

**Zeitschrift:** Domaine public  
**Herausgeber:** Domaine public  
**Band:** - (1974)  
**Heft:** 280

**Artikel:** La presse acculée au changement  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-1026571>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

### **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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 30.03.2025

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

## La presse acculée au changement

Les journaux, une mauvaise affaire ? Même Springer, le colosse de la presse en République fédérale allemande (entre autres publications, « Bild Zeitung » — 4,3 millions d'exemplaires par jour — « Die Welt », quotidien lui aussi — 270 000 exemplaires, et les deux hebdomadaires, « Bild am Sonntag », 2,6 millions, et « Höre Zu », 3,8 millions) appelle au secours, et cherche, semble-t-il du sang neuf, en mettant sur le marché une partie des actions du groupe. A la clef de cette décision, selon « Stern », la hausse du papier, l'augmentation des salaires, et la baisse brutale du volume de la manne publicitaire qui assure d'ordinaire 60 % des recettes.

Et les offres reçues par Springer ne feraient que confirmer la dégringolade de la cote de la presse: les banques, pour le rachat du quart du groupe, ne proposent que 175 millions, ce qui porte la valeur totale de l'entreprise à 700 millions de DM, alors qu'elle était estimée il y a quatre ans à un milliard...

En Suisse, très longtemps discrets sur leurs problèmes, les journaux font de plus en plus état au grand jour de difficultés analogues. Depuis des mois, des colonnes entières sont consacrées à l'urgence des mesures de rationalisation, au caractère inévitable de l'adaptation du prix d'achat des publications au coût réel de leur fabrication. Et revient périodiquement sur le tapis la question de l'aide à la presse, dont l'urgence est justifiée de tous côtés par des articles sur l'escalade des frais d'impression et l'importance de la diversité de l'information dans notre pays.

Tout en se rendant partiellement à l'argumentation des éditeurs, M. Schürmann, en tant que membre de la commission d'experts qui étudie la question (et qui devrait rendre compte avant la fin de l'année), lançait pourtant récemment un sérieux avertissement aux futurs et éventuels bénéficiaires des subsides de la Confédération: « J'ai

le sentiment qu'aujourd'hui trop de milieux de presse attendent les mesures d'aide fédérale comme une panacée, dans l'idée qu'il ne leur restera ensuite qu'un modeste effort à fournir pour sauver leurs journaux ». Et plus précisément encore: « L'application des mesures prévues par cette loi présuppose que les intéressés auront au préalable accompli les efforts personnels et pris toutes les mesures d'entraide que l'on est en droit d'attendre d'eux, en particulier sur le plan de la rationalisation au sein de chaque entreprise et de la collaboration entre les entreprises de presse ».

### Le pronostic de M. Schürmann

Le pronostic de l'expert fédéral ? Sous l'effet des pressions économiques de tous ordres, l'orientation de la presse helvétique semble double: une presse régionale « dominante », c'est-à-dire à forte tendance monopolistique, qui devrait être largement ouverte à la pluralité des informations et des opinions, face à une presse politique « nationale », ou tout au moins super-régionale.

L'enjeu pour le lecteur ? Bien sûr, à court terme, à quel niveau de tirage cette concentration prévisible fera son effet, et surtout de quelle façon les survivants assumeront leur position « dominante ». Mais, à la mesure des bouleversements prévisibles des techniques de l'information, il faut admettre que la presse, acculée à la « modernisation » par l'explosion des coûts, pourrait franchir d'autres étapes qui paraissaient inimaginables il y a peu;

des étapes, du reste, qui, par les investissements qu'elles impliquent, accéléreront inévitablement le processus de sélection économique des titres.

Dans un article intitulé « Quand l'écrit sera télévisé », « Le Monde » (13.7.74) donnait un avant-goût de l'avenir possible des journaux: « Dans sa version classique, l'audio-visuel consacre la victoire de l'image et du son sur le texte écrit. La télévision, la radio, le disque, la bande dessinée éliminent en effet — ou du moins diminuent considérablement — le rôle de la lecture. Mais ce processus n'est pas irréversible. Les techniciens en effet viennent de mettre au point des systèmes qui, en amenant un texte écrit sur l'écran de télévision, risquent de tout remettre en cause. Qui ne serait tenté, par exemple, de recevoir chez lui, le texte de son journal sur le petit écran ? Pour tourner les pages, il suffirait d'appuyer sur un bouton de commande. Il ne s'agit pas là d'une utopie. Des essais de transmission de ce genre auront lieu l'année prochaine en Grande-Bretagne. »

Cette vision de l'avenir, familière déjà aux spécialistes bouleversera encore davantage des données qui semblaient intangibles dans la période de prospérité de la presse. Aujourd'hui, même au titre de simple hypothèse de travail, elle impose une définition très ferme des droits et des devoirs de la presse et par-dessus tout, pas à pas, une extrême attention sur les signes avant-coureurs des bouleversements qui se préparent. Ci-dessous, quelques-uns des faits saillants et récents.

## 1. La mue de la grande dame

Le vent du changement souffle jusque dans les bureaux de la plus vénérable institution de la presse helvétique, la « Neue Zürcher Zeitung », un journal qui n'a que peu d'équivalents même sur le plan européen. La grande dame mue donc, et réduit le nombre de ses éditions: une seule par jour dès le début du mois d'octobre (ce nouveau

mode de parution — fabrication la nuit — provoquera quelques millions de dépenses supplémentaires qui seront probablement compensées par une augmentation du tarif des annonces).

Quelques points d'histoire, à titre de rappel. La « Neue Zürcher Zeitung » a été fondée en 1780; elle adoptait son titre actuel en 1821 au moment où elle paraissait trois fois par semaine. Elle est quotidienne depuis 1843, a connu deux éditions

par jour dès 1869 et trois éditions à partir de 1894. En 1969, elle est revenue à deux éditions par jour pour tenir compte de la réduction des prestations de la poste.

### 800 collaborateurs

Profitez de l'annonce de cette prochaine transformation pour feuilleter l'opuscule envoyé aux personnes contactées par une campagne de diffusion de ce journal. Une élégante et luxueuse brochure de vingt-quatre pages qui contient un article du rédacteur en chef sur « le caractère actuel d'un journal vieux de près de 200 ans », un texte sur l'histoire et la structure de la « NZZ » (800 collaborateurs dont 90 membres de la rédaction), les photos des rédacteurs responsables et les noms des autres membres de la rédaction, la justification de l'enracinement dans le sol national et de même qu'un tableau du réseau de correspondants dans le monde entier (le poste de Moscou était vacant au moment du tirage de la brochure); des indications sur les suppléments réguliers, sur le tirage, sur les lecteurs, des avis de lecteurs et deux articles: « La Suisse, un vestige ou un exemple? » et « Zurich, la plus grande ville de Suisse » complètent la publication.

## 2. La Suisse romande, une cible intéressante

La publicité, souci numéro 1 des éditeurs, et des éditeurs romands en particulier, qui voient les ressources dans ce secteur (aussi) baisser à vue d'œil. Symptomatique est le thème développé par le magazine publicitaire, « Der Werber », qui vient de consacrer son numéro de mai/juin 1974 au marché romand. Sur la couverture: « L'expansion économique de la Suisse occidentale entre 1960 et 1970 a été très marquée. Mais l'évolution et les

particularités qui l'ont provoquée ont été, peut-être, trop peu observées... »

Un simple survol des titres montrera la ligne de l'argumentation!

Le numéro s'ouvre sur un extrait du livre de J.R. von Salis « Schwierige Schweiz » et consacré à l'importance historique de la Suisse occidentale, suivent une analyse chiffrée de la Suisse romande (démographie, secteurs d'activité, grandes entreprises, hôpitaux, écoles, etc.), une analyse des mentalités et stéréotypes des Romands et des Alémaniques (Jean Gilbert), un travail de M. Gautschi « Les habitudes d'achats des Romands sont-elles différentes de celles des Alémaniques? » Les autres études sont consacrées à la publicité en Suisse romande, aux médias romands du point de vue du marketing, à l'utilisation des différents médias par les Romandes, à l'opinion du rédacteur en chef de « Meyers Modeblatt » sur sa sœur romande « La Femme d'aujourd'hui », à la soupe à l'oignon Knorr lancée en exclusivité en Suisse romande, aux particularités régionales du marché des cigarettes dans les deux principales parties linguistiques de la Suisse, à la consommation de médicaments en Suisse romande et au Tessin d'une part, à la Suisse alémanique d'autre part, à la formation de l'opinion publique (Öffentlichkeitsarbeit) en Suisse occidentale.

Il n'est pas question d'analyser plus en détail cette revue technique: notre marché doit donc intéresser les publicitaires alémaniques!

Citons pour terminer un passage de l'article de W. Bolliger, d'Euro-Advertising, de Lausanne, sur les médias: « 24-Heures », qui s'appelait auparavant « Feuille d'Avis de Lausanne », a une certaine ressemblance avec le « Tagesanzeiger der Stadt Zürich » et une lointaine ressemblance avec le « Berner Stadtanzeiger » (une feuille quotidienne distribuée à Berne et qui ne contient que des avis officiels et des annonces - *Réd.*). En même temps, ce journal paraît apparenté à la « Tribune de Genève », qui elle-même, pour l'apparence, n'a pas seulement l'impression offset en commun avec le « Züri Leu ».

## 3. Un titre très demandé

Un journal qui passe de main en main, au point de connaître trois propriétaires en quelque trois ans: un phénomène qui est aussi le reflet de l'évolution actuelle de la presse.

En 1972, le conseiller national Andreas Brunner, né en 1923, d'origine zurichoise, domicilié à Zoug, achète la majorité des actions du quotidien « Luzerner Tagblatt » et de son édition zougnoise « Zuger Tagblatt ». Il s'agissait, probablement, de sauver le quotidien radical de la Suisse centrale.

### Le refus de Ringier

En 1974, Publicitas achète le paquet d'actions du conseiller national Brunner. Auparavant, ces actions avaient tout d'abord été offertes aux Editions Ringier, de Zofingue, déjà propriétaires du quotidien « Blick » et sur la place de Lucerne du principal quotidien local « Luzerner Neueste Nachrichten »; cette entreprise ne désirant plus acquiescer de quotidien refusait. Mais il est assez symptomatique de constater que la crainte de créer un monopole sur la place de Lucerne ne semblait pas se manifester chez les vendeurs.

La question demeure aujourd'hui: que deviendra ce journal qui est la première expérience, en matière de presse, de Publicitas en tant qu'actionnaire majoritaire?

### Histoire mouvementée

L'épopée du « Luzerner Tagblatt » (123<sup>e</sup> année de parution, plus ancien quotidien lucernois), n'est du reste qu'un épisode de la très mouvementée histoire des journaux depuis 1972 à Lucerne (où paraît aussi un moniteur catholique, quotidien centenaire, le « Vaterland »): avant l'entrée en lice de Publicitas, ce fut, chronologiquement, tout d'abord la disparition du quotidien socialiste « Innerschweizerische A.Z. »; puis le rachat, par Andreas Brunner, du « Luzerner Tagblatt »; vint ensuite le rachat de l'Imprimerie

● SUITE ET FIN DU TEXTE AU VERSO

## La presse acculée au changement (suite)

Bucher, et par conséquent des « Luzerner Neueste Nachrichten » par Ringier.

Au chapitre publicité, qui pourrait devenir important vu le poids du nouveau propriétaire du « Luzerner Tagblatt », il est à noter que les quotidiens catholique et radical sont liés, depuis 1971, par une collaboration pour la partie publicitaire, qui est précisément affermée à Publicitas; jusqu'ici, les « Luzerner Neueste Nachrichten » ont conservé leur propre service d'acquisition.

### 4. Publicitas, un géant dans l'ombre

Si le marché de la publicité se tend, comme c'est prévisible, ces prochains mois, l'importance des

spécialistes en la matière ne peut que croître: Publicitas est, dans cette perspective, appelé à jouer un rôle croissant dans l'avenir de la presse helvétique. Il vaut la peine de rappeler quelques points de repères à propos de cette entreprise qui est, de loin, la plus grande société de publicité de Suisse.

#### Le règne du secret

Cerner l'identité économique de Publicitas n'est pas aisé, pour ne pas dire impossible! Sous le titre « Publicitas, Publizität unbekannt », le bi-hebdomadaire financier «Finanz und Wirtschaft» consacrait un article de son édition du 26 juin à l'entreprise lausannoise. Après une analyse des chiffres publiés dans le rapport annuel, suivait une

remarque sur l'absence totale de renseignements sur les participations de Publicitas. A la même époque, on apprenait l'acquisition de la majorité des actions du « Luzerner Tagblatt » et, par « Die Weltwoche » (No 26) que « Publicitas » était intéressé financièrement au lancement du nouveau quotidien italien « Il Giornale ».

Publicitas c'est, dans la liste des grandes entreprises suisses de la « Schweizerische Handelszeitung », le 42e rang en 1974 (le 45e l'année précédente), un chiffre d'affaires évalué à 437 millions et 1800 collaborateurs. Le capital actions est de 12 millions de francs et la capitalisation boursière au 24 juin 1974 était de près de 125 millions de francs.

#### Partout présents

En Suisse, Publicitas possède, selon la commission

## L'illusion des subventions fédérales

*Est-on assez convaincu que la presse se trouve, dans notre pays comme ailleurs du reste, dans une situation préoccupante? Les indices fournis ci-dessus ne sont que des maillons d'une longue chaîne de sujets de réflexion sur l'avenir des journaux. Nous aurons l'occasion de continuer cette enquête, mais il s'agit également de dépasser les diagnostics économiques (un journal est une entreprise qui subit les lois du marché).*

#### Les restes d'une philosophie libérale

*L'évolution actuelle de la presse (ses déboires, son influence de moins en moins grande, sa concentration de plus en plus manifeste) heurte des convictions que nous a léguées la philosophie libérale et qui tiennent en quelques axiomes bien connus: la formation de la volonté politique dépend de la libre existence de partis politiques et de journaux qui permettent d'exprimer des opi-*

*nions diverses; en bref, la liberté d'expression est un des fondements de la démocratie.*

*Or, que constatons-nous, au risque de choquer l'opinion? De plus en plus, l'image, voire l'imagerie démocratique, se trouve en parfait divorce avec la réalité. Nous avons souvent montré ici, et c'est devenu un lieu commun, de quelle façon le parlement a été supplanté dans son rôle par les organisations professionnelles. La solution, on a cru la trouver dans le renforcement des partis politiques, notamment grâce à des subventions publiques. Le résultat n'a pas été, et de loin, convaincant jusqu'ici. Or voici que l'on tient le même raisonnement face à la crise de la presse: la disparition progressive des journaux d'opinion, des organes de partis, met en émoi les penseurs bourgeois, et l'on envisage derechef de mettre sur pied un subventionnement des publications qui répondront au critère de la majorité. Peut-on attendre que dans ce cas l'idéal libéral sorte moins meurtri que dans l'autre?*

*Certains rétorqueront: disparition des idéologies et dépolitisation des masses expliquent le succès de la grande presse d'information. Renversons la proposition! Ne vivons-nous pas en pleine contradiction? Jamais les pouvoirs publics ne sont intervenus avec autant de poids dans la vie quotidienne des individus; jamais les choix, les options de base des autorités n'ont autant engagé l'avenir; au sens étymologique du terme la politique est omniprésente.*

#### La frustration du citoyen

*Mais parallèlement, le citoyen sent croître en lui un sentiment de frustration: les décisions sont prises dans des sphères qui lui échappent; états-majors de partis et directions d'organisations professionnelles négocient, hors de toute atteinte, des solutions à l'amiable. La politique est présente, mais comme une affaire technique; c'est l'efficacité qui doit primer; les partis sont devenus plutôt les détenteurs quadriennaux des voix électorales que les traducteurs d'une volonté populaire. Faut-*

de cartels, des participations minoritaires à la SA de la « Tribune de Genève », à la Société de la « Gazette de Lausanne et Journal Suisse », à l'Imprimerie Moderne SA, à Sion (« Nouvelliste et Feuille d'Avis du Valais »), à Zollikofer & Co AG, à Saint-Gall (« St. Galler Tagblatt »), à AGEZET de Bâle, qui imprime la « National Zeitung », ainsi qu'à diverses imprimeries et entreprises de presse moins importantes et parmi elles la « Buchdruckerei Oberwallis », à Naters. Certaines de ces participations sont anciennes (« Tribune de Genève », 1930), d'autres sont plus récentes (« Gazette de Lausanne », 1953).

A propos de la proportion des actions détenues dans les différentes sociétés, la commission des cartels précise qu'elle a renoncé à leur publication; car Publicitas a fait valoir qu'il s'agissait de secrets d'affaires.

*il dès lors s'étonner que les organes partisans se meurent? Ont-ils encore quelque chose à dire? On peut en douter. D'ailleurs, les grands journaux dits d'information, sont à ce point perméables que la droite ne devrait pas se plaindre. Prenez les chroniques communales, cantonales ou fédérales: dans la plupart des cas, des journaux bourgeois ne feraient pas mieux.*

#### Le mythe de la diversité

*Alors, maintenir une presse « diversifiée » à coups de subsides? Il faudrait d'abord faire la preuve de cette diversité... Comme l'aide aux partis, l'aide à la presse ne peut être qu'un emplâtre, qu'un écran destiné à camoufler la réalité, qu'une manière de faire survivre des illusions: une démocratie de concordance, de négociations et d'ententes au sommet, n'a pas besoin de la participation des citoyens, ni de l'expression publique d'opinions diverses; elle dépolitise, et les grands journaux, dans cette optique, font bien leur travail.*

LE CARNET DE JEANLOUIS CORNUZ

## Entrer à l'Université grâce au dessin

Les baccalauréats sont terminés. On a pu déplorer dans certains cas les résultats médiocres de certains candidats qui se sont trouvés réussir par la grâce du dessin ou de la géographie. Et une fois de plus s'interroger sur la « démocratisation » des études, sur la « réforme » et sur certaines nouvelles méthodes d'enseignement. Sur la nécessité aussi de « serrer la vis » pour empêcher l'Université d'être submergée par des candidats insuffisamment doués ou insuffisamment « motivés », comme on aime à dire aujourd'hui.

A ce sujet, je lis dans l'intéressante étude de Jean-Pierre Descombes : « Intérêts et choix professionnels » (Delachaux et Niestlé 1971), ces lignes concernant la stabilité ou l'instabilité des intérêts professionnels chez les adolescents et les jeunes gens (p. 322-323) :

« A partir de quel âge, et dans quelle mesure les intérêts sont-ils stables chez les adolescents ? (...) Chez les préadolescents (de onze à quinze ans), seules certaines catégories d'intérêts paraissent assez stables (...); chez les adolescents, il semble qu'il faille attendre l'âge de dix-huit ou vingt ans pour atteindre une réelle stabilité des intérêts chez l'ensemble des sujets. »

Et d'ajouter, citant à l'appui de ses propres enquêtes, deux études américaines : « Les auteurs américains concluent (...) que l'examen des intérêts est utile dès le 9<sup>e</sup> degré scolaire, mais que leur stabilité générale comporte assez d'exceptions pour que les conseils éducatifs basés sur eux, à l'école secondaire, doivent permettre la flexibilité des choix professionnels (et par conséquent le passage d'une section scolaire à une autre par un système de « classes passerelles » par exemple) ou alors une formation générale commune à tous les élèves jusqu'à l'âge de quinze ans (fin de la scolarité obligatoire) selon les principes du système scolaire suédois, dont s'est inspiré un projet de

réforme du « Conseil de la réforme et de la planification scolaire » du canton de Vaud. »

Ces lignes me paraissent appeler deux remarques : — Il serait faux de vouloir rendre l'actuel système plus « sélectif » qu'il n'est, en d'autres termes de se montrer plus sévère, d'éliminer un plus grand nombre d'élèves de l'école secondaire : en effet, si nous n'avons pas l'assurance que nos bacheliers satisferont aux exigences des études dans lesquelles ils se lanceront, nous n'avons pas non plus l'assurance que ceux qui seraient éliminés par des exigences accrues auraient nécessairement été incapables de satisfaire à ces mêmes exigences... Les goûts, les motivations, et par suite l'ardeur au travail, le succès, etc., varient encore jusque vers « dix-huit ou vingt ans ». Et donc pas de « numerus clausus », pas d'examen d'entrée à l'Université.

— D'un autre côté, il semble aussi qu'on ne peut pas entrer tout à fait dans les vues de ceux qui proposent de laisser l'élève étudier ce qui lui plaît et prendre en mains lui-même sa formation. Du fait de cette même instabilité relative dans les goûts, il risquerait de découvrir trop tard qu'il a sacrifié telle branche essentielle à un choix professionnel fait tardivement.

J. C.

## Verbois

Pour Verbois nucléaire  
Sont nos démo-chrétiens.  
Hissez le grand suaire !  
Et vogue la galère  
O Justes, hominiens.

Gilbert Trolliet