

La filière allemande

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **- (1980)**

Heft 534

PDF erstellt am: **15.05.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-1022275>

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.

La filière allemande

«PLUS»: le groupe Jean Frey s'étoffe d'un nouveau magazine. Cette publication devrait permettre de développer le supplément de la «Weltwoche» et servir d'annexe à deux journaux allemands, «Handelsblatt» et «Die Welt». C'est cette dernière «connection» qui est certainement à l'origine des bruits concernant des accords commerciaux entre le groupe Frey et Axel Springer. Les 530 000 exemplaires de ce nouvel hebdomadaire, imprimés à Winterthour, renforceront encore la vocation internationale de l'imprimerie du groupe Frey, déjà manifeste puisque lui a été confiée l'une des éditions de «Newsweek». Aux dernières nouvelles — au moment où nous mettons sous presse, nous n'avons pas encore eu entre les mains le premier exemplaire de ce produit de presse lancé sous des auspices pour le moins favorables — on ne serait pas étonné qu'un journal autrichien s'associe

à l'entreprise qui trouve une partie de son sens dans les grandes manœuvres de la presse allemande: Springer se devait de réagir à l'apparition prochaine du «F.A.Z. Magazin», supplément du grand quotidien allemand, la «Frankfurter Allgemeine Zeitung», à paraître en RFA, pour un public allemand.

— Dans le dernier supplément «politique et culturel» de la «Basler Zeitung» du week-end, une longue enquête sur les premiers mois de fonctionnement de la permanence des patients installée à Zurich. Le développement d'une forme de prise en charge des malades par eux-mêmes qui doit faire écho aux fantastiques progrès de la médecine sur le plan technique ces dernières décennies. L'entreprise, rappelons-le, a été lancée sous le signe de l'information (meilleure information des droits du malade, meilleure information sur le système de santé, meilleure information entre les différents groupes de soignants) et de la formation (des malades eux-mêmes, appelés à devenir partie prenante à l'organisation des soins).

tants groupes de presse. Allons donc, il y a peu de risques que l'explosion de la radio soit l'occasion d'une redistribution des cartes sur le marché de la communication!

* * *

Les Bernois sont gâtés. Lundi 18 février, ils avaient le choix entre les exposés suivants, tous proposés par des conseillers fédéraux en activité: Pierre Aubert présentait «Notre politique extérieure» sous les auspices de l'Hispo, société d'histoire et de science politique; Fritz Honegger livrait ses réflexions sur la future politique agricole à l'appel de l'OeGG, une société très ancienne fondée par des Physiocrates et qui se consacre en particulier à l'information permanente du monde rural; Kurt Furgler enfin exposait en public les problèmes actuels de son département de Justice et Police, à la demande de la société d'éducation civique. Un programme qui devait permettre d'établir un «hit-parade» des Sages en représentation. En tout cas, quelle galère pour le seul parlementaire «à l'affiche» ce même jour, Alfred Neukomm! Trois conseillers fédéraux et les Jeux Olympiques à la télévision: trop pour un seul homme!

* * *

Le «Club Hofer», cette association d'auditeurs et de téléspectateurs bourgeois, n'est pas assez traditionaliste pour les fondateurs du groupe d'auditeurs RAGE — comme son nom ne l'indique pas: Radiohörer-Gemeinschaft — qui a lancé une pétition pour plus de musique populaire, plus de musique chorale et plus de fanfare sur les antennes de la radio suisse alémanique. Comme de juste, RAGE entend également lutter pour un meilleur contrôle des tendances «gauchistes» qui se manifesteraient au sein de notre radio nationale.

* * *

Un effort d'ouverture qui s'imposait. L'organe de la FOBB, «Edilizia svizzera», contient non seulement des textes en italien, mais encore des pages spécialement destinées aux travailleurs espagnols et yougoslaves.

A SUIVRE

Jacques Séguéla, «numéro 2» de la publicité française, espère bien détrôner un jour le «numéro 1» Marcel Bleustein-Blanchet. En attendant, il envisage de s'établir aussi en Suisse romande. A force d'en entendre parler dans la presse, à la radio et à la télévision, on finira par y croire sans que l'intéressé ait eu à déboursier un centime pour une campagne de promotion traditionnelle. D'accord, le titre de son livre a fait sursauter, mais est-ce une raison, surtout quand on connaît les projets de l'auteur, de le produire à la télévision (Oiseaux de nuit) et à la Radio (En question, de Jacques Bofford et Magazine de midi, avec Jacques Neyrinck, éminent consommériste, comme faire-valoir). Jacques Séguéla a raison, la publicité, ce ne sont pas seulement les annonces payantes! Il faudra s'en souvenir lorsque l'heure de l'offensive anti-pub

tous azimuts aura sonné. C'était notre contribution, modeste, à la campagne de M. Séguéla.

* * *

Il ne manque qu'un petit coup de pouce — et M. Schlumpf ne l'a pas formellement exclu lors d'une intervention à la radio suisse-alémanique — pour que les portes de la radio s'ouvrent à d'autres concessionnaires que la SSR. En tout cas, les préparatifs vont bon train chez les éditeurs décidés à ne pas laisser échapper une miette du gâteau publicitaire. Voyez, dans la région zurichoise, les quatre grands qui se concertent déjà pour unir leurs forces et profiter sur-le-champ de la moindre ouverture officielle: au sein d'un petit groupe «ad hoc» travaillent en effet Ringier, Jean Frey, la «NZZ» et le «Tages Anzeiger», les plus gros éditeurs outre-Sarine, à un projet de radio régionale. Nul doute qu'en Suisse romande, des manœuvres soient également engagées dans ce sens parmi les plus impor-