique — paraissent encore plus d'une fois par jour, avec des éditions différentes:

Neue Zürcher Zeitung (82.270): 3 fois par jour, du lundi au vendredi; 1 édition samedi/dimanche (au total 16 fois par semaine);

National-Zeitung (74.585): 2 fois par jour, du lundi au vendredi (au total 12 fois par semaine);

Basler Nachrichten (23.029): 2 fois par jour, du lundi au vendredi (au total 11 fois par semaine);

St. Galler Tagblatt (29.392): 2 fois par jour, du lundi au vendredi (au total 11 fois par semaine).

¹ Ce sont: *Basler Nachrichten* (1729), *La Feuille d'Avis de Neuchâtel* (1738), *Feuille d'Avis de Lausanne* (1762), *Journal d'Yverdon* (1773), *Neue Zürcher Zeitung* (1780), *Gazette de Lausanne* (1798), *Thurgauer Zeitung* (1798).

TABLEAU 4

	Lieu d'édition	Tirage	Dernier contrôle officiel
Blick	Zurich	201.347	21.11.67
Tages-Anzeiger.	Zurich	179.097	1.3.68
Feuille d'Avis de Lausanne	Lausanne	84.177	28.11.67
Neue Zürcher Zeitung	Zurich	82.270	1966
National-Zeitung	Bâle	74.585	22.12.67
Tribune de Genève	Genève	60.350	19.10.67
La Suisse	Genève	59.018	6.12.67
Tribune - Le Matin	Lausanne	57.354	28.11.67
Berner Tagblatt	Berne	52.234	28.10.66
Luzerner Neueste Nachrichten	Lucerne	52.122	1.2.68

Le quotidien **Der Bund** (46.382) a supprimé son édition du soir en mars 1967; il déclara alors ¹ qu'étant donné que la presse écrite ne disposait plus du monopole de l'information actuelle, elle devait se soumettre à son nouveau rôle imposé par la radio et la télévision: celui d'une information commentée et interprétée.

Une autre raison qui pousse à la fusion de deux ou trois éditions par jour en une seule est la réduction des services des PTT, qui a pour effet que les différentes éditions risquent de ne plus arriver chez l'abonné à temps. Cette difficulté est particulièrement grande le samedi, et c'est pourquoi, de plus en plus, les journaux sont obligés d'avancer la publication de leur édition de fin de semaine. Plusieurs grands quotidiens ont commencé à sortir leur édition samedi/dimanche le vendredi soir déjà; au début de cette année, la **NZZ** a supprimé son édition du samedi en la fusionnant avec celle du dimanche, qui paraît déjà vendredi soir.

L'absence de grands hebdomadaires d'informations politiques et culturelles est totale en Suisse romande, alors qu'il en existe deux en Suisse alémanique, les deux édités à Zurich: **Die Weltwoche** (tirage 115.629) et la **Zürcher Woche** (tirage 31.238). Le premier a une diffusion suprarégionale et vend presque 30.000 exemplaires à l'étranger, dont 13.000 en Allemagne et 7000 en Autriche; le second a une diffusion plus locale.

De nombreux quotidiens publient des suppléments le samedi-dimanche remédiant ainsi en partie au petit nombre d'hebdomadaires ainsi qu'au manque de journaux du dimanche proprement dit, avant tout en Suisse alémanique.

Deux journaux romands publient une édition le dimanche matin, **La Suisse** et **La Tribune de Lausanne (Tribune-Dimanche)**, les deux vendant à peu près 100.000 exemplaires chacun. Par contre, le journal du dimanche est pratiquement inconnu en Suisse alémanique; le **Berner Tagblatt** est le seul journal qui publie, depuis septembre 1965, une édition le dimanche matin; il possède ainsi un monopole local sur le marché; mais sa vente ne dépasse pas encore 15.000 exemplaires et il est toujours déficitaire.

La presse suisse — reflet de la diversité politique

Le nombre de quotidiens politiques ou d'opinion, affiliés à un des nombreux partis politiques ou observant une certaine tendance politique, est impressionnant. Plus des trois quarts appartiennent à cette catégorie, et de nombreuses petites feuilles publiées une ou deux fois par semaine élargissent encore cet éventail politique.

¹ Editorial du *Bund* du 6 mars 1967.

Le tableau ci-dessous illustre l'importance de cette presse politique.

Il en ressort que la presse de tendance libérale et radicale est la plus nombreuse, mais que sa force consiste beaucoup plus dans le nombre de publications que dans le tirage de celles-ci. Notons, parmi les plus importantes, la **Neue Zürcher Zeitung** (82.270), la **National-Zeitung** de Bâle (74.585), le **Bund** de Berne (46.382) et les **Basler Nachrichten** (23.029)¹.

Cette presse est particulièrement forte en Suisse orientale (cantons de Saint-Gall et de Thurgovie), dans le canton de Soleure et dans les villes de Bâle et de Berne. Le sérieux de ces journaux est très apprécié, et leurs lecteurs réguliers sont sensiblement plus nombreux que les partisans des partis qu'ils représentent.

Au chiffre des quotidiens de cette tendance s'ajoutent plusieurs petites feuilles locales paraissant deux ou trois fois par semaine, avec des tirages extrêmement faibles (900 à 3000).

La presse catholique suit en deuxième position, avec un quotidien dépassant les 45.000 exemplaires (**Vaterland**, Lucerne), un autre avec 21.180 (**La Liberté**, Fribourg) et de nombreux journaux avec des tirages relativement modestes. La presse catholique a ses assises en Suisse centrale, dans le canton de Saint-Gall, à Fribourg et dans le Valais, où l'organe principal, **Le Nouvelliste du Rhône** (14.416), a absorbé la **Feuille d'Avis du Valais** (13.355) en avril 1968. Au total, elle connaît moins de lecteurs que de votants lors des élections.

La presse socialiste a toujours souffert de sa diffusion restreinte qui ne reflète aucunement la force du parti social-démocrate suisse. Elle est d'ailleurs plus forte en Suisse alémanique qu'en Suisse romande. L'organe le plus important est la **Berner Tagwacht** qui tire à 18.189, suivie du **Volksrecht** de Zurich (15.500). Tous les autres quotidiens socialistes — à l'exception du **Freier Aargauer** (11.696) — ont une diffusion inférieure à dix mille.

En Suisse romande, malgré la force du parti socialiste dans les trois cantons de Vaud, de Genève et de Neuchâtel, son unique organe, **Le Peuple — La Sentinelle** (fusion de deux quotidiens socialistes), fait état d'un tirage très modeste (env. 9000, non contrôlé).

Le parti communiste possède un seul quotidien, la **Voix Ouvrière**, de Genève, dont le tirage (non contrôlé) se situe dans les huit mille. Un ancien quotidien, **Vorwärts**, de Bâle,

TABLEAU 5

Tendance politique des quotidiens paraissant 5 fois ou plus par semaine					
Tirage	Tendance politique				
	neutre	libérale, radicale	catholique	socialiste	communiste
100.000 +	2				
50 — 99.999	6	2			
30 — 49.999	4	4	1		
20 — 29.999	1	6	1		
10 — 19.999	3	17	7	3	
moins de 10.000	7	25	19	11	1
	23	54	28	14	1

¹ Il ne s'agit pas, dans cette catégorie, de journaux appartenant au même parti, la juxtaposition de la *NZZ* et de la *NZ* de Bâle en dirait assez ! Néanmoins, la tendance générale vers le libéralisme reste valable.

s'est transformé en hebdomadaire pour des raisons financières et paraît sous cette forme depuis plusieurs années.

Le quotidien du soir **Die Tat**, édité à Zurich, appartient à la jeune génération de la presse: il a été fondé en 1935 par l'initiateur de la Migros, Gottlieb Duttweiler, et reste aujourd'hui l'organe officiel de l'« Alliance des Indépendants ». Ce journal frappe souvent par ses prises de position courageuses et non conformistes et constitue un des rares quotidiens de l'opposition gouvernementale. Son tirage est de 34.121.

Le canton du Tessin possède une presse politique fort impressionnante, bien que le quotidien le plus grand soit un journal neutre:

Journaux	Tendance	Tirage
Corriere del Ticino (Lugano)	neutre	15.225
Giornale del Popolo (Lugano)	catholique	15.080
Dovere (Bellinzona)	radical	11.473
Popolo e Libertà (Bellinzona)	conservateur	7.115
Libera Stampa (Lugano)	socialiste	4.365

Du point de vue tirage, la presse « neutre » ou « non engagée », c'est-à-dire celle qui n'est pas liée directement ou indirectement à un parti ou un groupe d'intérêts, occupe la première place et progresse le plus rapidement. Il s'agit là d'une presse des grands centres urbains: sur les dix quotidiens ayant un tirage de plus de 50.000 exemplaires, trois paraissent à Zurich, deux à Genève, deux à Lausanne, un à Bâle et un à Berne. Au total, la presse neutre s'est développée plus rapidement en Suisse romande qu'en Suisse alémanique.

En somme, la grande presse d'information est éditée dans les grandes villes, mais s'étend de plus en plus à la campagne où elle refoule la presse de parti. Face à cette avance et à un coût toujours plus élevé, les journaux d'opinion cherchent à se défendre en renforçant la collaboration rédactionnelle et publicitaire entre eux ¹; plusieurs contrats de ce genre ont été passés ces dernières années dans la presse catholique et la presse socialiste ². En revanche, les journaux de tendance libérale et radicale qui se sentent menacés dans leur existence ne semblent pas avoir encore trouvé le terrain d'entente, en raison de leur individualisme souvent exagéré; le résultat est parfois brutal: absorption pure et simple ou disparition d'un petit journal, comme ce fut le cas du quotidien **Neue Glarner Zeitung** qui avec un tirage de 1400 exemplaires, a disparu en janvier 1968.

Cependant, l'influence des journaux n'est pas nécessairement synonyme de l'importance de leur tirage: preuve en est la renommée dont jouissent encore — notamment à

¹ Dans un article publié dans les *Cahiers de l'Institut International de la Presse* (n° 2, 1967), ANDREAS THOMMEN souligne le fait que la presse liée aux partis se libère partiellement des limitations étroites de la politique partisane et se rapproche de la presse indépendante des partis et que, dans cette perspective, le développement de la presse dite neutre et de la presse de parti va dans le sens d'un rapprochement réciproque...

L'effort qui va dans ce sens est évident; il n'en reste pas moins que les journaux de parti ne se libèrent pas facilement de l'étiquette politique qui leur est attachée.

² Il s'agit essentiellement d'accords de coopération entre deux ou trois journaux qui, chacun sous son titre, publient les mêmes informations rédactionnelles en politique extérieure et intérieure, parfois aussi la partie publicitaire commune, alors que la chronique locale et les annonces locales diffèrent pour chaque journal. Dans le cas de la presse catholique Suisse alémanique l'accord concerne sept journaux, sous la direction des *Neue Zürcher Nachrichten*; en Suisse romande, un accord similaire est intervenu en 1966 entre *La Liberté* de Fribourg et *Le Courrier* de Genève.

D'autre part, plusieurs groupes en Suisse alémanique se sont constitués pour publier des suppléments communs.

l'étranger — les trois quotidiens libéraux **Gazette de Lausanne**, **Journal de Genève** et **Basler Nachrichten** en dépit de la faiblesse de leur tirage.

Notons enfin que deux journaux suisses, la **Neue Zürcher Zeitung** et le **Journal de Genève**, ont figuré plusieurs fois sur les listes des « meilleurs quotidiens du monde » qu'établissent des universités et instituts spécialisés aux USA.

Abonnements et vente au numéro

Le lecteur suisse est, en règle générale, très attaché à son journal. Cette fidélité s'exprime notamment par le nombre important des abonnements¹. En Suisse alémanique, tous les quotidiens — à l'exception du **Blick** et de **Neue Presse** — écoulent entre 80 et 95 % de leur tirage par abonnements (tableau 6). Cet état de fait assure une grande stabilité à la presse et garantit la survie de nombreux petits journaux à faible tirage.

En Suisse romande, deux journaux du matin connaissent une vente au numéro supérieure à celle par abonnements (tableau 7). Le lecteur romand — il s'apparente davantage au lecteur français — préfère acheter son journal en se rendant à son travail et s'informer rapidement sur les derniers événements. Même les journaux du soir, en principe plutôt des journaux d'abonnements, accusent d'assez importants chiffres de vente au numéro et la tendance va probablement dans le sens de la vente au numéro, la diminution des services de distribution par la poste accentuant encore cette tendance (tableau 8).

La presse d'opinion et la presse locale rassemblent surtout des abonnés (tableau 9).

La proportion abonnements — vente au numéro de quelques quotidiens:

Suisse alémanique :

TABLEAU 6

<i>Tages-Anzeiger :</i>			
Abonnés		169.100	
Vente au numéro		10.000	179.100
<i>Neue Zürcher Zeitung :</i>			
Abonnés		73.500	
Vente au numéro		8.800	82.300
<i>National-Zeitung :</i>			
Abonnés		64.100	
Vente au numéro		10.500	74.600
<i>Luzerner Neueste Nachrichten :</i>			
Abonnés		49.000	
Vente au numéro		3.000	52.000
<i>Der Bund :</i>			
Abonnés		41.600	
Vente au numéro		4.800	46.400
<i>Tages-Nachrichten :</i>			
Abonnés		38.400	
Vente au numéro		200	38.600
<i>Presse de boulevard :</i>			
<i>Blick :</i>			
Abonnés		16.700	
Vente au numéro		184.700	201.400

¹ Les tarifs d'abonnements sont d'ailleurs très bas en Suisse. Voir, à ce sujet, l'étude sur les prix d'abonnements et de vente au numéro des quotidiens dans quelques pays européens, dans *Presse-Forum*, bulletins n° 1 et 2, 1968 (Centre de recherche et de promotion de la presse suisse, Lausanne).

Suisse romande :

TABLEAU 7
presse du matin

<i>La Suisse:</i>		
Abonnés	14.000	
Vente au numéro	45.000	59.000
<i>Tribune de Lausanne :</i>		
Abonnés	12.700	
Vente au numéro	44.700	57.400

TABLEAU 8
presse du soir

<i>La Tribune de Genève :</i>		
Abonnés	25.300	
Vente au numéro	35.100	60.400
<i>Feuille d' Avis de Lausanne :</i>		
Abonnés	67.100	
Vente au numéro	17.100	84.200

TABLEAU 9
presse de parti, quelques exemples

<i>Gazette de Lausanne :</i>		
Abonnés	14.500	
Vente au numéro	2.700	17.200
<i>La Nouvelle Revue de Lausanne :</i>		
Abonnés	12.000	
Vente au numéro	700	12.700
<i>La Liberté :</i>		
Abonnés	19.900	
Vente au numéro	1.300	21.200
<i>Journal de Genève :</i>		
Abonnés	9.700	
Vente au numéro	4.600	14.300
<i>Le Courrier :</i>		
Abonnés	12.200	
Vente au numéro	300	12.500

(Chiffres arrondis 1967 d'après les indications du fichier de la presse suisse et des journaux individuels).

L'interpénétration cantonale des journaux

Jusqu'au moment de l'apparition de la presse de boulevard avec sa diffusion extra-régionale, la presse quotidienne avait une diffusion régionale (lieu d'édition plus la région environnante) ou, pour la plupart, locale (lieu d'édition). Quelques grands journaux dépassaient le canton et pénétraient dans les cantons avoisinants, tels **La Suisse** de Genève, la **Tribune de Lausanne**, le **Tages-Anzeiger** de Zurich et **Luzerner Neueste Nachrichten**, Lucerne. Un seul grand quotidien, la **Neue Zürcher Zeitung**, avait déjà une diffusion assez égale dans les grands cantons alémaniques (voir tableau 10).

TABLEAU 10

Neue Zürcher Zeitung : répartition géographique de la diffusion	
Zurich	38.500
(ville : 29.000)	
Berne	4.300
Argovie	3.470
Saint-Gall	3.460
Bâle	2.100
Lucerne	2.000
A reporter	53.830
(Chiffres de 1966).	
	Report 53.830
	Grisons 1.750
	Thurgovie 1.600
	Tessin 1.600
	Soleure 1.530
	Vaud 1.100
	Reste de la Suisse 5.260
	Etranger 15.600
	Total 82.270

TABLEAU 11

Répartition géographique de la diffusion du Blick en 1964 et 1967 :	
1964 (tirage 142.514)	1967 (tirage 201.374)
Cantons :	Cantons :
Argovie 12.876	Argovie 17.892
Bâle 17.875	Bâle 24.131
(Bâle-Ville 14.083)	(ville 18.198)
Berne 23.412	Berne 33.419
(Berne-Ville 9.701)	(ville 13.013)
Grisons 3.087	Grisons 5.151
Lucerne 5.248	Lucerne 8.498
Saint-Gall 8.992	Saint-Gall 13.981
Soleure 8.136	Soleure 11.404
Thurgovie 3.526	Thurgovie 5.721
Zurich 40.777	Zurich 55.060
(ville 26.003)	(ville 31.933)
Reste de la Suisse alémanique 9.037	Fribourg 2.010
Suisse romande et Tessin 9.336	Valais 2.147
	Vaud 2.189
	(Lausanne 1.024)
	Genève 2.083
	Neuchâtel 865
	Tessin 2.816

Source : *Fichier de la presse suisse* ; Association d'Agences Suisses de Publicité.

Le **Blick**, n'ayant aucune assise locale ¹ et pas de pages d'informations locales, a changé l'image structurelle de la presse, introduisant la diffusion « nationale » ou, plus précisément, linguistique. Il est intéressant de comparer les derniers chiffres de la répartition géographique (décembre 1967) avec ceux de 1964 pour l'appréciation de sa diffusion croissante dans plusieurs cantons (voir tableau 11).

On constatera que, dans les cantons les plus importants du point de vue de la diffusion de ce quotidien, l'accroissement a été égal, avec une augmentation proportionnellement plus forte à la campagne que dans les grandes villes.

Plusieurs campagnes de lancement dans d'autres cantons, notamment dans les cantons de Schaffhouse, de Zoug, de Glaris et en Suisse centrale ont abouti aux résultats suivants:

Décembre 1967:

Schaffhouse	3.205
Zoug	2.454
Glaris	1.700
Suisse centrale (Uri, Schwyz, Unterwald)	4.951

Ce dernier chiffre est particulièrement intéressant et il faut le comparer avec la diffusion des quotidiens locaux:

Uri: aucun quotidien (un journal catholique paraît deux fois par semaine).

Schwyz: **Schwyz Nachrichten**, catholique, tirage 2663 exemplaires (9 journaux politiques paraissent 2 fois par semaine).

Unterwald: aucun quotidien (3 journaux politiques paraissent 2 fois par semaine; tirages entre 1000 et 6000 exemplaires).

Le **Blick** a donc acquis, en l'espace de trois ans, une position forte dans ces trois cantons montagnards et semble bien avoir gagné d'anciens non-lecteurs.

En constatant l'avance croissante de ce quotidien dans des régions rurales on peut se demander si l'expression « boulevard » est encore valable, étant donné que la diffusion est considérable à la campagne, alors que le journal de boulevard (du type **Bild-Zeitung**, **Daily Mirror** ou **Paris-Jour**) se vend sur les boulevards des grandes villes. Fait caractéristique: alors que le **Blick** n'a pas freiné l'accroissement de la diffusion des autres quotidiens urbains, il menace la presse locale à la campagne et précipite son déclin.

D'autres journaux importants ont également profité de l'absence de quotidiens en Suisse centrale, et ce sont avant tout ceux de Lucerne qui pénètrent dans les trois cantons, comme l'indique le tableau ci-dessous:

TABLEAU 12

Luzerner Neueste Nachrichten (neutre) :	Vaterland (cath.)
Uri 2.723	Uri 1.903
Schwyz 2.662	Schwyz. 2.114
Unterwald 4.384	Unterwald 4.851

¹ Cet aspect est particulièrement souligné par M. Pierre Béguin qui y voit une des raisons principales du succès du *Blick*. La « pression du milieu ambiant » sur la presse locale est en effet considérable, et le journal qui n'est pas enraciné dans l'endroit où il paraît, réussit à franchir l'étroitesse du cadre local et la pression que constitue l'opinion locale.

En 1966, le **Vaterland** a créé une édition pour la Suisse centrale, avec des pages locales. Enfin, le **Tages-Anzeiger** de Zurich, qui s'étend progressivement dans d'autres cantons alémaniques, pénètre dans le canton de Schwyz, avec une diffusion de 2400 exemplaires par jour; en revanche, à Lucerne où la position de la presse quotidienne est très forte (**Luzerner Neueste Nachrichten**, 52.122; **Vaterland**, 45.295; **Luzerner Tagblatt**, 23.049) il ne vend que 565 exemplaires.

D'autre part, le **Tages-Anzeiger** est, en dehors du canton de Zurich, surtout diffusé en Argovie et en Suisse orientale:

TABLEAU 13

Diffusion du Tages-Anzeiger selon les cantons:			
Zurich	138.422	Lucerne	565
(Zurich-Ville : 84.400)		Saint-Gall	6.491
Argovie	8.426	Schaffhouse	1.431
Bâle	570	Schwyz	2.401
(Bâle-Ville : 332)		Soleure	1.001
Berne	1.891	Thurgovie	3.761
Grisons	1.843	Zoug	2.260

TABLEAU 14

Répartition géographique de la diffusion des grands quotidiens romands:			
La Suisse (diffusion 55.404; chiffres 1.3.67)		La Tribune de Genève (diffusion 60.350; chiffres 25.10.67)	
Genève	28.521	Genève	55.050
Vaud	4.965	Vaud	3.112
Valais	2.096	Valais	740
Fribourg	2.151	Fribourg	568
Neuchâtel	4.193	Neuchâtel	671
Jura	2.538	Berne	1.193
Reste de la Suisse	10.702	Total Suisse alémanique	2.736
Etranger	238	Tessin	341
	55.404	Etranger	2.179
			60.350
Tribune de Lausanne (Tribune - Le Matin) (diffusion 57 354; chiffres 11.1.68)		Feuille d'Avis de Lausanne (diffusion 84.177; chiffres 13.12.67)	
Vaud	32.571	Vaud	76.401
(dont Lausanne 18.265)		(dont Lausanne 38.712)	
Valais	8.753	Valais	1.432
Fribourg	5.368	Fribourg	2.003
Neuchâtel	1.907	Neuchâtel	757
Jura bernois	1.296	Genève	864
Genève	935	Suisse alémanique et Tessin	2.427
Suisse alémanique et Tessin	6.094	Etranger	293
Etranger	430		

Source : *Fichier de la presse suisse* ; Association d'Agences Suisses de Publicité.

L'interpénétration urbaine réciproque des grands quotidiens de Zurich, Bâle et Berne est peu importante et se limite à quelques centaines d'exemplaires.

La presse romande est dominée par les grands quotidiens de Lausanne et de Genève et, dans une moindre mesure, par ceux de Fribourg et de Neuchâtel. L'interpénétration réciproque des journaux lausannois et genevois est minime; cependant la pénétration s'oriente vers les cantons de Valais, Fribourg et Neuchâtel.

Le plus répandu des quotidiens dans d'autres cantons est **La Suisse**, suivie de la **Tribune de Lausanne** — deux journaux du matin — alors que la **Feuille d'Avis de Lausanne** et la **Tribune de Genève** — deux journaux du soir — ont une clientèle plus locale. Plus le journal est vendu au numéro, plus il a des chances de pénétration au-delà de la frontière cantonale; plus il est distribué à l'abonnement, plus il est limité dans son étendue géographique.

Le phénomène de la concentration : quelques réflexions

Ces dernières années ont montré que la Suisse n'est pas un cas isolé échappant au mouvement de concentration de la presse; ce phénomène nous atteint simplement avec quelques années de retard et il semble bien qu'il commence seulement à s'intensifier dans notre pays ¹.

La concentration qui prend différentes formes — concentration des lieux d'édition, concentration publicitaire, concentration technique et rédactionnelle — est un phénomène qui se développe dans tous les pays et tient à plusieurs causes :

- L'augmentation des coûts, notamment dans le secteur technique,
- Les investissements considérables pour le renouvellement et la modernisation de l'appareillage technique,
- La hausse des salaires du personnel technique et rédactionnel,
- La baisse des revenus publicitaires en raison de la concurrence croissante de la télévision commerciale,
- L'exigence accrue des lecteurs du fait de l'élargissement des intérêts et sous l'influence de la télévision.

La concentration des entreprises de presse a pris des formes considérables dans certains pays; la Fédération internationale des éditeurs de journaux indique les chiffres de disparition de journaux qui montrent que le nombre de quotidiens d'information générale a sensiblement diminué depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale ².

Plusieurs gouvernements, par exemple en Grande-Bretagne et en République fédérale allemande, ont institué des commissions chargées d'étudier la concentration de la presse.

Malgré la décentralisation de la presse suisse et son caractère local, les causes de la concentration, ci-dessus énumérées, lui sont entièrement applicables et ne manqueront pas, en conséquence, de faire des victimes parmi les trop nombreux journaux qui sont déficitaires et dont les pertes ne sont couvertes que grâce au bénéfice de l'imprimerie que possèdent leurs éditeurs ³.

¹ Voir PIERRE BÉGUIN : « La Suisse et ses journaux » ; dans *La Vie protestante*, n° 3, 17 janvier 1968.

² Cf. *Ffej-Bulletin*, nos 73 et 74, 1967.

³ La concentration entraînant la disparition de journaux non rentables a déjà pris son départ dans les cantons de Neuchâtel, Valais, Saint-Gall et Soleure.

La presse illustrée: pénétration croissante de l'étranger

L'absence de magazines hebdomadaires en Suisse — écrit Pierre du Jonchay¹ — a certainement facilité le succès des titres étrangers; inversement, la très bonne pénétration de ceux-ci est peut-être la cause de cette absence.

En effet, la pénétration de magazines étrangers en Suisse est considérable et s'accroît constamment depuis plus de dix ans; son importance est relativement grande par rapport à la presse périodique indigène².

Quelques exemples illustreront la situation:

L'Express vend chaque semaine 10.000 exemplaires en Suisse; notre pays est le second client étranger après la Belgique³.

Der Spiegel a augmenté sa vente en Suisse de 2600 en 1960 à plus de 23.000 en 1967⁴.

Le même phénomène s'observe pour les illustrés étrangers qui sont lus par une grande partie de la population suisse; la grande presse illustrée allemande occupe une position forte en Suisse alémanique, surtout dans les régions urbaines, et l'évolution de sa diffusion laisse à songer:

Diffusion moyenne par numéro en Suisse:

Stern	1957	59.000
	1967	105.000
Quick	1956	29.000
	1967	75.000
Bunte Illustrierte	1963	56.000
	1967	66.000
Neue Revue	1959	59.000
	1967	71.000
Paris Match	1957	30.000
	1966	33.000
Jours de France	1964	20.600
	1967	42.000

En comparant ces chiffres avec ceux des grands illustrés suisses⁵, on peut constater que si ces derniers ne sont pas en recul, leur développement est du moins ralenti. L'évolution du marché des périodiques laisse apparaître une tendance à l'internationalisation et, en conséquence, une invasion croissante des grands illustrés étrangers dans notre pays. Une certaine concentration sur le marché des illustrés suisses — notamment en Suisse alémanique — pourrait probablement contrecarrer ce mouvement.

¹ « La presse suisse », dans *Presse-Actualité*, Revue de l'information, Paris, n° 37, novembre 1967.

² DIETER E. JAEGGI a étudié la pénétration de la presse, radio et télévision étrangères en Suisse du point de vue de la publicité : *La publicité étrangère sur le marché suisse par le moyen de la presse, de la radio et de la télévision*, thèse, Université de Neuchâtel ; Delachaux & Niestlé, Neuchâtel 1965.

³ Communiqué par *L'Express*, Paris.

⁴ Communiqué par *Der Spiegel*, Hambourg.

⁵ Il n'est pas tenu compte ici des magazines de famille traditionnels et des revues féminines qui, elles, connaissent actuellement un nouvel essor.

Schweizer Illustrierte	1954	221.642
	1961	221.121
	1963	213.174
	1967	213.746
Sie + Er	1954	135.733
	1961	153.626
	1963	119.827
	1967	126.354
L'Illustré ¹	1954	102.596
	1961	113.267
	1963	110.029
	1967	123.032

Source: *Catalogues des périodiques suisses*, 1954, 1961, 1963; Kommission für Auflagebeglaubigung, 1967.

Pourtant, en face des périodiques plus populaires, un illustré d'un niveau remarquable — **Die Woche** — connaît une progression réjouissante; l'évolution de son tirage témoigne du succès de sa formule:

1953	52.639
1957	54.196
1960	60.112
1963	65.027
1965	72.896
1967	75.370

Cet exemple montre que la presse illustrée sérieuse, si elle est bien faite, a de bonnes chances par rapport à la vague de périodiques de divertissement.

En ce qui concerne la pénétration de la presse illustrée italienne (**Epoca, Oggi, Tempo**), elle est également considérable, mais l'importance de sa vente en Suisse est en rapport direct avec le nombre élevé d'Italiens dans notre pays.

Quel avenir ?

Il ne faut pas s'adonner à un faux pessimisme: l'existence de la presse écrite en face de la concurrence des autres **mass media** n'est pas mise en cause. On ne conteste plus la complémentarité des différents moyens d'information. Par contre, l'existence d'une **certaine** presse écrite survivant depuis le siècle dernier, est dangereusement menacée.

Le journal d'aujourd'hui est autant une entreprise commerciale qu'un moyen d'information. Combiner le besoin du calcul économique avec la mission d'informer semble poser de grands problèmes à maints journaux suisses. Pourtant, il est indispensable que la presse — et notamment la presse à petits tirages — envisage son avenir dans une optique réaliste. L'idéalisme dans l'information a vécu; le journal d'un seul rédacteur est condamné à disparaître; la presse s'engage dans une phase d'industrialisation.

A long terme, l'image structurelle de la presse suisse changera considérablement: la grande presse d'information poursuivra son essor, la presse populaire avancera, mais rencontrera des difficultés dans sa lutte avec les autres communications de masse, avant tout avec la télévision; la presse du soir devra avancer sa parution en raison des émissions à la télévision, faute de quoi elle risque de décliner considérablement. La presse attachée aux partis politiques sera décimée: un seul journal représentant un parti ou une tendance politique suffira dans chacune des trois régions linguistiques. La jeune génération de lecteurs

¹ *L'Illustré* a une diffusion appréciable à l'étranger : 1954 : 32.562 ; 1967 : 35.660.

TABLEAU 15

Evolution du tirage de deux grands quotidiens d'information générale:			
Tages-Anzeiger, Zurich		La Suisse, Genève	
1950	120.000	1955	34.220
1952	125.000	1959	37.000
1957	146.440	1960	49.170
1960	152.780	1964	53.350
1964	161.210	1966	55.400
1967	174.580	1967	59.020
mars 1968	180.520		

de journaux ne lira pas moins, mais elle s'écartera de la presse idéologique¹. L'évolution, on peut le regretter ou non, va irrésistiblement vers l'affaiblissement du particularisme local et de la diversité, en se rapprochant de l'uniformité. Cependant, le champ de l'information s'étendra constamment, et le lecteur de la grande presse pourra s'informer de mieux en mieux, grâce à des rédactions de spécialistes dans tous les domaines, à des services de documentation électroniques et d'excellents vulgarisateurs économiques et scientifiques.

Le petit journal neutre qui ne paraît que deux ou trois fois par semaine, mais qui prétend être le messenger d'une information générale, politique et culturelle, semble décliner rapidement. La presse locale se transformera probablement en une presse hebdomadaire — la concurrence des émetteurs locaux de la radio est déjà forte, et l'introduction de la publicité à la radio accentuera cette évolution; le quotidien régional paraîtra avec des éditions locales répondant parfaitement bien aux besoins des lecteurs en nouvelles locales. Une division plus rationnelle du travail rédactionnel pourra ainsi se réaliser, et la collaboration interrégionale sera renforcée.

La publicité, « béquille » indispensable à l'existence de la presse écrite², se concentrera de plus en plus dans les journaux dont le tirage et la diffusion régionale augmentent, au détriment des journaux moyens ou petits qui ont une diffusion plus diversifiée ou qui, en raison de leurs liens politiques, ne touchent qu'une minorité de la population locale.

Une autre évolution s'accentuera, sous l'influence de la télévision et de la presse de boulevard: les contacts personnels entre la presse et le public, les milieux gouvernementaux, les partis, les groupements professionnels et même les milieux ecclésiastiques; il en résultera une certaine humanisation de l'information qui s'éloignera de l'abstraction assez caractéristique de la presse traditionnelle.

La tendance vers la régionalisation de la presse à l'étranger se répercutera également sur notre presse. Les frontières traditionnelles des cantons s'effaceront progressivement sous l'effet de l'urbanisation et de la mobilité sociale croissante. C'est pourquoi il conviendrait de suivre attentivement l'évolution de la presse en France, en Allemagne, et dans les pays scandinaves où des transformations importantes sont en train de se réaliser — évolution à laquelle la presse suisse n'échappera pas.

¹ Dans une interview accordée au journal *La Vie protestante*, M. Pierre Béguin déclare : « Le public veut avoir affaire à des journalistes qui soient aussi dégagés que possible de toute attache partisane. Je ne m'en lamente d'ailleurs pas. Je pense, au contraire, que c'est plutôt un progrès ». « La Suisse et ses journaux », *La Vie protestante*, 19 janvier 1968).

² La publicité constitue la principale ressource des journaux et le rapport entre les recettes publicitaires et les recettes émanant de la vente se déplace progressivement en faveur des premières.