

Zeitschrift: Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur

Herausgeber: Gesellschaft Schweizer Monatshefte

Band: 50 (1970-1971)

Heft: 4: Presse in der Krise? : ein internationaler Querschnitt

Artikel: Presse romande : Crise ou évolution?

Autor: Cornu, Daniel

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-162480>

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: 22.02.2026

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

Presse romande: Crise ou évolution?

DANIEL CORNU

Le tirage de la presse romande n'a fait qu'augmenter depuis trente ans, à l'instar de celui de la presse suisse. Quatre des dix plus grands journaux du pays sont publiés en langue française. Pour 92 titres (dont 23 quotidiens), on compte un tirage moyen dépassant chaque jour un demi-million d'exemplaires et représentant à peu près un journal pour deux habitants. Tous ces signes sont apparemment ceux de la santé. Et pourtant on n'a jamais tant parlé d'une «crise de la presse». Moins d'ailleurs pour dénoncer une évolution réellement catastrophique ou pour constater des dommages irréparables que pour inciter le gouvernement et les milieux d'éditeurs et de journalistes à la vigilance. La presse est-elle menacée? Les dangers sont divers et tous les journaux ne sont pas également vulnérables. C'est pourquoi il est certainement impropre de parler d'une manière globale et peu nuancée d'une crise de la presse écrite. Certains journaux luttent sans doute pour leur existence à court terme, mais d'autres pour leur expansion à long terme. Et si crise il y a, pour ces derniers, c'est au plus une crise de croissance.

La menace des journaux gratuits

Personne n'ignore que la plupart des organes de presse dépendent financièrement, en tout premier lieu, de la publicité. Cette dépendance à tendance à s'accroître. Une enquête menée en 1969 à la demande de la Commission suisse des cartels auprès de dix quotidiens montre que la part des recettes provenant des annonces à passé de 63,5% en 1955 à 73,8% en 1968; celle des recettes provenant de la vente au numéro et des abonnements a décrue pendant la même période de 36,5% à 26,2%¹. Les journaux sont donc très sensibles à toutes les atteintes portées dans ce domaine. L'alerte la plus sérieuse de ces dernières années est venue de différents projets de journaux gratuits, caractérisés par une absorption gargantuesque de publicité qu'ils distraient des organes de presse traditionnels.

En automne 1968, on apprenait qu'un puissant groupe financier français, spécialisé dans l'édition de journaux gratuits, avait fait des démarches en Suisse romande en vue du lancement d'un hebdomadaire. Prospection, étude technique des possibilités d'impression et de distribution, évaluation

du marché publicitaire: le groupe Floirat – M. Floirat occupe une forte position à Europe No 1, au sein de la SECAM et de Télé-Monte-Carlo – n'en était pas à son coup d'essai. Le printemps précédent, il avait créé successivement *Hebdo-Lyon*, *Hebdo-Saint-Etienne* et *Hebdo-Toulouse*. Son intention était de lancer peu à peu des organes analogues dans les vingt-cinq plus grandes villes de France. L'hebdomadaire destiné à la Suisse romande devait être tiré à 400000 exemplaires. Le projet est finalement tombé à l'eau... ou tout au moins ajourné à des temps plus propices. Une explication a été donnée de ce renoncement: les dirigeants du groupe se seraient rendu compte de la résistance que leur opposeraient les éditeurs romands et, surtout, de la difficulté de susciter en Suisse une publicité nouvelle, par opposition au marché français où son volume est encore relativement modeste². En mars 1969, le lancement du magazine français *Un Jour*, par le même groupe Floirat, provoqua une nouvelle vague d'inquiétude. Le bruit ne courait-il pas qu'*Un Jour* pourrait être aussi diffusé en Suisse, gratuitement et avec de la publicité d'origine suisse?

Les dangers présentés par les journaux gratuits sont réels. Mais il est possible aussi que les milieux de la presse romande manifestent à leur propos une nervosité plus grande qu'ailleurs. La coutume des feuilles d'annonces gratuites est beaucoup moins répandue en Suisse romande qu'en Suisse alémanique. On ne connaît guère qu'une exception notable à Neuchâtel, où le bulletin officiel de la Ville est assorti d'une partie publicitaire. Mais si l'on consulte les chiffres donnés récemment par la Commission des cartels, on s'aperçoit de l'énorme différence des tirages hebdomadaires d'un côté et de l'autre de la Sarine: près de 3 500 000 contre 65 000. Les lecteurs romands n'ont pas idée de ce que peut être, par exemple, un *Züri-Leu*.

Ces chiffres ne comprennent pas une quarantaine d'autres feuilles qui ne sont pas vraiment gratuites, mais dont les tarifs d'abonnement se situent au-dessous des prix indicatifs minimums de l'Association suisse des éditeurs de journaux ou de l'Union romande de journaux. En Suisse romande, la plus connue de ces publications est *Trente Jours*, qui est largement diffusée depuis 1950 et dont le tirage actuel s'élève à quelque 400 000 exemplaires, chiffre correspondant au nombre des ménages romands. Il est clair, dans un cas comme celui-ci, que le prix de vente aux numéros mensuels (1 franc) et celui de l'abonnement annuel (3 francs) ne sont que fiction: le magazine arrive sans la moindre formalité et sans le moindre versement postal dans toutes les boîtes aux lettres. Les éditeurs romands tolèrent *Trente Jours* – au point même que certains rédacteurs attachés à des quotidiens connus y collaborent régulièrement! – mais avec l'idée qu'il doit constituer une exception. Ce qui est une manière peut-être de limiter après coup les effets d'un indiscutable manque d'attention lorsque fut lancé le magazine.

Les réactions ont donc été extrêmement vives quand le groupe Ringier

annonça au printemps de l'an dernier qu'il allait distribuer désormais *L'Illustré* selon un principe analogue. Les plus grands quotidiens de Suisse romande préparèrent aussitôt leur riposte. Un projet de magazine fut élaboré afin de faire échec à *L'Illustré*, dont le tirage prévu (460000 exemplaires) indiquait bien que le prix d'abonnement déjà excessivement modeste était purement symbolique et qu'il serait payé, comme l'écrivait M. Pierre Béguin, «par quelques naïfs seulement – pour ne pas dire quelques dupes»³. Le magazine «de combat» des éditeurs romands devait être encarté dans les quotidiens en question et distribué sans majoration du prix à tous leurs lecteurs. Devant cette attitude résolue, Ringier renonça en partie à son projet. Pour l'instant tout au moins, *L'Illustré* n'est donc envoyé en principe qu'à ses abonnés, contre la modique contribution de 8 francs par an. Ce qui montre que tout danger n'est pas définitivement écarté. Il est vrai que la publication du rapport de la Commission des cartels a dressé un nouvel obstacle à de tels projets en Suisse romande. On peut y lire, à propos de *L'Illustré* précisément: «Les indices recueillis permettent de supposer que cet illustré gratuit aurait tôt fait d'absorber 20 à 25% du volume des annonces sur le marché en question. Selon l'estimation des experts, la presse quotidienne d'opinion aurait alors perdu 10 à 15% des annonces (...) Quelques journaux n'auraient pas été économiquement assez forts pour pouvoir supporter une telle perte, de sorte qu'ils auraient certainement été menacés dans leur existence.» Or la loi sur les cartels prévoit que des actions peuvent être intentées s'il existe des effets nuisibles d'ordre économique ou social. Et la commission conclut par cet avertissement de portée plus générale: «Il appartient aux tribunaux de décider si les feuilles d'avis gratuites, principalement celles qui ont une partie rédactionnelle, excercent une *concurrence déloyale* à l'égard de leurs concurrents.» S'il en résulte une atteinte à l'existence d'autres quotidiens ou simplement un danger sérieux, «il incombe aux milieux intéressés d'intenter une action devant le tribunal»⁴.

Concurrence de la radio et de la télévision?

Les profonds remous causés en Suisse romande par ces différents projets de journaux gratuits⁵ montrent avec évidence que c'est de ce côté-là que la presse voit le plus grand péril. Le conseiller national vaudois Pierre Freymond a d'ailleurs déposé à ce sujet, et à propos des monopoles et des concentrations, une interpellation à laquelle le Conseil fédéral a répondu le 16 mars dernier, lors de la session de printemps des Chambres fédérales.

Cela ne signifie pas toutefois que l'on considère comme négligeable la concurrence de la télévision. La résistance à une éventuelle augmentation du temps accordé à la publicité sur le petit écran n'est pas près de céder.

Pas plus que l'opposition à l'introduction de la publicité à la radio ou à la création d'un impôt sur la publicité, réclamé notamment par les associations de consommatrices. Mais il faut reconnaître que si les éditeurs romands jouent la carte de la solidarité face à toute tentative de les priver d'une partie de leur revenu publicitaire, l'enjeu n'est pas exactement le même pour tous. Car cette source vitale qu'est la publicité ne semble guère tarir pour les journaux jouissant d'une forte implantation locale ou régionale. On a justement remarqué que si les annonceurs se référaient autrefois au tirage global, s'ils tenaient également compte du prestige de certains quotidiens de moyen ou même de faible tirage, ils portent aujourd'hui leur choix sur les journaux qui atteignent un pourcentage élevé de lecteurs dans une région donnée et calculent le rendement en confrontant le prix du millimètre au «contact» offert par le support publicitaire. Cette politique touche donc en premier lieu les quotidiens de moyenne ou de faible importance dont la diffusion est très diversifiée. Les journaux locaux – les grands quotidiens comme les petites feuilles solidement établies dans une commune ou un district – sont certes aussi touchés par toute réduction globale du volume publicitaire, mais de manière moins grave que les journaux moyens dont les lecteurs sont plus disséminés. C'est, pour ces derniers, une difficulté supplémentaire qui s'ajoute aux lourdes charges nécessitées par le développement technique et aux frais relativement plus grands de distribution.

La Commission des cartels se montre très prudente dans son évaluation de la concurrence entre la télévision et la presse écrite dans le domaine de la publicité. La dépense pour les annonces, d'après une enquête du professeur P. Stocker, de Berne, correspondait en 1968 à 39% du total des dépenses publicitaires en Suisse, alors que la part de la télévision était de 4%. Le chiffre n'est pas inquiétant et la Commission des cartels conclut avec une sérénité qui ne nous paraît pas exagérée si l'on considère le marché romand : il existe entre la presse et la télévision, en ce qui concerne les annonces, «une concurrence qui a plutôt les attributs de la complémentarité que ceux de la substitution»⁶. Complémentarité qui correspond à celle de la presse écrite et des moyens audio-visuels en tant qu'organes d'information. On a déjà beaucoup disserté à ce sujet. Les enquêtes et les sondages effectués dans tous les pays d'Europe étaient assez largement cette thèse pour qu'on nous permette de ne pas nous étendre à son propos. D'autant plus que cet aspect n'est nullement spécifique à la Suisse romande.

La pénétration de la presse française

Ce qui l'est davantage, c'est la concurrence des journaux étrangers sur le marché. Alors qu'en Suisse alémanique, la vente des journaux allemands est

relativement faible (ce sont la *Frankfurter Allgemeine* et *Die Welt* qui ont la plus forte diffusion avec quelque 3000 exemplaires chacun par jour⁷, celle des quotidiens français est, comparativement au chiffre de la population, beaucoup plus forte en Suisse romande. Des chiffres pas très récents donnent 10000 exemplaires pour *France-Soir*, par exemple⁸. D'après une enquête effectuée à la fin de 1969 par le Centre de recherche et de promotion de la presse suisse, la diffusion du *Monde* est passée de 5663 exemplaires en 1967 à 6761 en 1969⁹. Celle du *Figaro* serait de 2800 exemplaires. A ces trois quotidiens s'ajoutent les hebdomadaires: politiques comme le *Nouvel Observateur* ou l'*Express* (qui annonce une vente de 10000 exemplaires), satirique comme le *Canard enchaîné* (environ 8000 exemplaires) ou à sensation comme *France-Dimanche* et *Ici-Paris*, qui totaliseraient à eux deux quelque 50000 exemplaires¹⁰. Sans parler des magazines de toute espèce dont la pénétration en Suisse romande bénéficie indiscutablement d'un marché pratiquement désert, mais qui a, contrairement aux quotidiens, son correspondant en Suisse alémanique, où la vente des revues allemandes atteint presque un million d'exemplaires¹¹.

La différence quantitative qui sépare les lecteurs de langue allemande de ceux de langue française est complétée par une différence qualitative: alors que les quotidiens français sont largement achetés et lus par des lecteurs individuels, les journaux allemands vont surtout aux rédactions pour leur information, aux hôtels pour leur clientèle germanique et un grand nombre d'exemplaires sont achetés par des étudiants allemands immatriculés dans nos universités¹².

Le marché romand se trouvant déjà à la limite de la saturation, le succès de la presse française a des répercussions sur le développement de certains journaux. Il est facile d'imaginer qu'un quotidien comme le *Monde*, très lu par les hommes politiques, dans les milieux d'affaires et par la clientèle universitaire, cause un préjudice à des journaux qui ont traditionnellement porté leur effort sur l'information internationale et culturelle, aux dépens parfois de l'information locale et régionale, et qui n'ont évidemment pas les moyens de rivaliser avec un organe qui est le meilleur de langue française dans son genre. La forte implantation des journaux français tient à deux facteurs essentiellement. Le premier est le rayonnement de Paris et de la France sur toutes les régions francophones. Le lecteur romand – le lecteur cultivé surtout – est porté à s'intéresser aux événements politiques et culturels du pays voisin plus vivement que le lecteur alémanique ne s'intéresse aux questions allemandes. Plus que d'un intérêt, on peut parler même d'une participation. Le phénomène est connu et touche d'autres secteurs que la presse. En second lieu, la presse romande ne possède ni la *Neue Zürcher Zeitung* ni le *Blick*. C'est-à-dire ni de quotidien jouissant d'une réelle portée internationale¹³, ni de véritable journal de boulevard. Rien d'étonnant donc

au succès du *Monde* ou, à l'opposé, à celui d'*Ici-Paris*. Mais là encore, il est difficile de parler de concurrence, sauf pour quelques journaux très particuliers. Un examen objectif permet une nouvelle fois de conclure plutôt à une complémentarité. Le journal qui accorde la place qu'ils méritent aux informations et aux commentaires touchant la vie locale, régionale et nationale, qui offre à ses lecteurs les services qu'ils attendent de lui, n'est nullement menacé par l'expansion de la presse française.

Le mouvement de concentration est lancé

Toutes ces questions concernant la concurrence rencontrée, sur le marché publicitaire surtout, par la presse écrite sont connues des spécialistes mais généralement ignorées du grand public, qui tend à ne considérer les journaux que sous leur aspect rédactionnel. Ce qui le frappe davantage, et qui l'incite d'ailleurs à parler d'une «crise», est le mouvement de concentration amorcé depuis quelques années: des journaux disparaissent, d'autres sont absorbés par un voisin plus puissant ou plus dynamique, d'autres encore s'entendent pour mettre en commun leurs services techniques, leur appareil de distribution ou une partie de leurs textes rédactionnels, parfois même les trois ensemble. De 1955 à 1969, le nombre total des journaux romands est tombé de 106 à 92.

Dans le canton de Neuchâtel, la *Feuille d'Avis de Neuchâtel* fusionne avec l'*Express*, puis absorbe le *Courrier du Val-de-Travers*, qui de quotidien devient hebdomadaire. *L'Impartial* de La Chaux-de-Fonds s'allie avec la *Feuille d'Avis des Montagnes*. Depuis octobre 1965, le quotidien socialiste *Le Peuple* n'est plus que l'édition régionale genevoise et vaudoise de *La Sentinel*, éditée dans la capitale horlogère.

En Valais, le *Nouvelliste valaisan* absorbe d'abord le *Rhône*, puis la *Feuille d'Avis du Valais*. Le titre du nouveau quotidien est *Nouvelliste et Feuille d'Avis du Valais*. Le *Confédéré*, de tendance radicale, devient quotidien grâce à un accord avec la *Nouvelle Revue de Lausanne*. Ce dernier journal vient de s'entendre de son côté avec la *Gazette de Lausanne* pour une mise en commun de la publicité et la publication de certaines pages (programmes de radio et de télévision, cotes et informations boursières, informations internationales). Depuis le début du mois d'avril un lien étroit existe donc entre les deux quotidiens lausannois et le journal valaisan.

Dans la partie francophone du canton de Berne, le *Journal du Jura*, édité à Bienne, absorbe la partie française de l'ancien *Express* bilingue de la même ville, puis la *Tribune jurassienne* de Moutier. Le *Journal du Jura* est propriété du même éditeur que le *Bieler Tagblatt* (qui a lui-même repris le *Seeländer Bote*). *Le Jura*, de Porrentruy, qui paraissait trois fois par semaine, n'est plus qu'un hebdomadaire.

Dans le canton de Fribourg enfin, qui ne compte plus qu'un seul quotidien (*La Liberté*), deux feuilles gruyériennes ont fusionné l'an dernier: *La Gruyère* et la *Feuille d'Avis de Bulle*. Le nouveau journal paraît trois fois par semaine.

D'autres fusions ont eu lieu touchant de petits journaux, notamment dans la région de La Côte, qui s'étend entre Genève et Lausanne. Pour l'instant, le seul canton qui ait échappé au phénomène de concentration est celui de Genève, l'entente entre *Le Peuple* et *La Sentinel* pouvant être considérée comme un cas particulier. Un essai de collaboration entre le *Courrier* (catholique) et *La Liberté* de Fribourg a duré quelques mois, mais il n'a pas été concluant et chaque journal a repris sa totale indépendance. On a fréquemment parlé d'un accord possible entre les deux quotidiens libéraux, le *Journal de Genève* et la *Gazette de Lausanne*. La confection d'un supplément littéraire commun aurait été la première étape vers une collaboration plus étroite pouvant aller jusqu'à l'édition d'un seul journal. Plusieurs fois interrompus, plusieurs fois repris, les pourparlers n'ont débouché pour l'instant sur aucun résultat tangible. Il est difficile de dire actuellement dans quelle mesure la récente entente entre la *Gazette* et la *Nouvelle Revue* constitue un obstacle sérieux à la poursuite de discussions.

Les raisons de ce mouvement de concentration ne sont pas propres à la presse romande: augmentation du coût de production (matières premières et salaires), investissements de plus en plus lourds dans le domaine technique, lutte toujours plus intense pour assurer les revenus publicitaires indispensables, exigences accrues des lecteurs, etc. Il est clair toutefois que ces raisons pèsent d'autant plus sur la presse romande et sur la presse suisse en général que le nombre des publications est extrêmement élevé. Faut-il déplorer ce phénomène? Certes, c'est un peu de l'«esprit suisse», fortement marqué par le fédéralisme, par l'autonomie cantonale et surtout communale, qui s'en va. Mais il n'est pas toujours raisonnable d'aller trop loin au secours des «petits», condamnés par une évolution économique qui les dépasse. Certaines feuilles – dont le directeur-rédacteur-en-chef-et-unique-rédacteur n'est souvent que l'imprimeur de l'endroit – ne sont pas forcément les «bastions du fédéralisme» que l'on prétend parfois. La place qu'elles réservent à l'information locale proprement dite, et la nature même de cette information, la pauvreté des commentaires, ne justifient pas leur existence dans tous les cas et à tout prix. Quelques nouvelles disparitions, quelques fusions, quelques absorptions ne modifieront pas profondément le visage de la presse suisse. Ses traditions et l'existence de plusieurs régions linguistiques préservent pour longtemps encore les particularismes qu'elle reflète.

Les concentrations dans la presse suscitent presque toujours la même question: l'évolution ne condamne-t-elle pas les journaux d'opinion au profit des grands journaux d'information? Et cette condamnation n'est-

elle pas celle aussi de la démocratie ? Il s'agit d'un faux problème. En Suisse romande, la presse de parti est nettement moins forte qu'en Suisse alémanique. Certains organes portent encore une étiquette, comme les deux journaux libéraux *la Gazette de Lausanne* et *le Journal de Genève*, mais leurs rédactions sont assez indépendantes des partis politiques dont ils expriment généralement la tendance. En outre – c'est le plus important – la presse politique n'a pas le monopole de l'opinion, et moins encore de l'information touchant la politique nationale ou internationale. Une étude statistique montrerait aisément que de grands journaux d'information qualifiés de « neutres », comme *la Feuille d'Avis de Lausanne* ou *la Tribune de Genève*, publient davantage d'éditoriaux et de commentaires que des organes apparemment plus politiques. Le premier de ces quotidiens a fait d'autre part la démonstration qu'il avait accordé aux élections fédérales de 1967 une place nettement plus importante que d'autres quotidiens romands exprimant des tendances politiques déterminées. M. Marcel Pasche, directeur d'édition de ce journal, en tire cette conclusion : « L'indépendance politique d'un journal n'implique pas nécessairement son désintéressement civique, bien au contraire¹⁴. » Cela est si vrai que tous les grands journaux romands semblent décidés à accorder, face à la concurrence de la radio et de la télévision, une importance de plus en plus grande aux commentaires. Sera-ce au prix d'une mollesse, d'une uniformisation, d'un conformisme, par souci de ne pas choquer certains lecteurs et de ne pas compromettre l'expansion commerciale du journal ? Il ne le semble pas, tout au moins dans la plupart des cas. Les principaux quotidiens romands pratiquent au contraire une politique très tolérante et laissent leurs rédacteurs s'exprimer avec une remarquable indépendance. Ce qui est une manière au moins aussi valable que le maintien d'une multitude d'organes de presse d'assurer l'expression de la diversité des opinions... et leur audience ! Mais c'est peut-être un luxe qu'ils sont les seuls à pouvoir s'offrir. Les quotidiens de moins grande envergure qui jouissent de quasi monopoles dans une région déterminée sont moins tentés par cette attitude libérale. Ainsi, le *Nouvelliste* et *Feuille d'Avis du Valais* et *La Liberté* (qui vient de subir un profond remaniement rédactionnel) jouent volontiers le rôle de moniteurs de l'opinion dans leurs cantons respectifs, sans trop s'embarrasser de nuances. Leurs positions souvent monolithiques – le cas du Valais est à cet égard le plus typique – favorisent cependant la pénétration de journaux extérieurs au canton, auprès desquels les lecteurs cherchent précisément une opinion différente de celle de l'organe dominant.

La démonstration faite par la *Feuille d'Avis de Lausanne* de son intérêt pour la chose publique (la tâche avait été confiée à deux experts en sciences politiques) est encore plus significative si l'on songe que ce journal appartient au groupe de presse le plus puissant de Suisse romande. La Lousonna SA détient en effet plus des deux tiers (69,5%) du capital-actions de la Société

de la *Feuille d'Avis de Lausanne* et Imprimeries réunies – qui possède elle-même la *Tribune de Lausanne-Le Matin* – une part importante de Sonor SA, société éditrice de *La Suisse*, 50% du capital-actions de Kiosque SA, l'une des quatre agences de journaux parmi les plus importantes du pays. Sans parler de la société de participation Sedunia, Société anonyme financière (Banque de Sion, de Kalbermatten & Cie), dont le siège est à Sion et qui appartient également à ce groupe. La Lousonna, qui est pour moitié la propriété de MM. Marc et Jean-Pierre Payot et pour l'autre moitié de M. Marc Lamunière, a donc une position extrêmement forte sur le marché romand: 25% environ avec les seules *Feuille d'Avis de Lausanne* (85661 exemplaires) et *Tribune de Lausanne-Le Matin* (60182 exemplaires, y compris le tirage dominical). Elle est encore plus marquée si l'on tient compte de la part de 10% de *La Suisse* (65098 exemplaires, y compris le tirage dominical)¹⁵. Face à ce géant de la presse romande, les autres quotidiens constituent des groupes indépendants, souvent très solides en raison de leur forte implantation locale comme la *Tribune de Genève* (62917 exemplaires).

Quelques perspectives d'avenir

Tous les aspects que nous avons évoqués jusqu'ici (concurrence des journaux gratuits, de la radio, de la télévision et de la presse étrangère, amorce d'un mouvement de concentration) ne peuvent être ignorés dans le contexte actuel. Mais leur portée doit être considérée dans des perspectives plus lointaines. Se limiter à leurs effets à court et moyen termes, c'est déjà observer un combat d'arrière-garde. Car la presse est appelée à des transformations si radicales qu'il est impérieux d'élargir immédiatement l'horizon. M. Jean-Claude Nicole, administrateur-délégué et directeur général de Sonor SA, a prononcé récemment devant diverses associations de Suisse romande, une conférence remarquable sur «La presse écrite en marche vers l'an 2000», dont nous approuvons le ton empreint d'optimisme. Cette conférence nous semble répondre de manière assez détaillée au problème que posait M. Oskar Reck dans l'annuaire 1969 de la Nouvelle société helvétique: aujourd'hui, dans une situation évidemment délicate, la question n'est pas de savoir *si* la presse survivra, mais *comment*¹⁶.

L'avenir de la presse écrite paraît aujourd'hui déjà tellement étonnant pour une génération habituée à des journaux dont la forme n'a guère changé depuis le siècle dernier que l'on ne sait si l'expression même de «presse écrite» correspondra encore exactement, au terme de l'évolution, à la nature du produit. Au Japon déjà, des systèmes nouveaux sont actuellement mis à l'essai pour introduire dans les mœurs le «journal à domicile», soit par un récepteur appelé *Telenews* permettant de restituer une page de journal sur un

papier enregistreur électrostatique, soit grâce à un appareil encore plus révolutionnaire capable de reproduire à domicile un fac-similé du journal en utilisant les canaux image ou son des appareils de télévision. La presse romande n'en est pas encore là. Mais deux journaux déjà sont en train de s'équiper pour l'offset: la *Tribune de Genève*, qui a pris l'initiative en Suisse et qui offrira le printemps prochain à ses lecteurs un journal renouvelé de petit format, et le *Nouvelliste et Feuille d'Avis du Valais*. L'impression offset n'est pas encore la grande révolution de la presse écrite. Elle en est pourtant un signe avant-coureur: le plomb, utilisé depuis Gutenberg, cédera la place au film, la composition «chaude» à la composition «froide» ou photocomposition. La voie est ouverte à l'impression à distance. Des possibilités nouvelles de collaboration apparaissent. Les journaux pourront échanger bientôt des pages complètes dont le film négatif (original ou fac-similé) sera immédiatement utilisable par chacun d'eux. La photocomposition offre un rapport prix/production très intéressant: alors qu'une linotype a une production horaire de 8000 signes au plus et représente un investissement moyen de 150000 francs, une photocomposeuse commandée par un ordinateur est capable de produire 400000 signes à l'heure et coûte environ 750000 francs¹⁷. Il est toutefois évident que toutes les entreprises de presse existant actuellement en Suisse romande ne pourront se permettre une telle reconversion. Constatation qui permet à M. Nicole de conclure fort pertinemment: «Les différences existant entre journaux quant à leur mode d'impression, relativement faibles aujourd'hui, s'amplifieront dans l'avenir au gré des découvertes et de la possibilité financière qu'auront les uns et les autres d'appliquer les techniques les plus modernes.»

Ces quelques indications très sommaires permettent de tirer au moins trois conclusions. Premièrement, la presse écrite va jouer son avenir sur le terrain économique. Sans que l'aspect rédactionnel soit ignoré, c'est d'abord au niveau de l'entreprise, de sa gestion et de son développement que chaque journal devra se battre pour garder sa place ou accroître son rayonnement. Deuxièmement, toujours dans cette optique, la fonction du journal comme support publicitaire prendra demain une importance plus grande encore qu'aujourd'hui. Les quotidiens qui disposeront d'un appareil technique très moderne, capable d'offrir aux annonceurs la couleur et tous les avantages qui lui sont assortis, vont drainer une part importante des budgets de publicité au détriment d'autres organes moins bien équipés. Un journal qui n'aura pas su ou qui n'aura pas pu évoluer trouvera toujours des lecteurs attachés à la forme rédactionnelle qu'il propose ou aux opinions qu'il défend; il est beaucoup moins sûr qu'il trouve aussi longtemps les annonceurs qui le feront vivre. Troisièmement, les perspectives nouvelles découvertes depuis quelques années indiquent que l'on va vers une intégration toujours plus grande, non seulement des organes de presse traditionnels, mais de l'en-

semble des moyens de communication. Il est possible que d'ici la fin de ce siècle la distinction entre les groupes qui assurent la fabrication des différents moyens de communication (livre, journal, radio, télévision, etc.) ne soit plus aussi claire qu'elle l'est encore aujourd'hui. Les expériences en cours au Japon montrent que leur pratique sera de plus en plus solidaire.

Cette «vision du futur» est-elle trop audacieuse? Nous ne le pensons pas. Et nous savons que quelques grandes entreprises de presse romandes y songent déjà.

¹ Concentration dans la presse suisse (Publications de la Commission suisse des cartels, Heft 4, 1969), p. 311. Sept journaux sur les dix ont répondu dans les délais. —

² Presse-Forum, Bulletin d'information du Centre de recherche et de promotion de la presse suisse, Lausanne, No 8, p. 3-4, No 9, p. 13. — ³ Presse-Forum, No 14, p. 2. — ⁴ Concentration dans la presse suisse, ouvrage cité, p. 308-310. — ⁵ On peut encore signaler le cas d'une publication mensuelle «Genève Communes», elle aussi pratiquement gratuite, qui vient d'être lancée et qui est adressée à tous les ménages genevois, sauf à ceux de la ville de Genève. — ⁶ Concentration dans la presse suisse, ouvrage cité, p. 278-279. —

⁷ Chiffres donnés par Ernst Bollinger dans: L'image structurelle de la presse suisse: tendances et perspectives, Revue économique et sociale, Mai 1968, No 2, p. 103.

⁸ Ibidem. — ⁹ Les diverses sources que nous avons consultées donnent des chiffres très variables. Les différences peuvent provenir de la distinction, pas toujours claire, entre la *diffusion* (abonnement et vente au numéro) et la *vente* (vente au numéro seulement). Une enquête personnelle auprès de l'administration du «Monde» nous a valu la réponse suivante: quelque 900 abonnements et 3950 numéros vendus chaque jour en moyenne. Voir Presse-Forum, no 18, p. 11-12. — ¹⁰ Presse-Forum, no 18, p. 11-12, et Otto Frei, Der Existenzkampf der Zeitungen im Welschland, Neue Zürcher Zeitung, 2 février 1969,

No 69, p. 21. — ¹¹ 912272 selon le rapport de la Commission suisse des cartels, ouvrage cité, p. 263. — ¹² Ernst Bollinger, ouvrage cité p. 103. — ¹³ 26% du tirage du *Journal de Genève* vont à l'étranger. Mais il ne s'agit que de 4168 exemplaires (contrôlés en mars 1970). La *Tribune de Genève* «exporte» 2860 exemplaires (contrôlés en novembre 1968) et la *Gazette de Lausanne* 1423 (contrôlés en décembre 1967). —

¹⁴ Feuille d'Avis de Lausanne des 21 et 22 mars 1970, p. 3. — ¹⁵ Ces renseignements sont donnés dans: Concentration dans la presse suisse, ouvrage cité p. 297-298. La Commission des cartels attribue à Louonna SA 40% du capital-actions de Sonor SA. D'après des renseignements de très bonne source, cette participation serait en fait inférieure puisqu'il s'agirait de 40% *de la part de l'actionnaire majoritaire* de la société éditrice de *La Suisse*. La *Tribune de Lausanne* — *Le Matin* et *La Suisse* disposent en Suisse romande d'un duopole pour leurs éditions du dimanche, puisqu'ils sont les seuls à paraître ce jour-là. Pour obtenir un tirage comparable aux autres quotidiens ne paraissant que la semaine, il faut réduire leurs chiffres respectifs d'environ 7000 exemplaires. —

¹⁶ Oskar Reck, Zur Gegenwartsproblematik der Schweizer Presse, dans: Sommes-nous informés? Annuaire 1969 de la Nouvelle société helvétique, p. 106. — ¹⁷ Chiffres donnés par M. Jean-Claude Nicole. De larges extraits de sa conférence «La presse écrite en marche vers l'an 2000» ont paru dans: Presse-Forum No 21, p. 4-8.