Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (2012)
Heft: 1979

Artikel: Entre Léman et Limmat : pour la première fois, un éditeur suisse alémanique contrôle la communication des grands quotidiens romands

Autor: Gavillet, André

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1024723

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: 15.07.2025

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

Entre Léman et Limmat

Pour la première fois, un éditeur suisse alémanique contrôle la communication des grands quotidiens romands

André Gavillet - 17 décembre 2012 - URL: http://www.domainepublic.ch/articles/22325

Aucune *Schadenfreude*, pour le dire dans la langue que l'on parle à Zurich. *Le Temps* se voit contraint à de sévères licenciements. Ainsi le veut son nouveau propriétaire au nom des lois du marché qui, dans les colonnes du quotidien romand, ont si souvent été louées comme stimulant de la compétitivité.

Or, la compression des dépenses, en elle-même, n'est pas une politique. Et un journal comme *Le Temps* n'est pas une marchandise. Il est une référence, un lieu de débat politique, une création de la Suisse romande.

Ses difficultés ne sont pas un simple accident économique, elles nous concernent comme lecteur, autorisé à demander des explications.

La pub révolutionnaire

Quand le Conseil communal de Lausanne, dans les années 60, modifie le plan d'affectation pour autoriser, à l'avenue de la Gare 33, la construction d'une tour, le préavis ne suscitera pas d'opposition. Marc Lamunière, président-directeur général de la société de la *Feuille d'avis de Lausanne* et directeur des Imprimeries réunies recevait au huitième étage; la vue sur le lac était sans obstacle et la position dominante, au prix de rudes batailles.

L'histoire de la presse est liée à celle de la publicité à partir du 19e siècle, quand de Girardin eut l'idée d'introduire des messages publicitaires dans le corps des journaux trop chers pour être populaires. Balzac y consacre, dans *César Birotteau*, des pages enthousiastes: *«Les annonces payées, immense révolution!»* L'apport n'était pas financier seulement, les journalistes tenaient à ce que l'on sache que leur produit valait plus, beaucoup plus, que son prix d'achat.

La pub démocratisait la presse tout en valorisant le journal. Mais en même temps celui-ci se mettait en situation de dépendance. La publicité est un secteur de l'économie particulièrement sensible à la conjoncture. Aujourd'hui, la baisse des recettes publicitaires, ou des offres d'emploi, est invoquée partout comme la cause première des déficits. C'est un attelage dangereux que celui qui lie une production aux coûts stables à une autre tantôt fringante, tantôt rénitente.

Très tôt, deux entreprises familiales, le *Tages-Anzeiger* (famille Coninx) et la *Feuille d'avis de Lausanne* révélèrent leur capacité surconjoncturelle. Marc Lamunière consolida la *Fal*. Au lieu d'attendre que les annonceurs viennent y placer leur *«réclame»*, il leur imposa, avec Publicitas, un intermédiaire obligé. Il sut investir dans l'imprimerie à une époque où les rotatives, seules capables d'imprimer des milliers d'exemplaires, étaient déjà, par leur coût, hors de portée des *«petits»* imprimeurs.

Terre brûlée

La guerre du papier fut féroce. On n'a pas oublié le duel mortel qui opposa *La Suisse* de Nicole à *La Tribune de Lausanne*. Edipresse, qui regroupait les éditions Lamunière, défendait la théorie de la terre brûlée. Si un concurrent préparait un nouveau produit, il fallait le sortir avant lui, quel que soit le prix. Avant *20 Minutes*, publier *Le Matin bleu*.

La concentration eut pour conséquence qu'au jour où Pierre Lamunière (fils de Marc) décida de vendre Edipresse à Tamedia, les grands titres de la presse romande furent concentrés dans un même pouvoir – même si la Comco pouvait affirmer que la vigoureuse implantation régionale du *Nouvelliste*, de *La Liberté*, de *L'Impartial-L'Express*, ou la fidélité des lecteurs du *Courrier*, voire les derniers bastions de l'empire Hersant à *La Côte*, ne permettaient pas

que l'on parle de monopole. Mais de fait Tamedia est en situation de dominateur.

Le risque, c'est que Tamedia peut vouloir jouer sur la diversité des titres. Il assignerait à une seule publication, à côté du journal de base tout public, une spécialisation économique, sportive, culturelle, etc. Or, nous sommes à un moment où la presse partout en Europe et aux Etats-Unis est remise en cause. Des abonnements payants, limités à des articles précis, sont déjà proposés sur Internet.

Devant ces incertitudes, on souhaiterait que des personnalités politiques, à la manière d'Yvette Jaggi dans l'article qui suit, fassent entendre à Zurich que la Suisse romande a une cohésion qui ne se limite pas à la revendication d'une troisième voie CFF. Les équilibres sont fragiles. Pour la première fois, un pouvoir alémanique contrôle la communication des grands quotidiens romands. Il détient une responsabilité confédérale.

Le Temps qui passe

L'arrivée en force du groupe zurichois Tamedia en Suisse romande fragilise les produits de presse les moins rentables

Yvette Jaggi - 17 décembre 2012 - URL: http://www.domainepublic.ch/articles/22312

Une fusion l'a créé, une fusion pourrait le tuer. Le 18 mars 1998, *Le Temps* prenait à la fois la relève du *Journal de Genève*, qui paraissait depuis 1826 et avait lui-même absorbé la *Gazette de Lausanne* en 1991, et celle du *Nouveau Quotidien* dont l'aventure avait duré tout juste sept ans.

Cette fusion fondatrice a donné naissance au quotidien qui peut légitimement se qualifier lui-même de *«Média suisse de référence»*. *Le Temps* est effectivement le seul journal romand lu outre-Sarine comme le *junior partner* de la *Neue Zürcher Zeitung*, et régulièrement cité dans les revues de presse internationales. Une double performance réalisée grâce à la qualité du travail fourni par une équipe de journalistes dont les effectifs viennent de subir une nouvelle réduction.

Les onze suppressions de postes (en équivalent plein temps) prononcées à la fin du mois dernier, qui ont touché au total 18 personnes, sont l'effet direct de la fusion d'Edipresse avec Tamedia. Cette opération, menée avec une dureté inhabituelle dans notre pays, a profondément modifié les rapports du journal *Le Temps* avec ses propriétaires qui ont eux-mêmes changé leur manière de jouer le double rôle d'éditeur-investisseur. Jusqu'en 2009, deux groupes de presse alémanique (Ringier) et romand (Edipresse) se partageaient, à raison de 46,23% chacun, la majorité du capital de la société Le Temps SA. Le solde revenait – et revient toujours – à trois actionnaires minoritaires: un banquier privé genevois, le journal *Le Monde* ainsi que la Société des rédacteurs et du personnel du*Temps*; cette dernière participe à l'assemblée générale, mais n'est pas représentée au conseil d'administration.

En mars 2009, Edipresse Suisse et Tamedia décidaient de *«réaliser un rapprochement stratégique»*. En clair, cet euphémisme annonçait un processus de rachats successifs par Tamedia des titres édités par Edipresse Suisse. Au total, le prix de l'opération devrait atteindre au maximum la somme de 537 millions, dont un solde de 69 à 130 millions reste à payer en fonction des résultats, d'ici le 31 mars 2013 au plus tard. Le 4 avril 2012, Edipresse Suisse cessait de fait ses activités en nom propre et devenait Tamedia Publications romandes, l'une des cinq