

**Zeitschrift:** Domaine public  
**Herausgeber:** Domaine public  
**Band:** - (1975)  
**Heft:** 315

**Artikel:** Efficace  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-1028601>

### **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:** 14.03.2025

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

## Disparition de « Objectivement vôtre » : la TV confirme et... infirme

En dernière page de DP 313, sous le titre « Où la Télévision romande faillit à sa tâche », nous annonçons que la seule émission consacrée spécifiquement, sur la chaîne romande, aux problèmes des consommateurs, allait disparaître momentanément. Nous disions notre inquiétude, et soulignons que cette décision n'allait pas manquer de jeter une ombre sur « l'indépendance de la chaîne romande ».

Le chef du Département de l'information à la TV, Jean Dumur, répond :

*C'est avec un certain étonnement — pour ne pas dire plus — que j'ai pris connaissance de l'article intitulé « Où la Télévision romande faillit à sa tâche », paru dans le numéro 313 de votre périodique.*

*L'information et les commentaires qui l'accompagnent concernant l'émission « Objectivement vôtre » sont le fait d'un collaborateur soit mal renseigné, soit malveillant.*

*Si la décision a été prise de suspendre très provisoirement, pendant l'automne, la diffusion d'« Objectivement vôtre », c'est pour permettre une réorganisation interne, avec à la clé la mise sur pied, pour janvier 1976, d'une nouvelle formule de cette émission, dont le rôle quant à la défense des consommateurs sera encore mieux précisé.*

*Il est dès lors hautement regrettable que par des renseignements erronés et des allusions sans fondement, vous vous plaisiez à faire planer des doutes sur « l'indépendance de la chaîne ro-*

*mande », alors qu'il n'a jamais été question de supprimer ou d'émasculer un programme dont nous attendons, au contraire, encore plus d'efficacité et de dynamisme.*

*Je vous saurais gré de publier cette rectification, dont la nécessité est navrante, dans les colonnes de votre prochain numéro.*

*Le Chef du Département de l'information*

Cette réponse mérite que l'on y revienne brièvement :

Voilà donc confirmée officiellement la disparition de « Objectivement vôtre » ! L'information, pour ne pas émaner du service de presse de la TV, était donc exacte. Quant aux doutes quant à l'indépendance de la TV sur ce point, ils n'en seront pas effacés : le silence entourant cette décision, le déplacement de cette émission d'une très bonne place dans la grille des programmes à une case beaucoup moins privilégiée (alors que l'homologue suisse allemand de « Objectivement vôtre » jouit d'une très grande popularité), la faiblesse même de l'argument d'une « réorganisation interne » (que n'a-t-on pu censurer de tout temps sous le prétexte d'une réorganisation ?); tout cela laisse planer l'ambiguïté.

Il ne reste plus qu'à attendre la renaissance d'une séquence axée sur la défense des consommateurs, une séquence qui est à notre sens — faut-il le rappeler ? — le contrepois absolument indispensable à la publicité télévisée.

## Efficace

La Fédération romande des consommatrices s'attaque aux matières premières en exposant des cas types, celui du cacao, du papier et de l'aluminium, par exemple, dans le dernier numéro de « J'achète mieux »; elle tente de mettre le consommateur

face à ses responsabilités souvent esquivées sous l'alibi de la complexité des problèmes en question. Saluer cet effort s'impose d'autant plus qu'il est courageux en un temps où la solidarité planétaire n'a pas bonne presse auprès d'un public sollicité systématiquement dans ses pulsions de repli égoïste.

Et la manière de la FRC est efficace. Témoin ce dossier exemplaire sur le papier, et dont la conclusion est pour le moins pratique :

« Que cela plaise ou non aux papetiers suisses, nous devons économiser le papier et nous pouvons le faire sur trois plans :

— Usage : limiter l'emploi des mouchoirs, serviettes et langes en papier à des circonstances exceptionnelles; utiliser comme brouillon, pense-bête, exercices scolaires le dos des circulaires et publicités reçues; prendre un sac en allant faire ses emplettes et ne jamais toucher aux sacs en papier mis en vente; refuser systématiquement toute publicité à domicile.

— Moindre qualité : si l'on a quelque chose à faire imprimer (journal, circulaire, annonce d'une manifestation), on peut diminuer le grammage du papier, diminuer son format, s'efforcer d'écrire recto-verso; encourager les municipalités (celle de Volketswil ZH le fait) à imprimer ses documents administratifs sur du papier récupéré.

— Récupération : exiger de toutes les municipalités qu'elles ramassent le vieux papier; mettre de côté ses vieux journaux et participer activement à la récupération. »

## LA SEMAINE DANS LES KIOSQUES ALÉMANIQUES

### Enterrement d'un mort-né

*C'est sous ce titre que l'hebdomadaire d'extrême-gauche « Zeitdienst » (15) donne son commentaire après la disparition, dès le numéro 0 (!), de l'hebdomadaire socialiste zurichois « AZ ».*

*Il convient cependant de relever que 3000 abonnés avaient payé 70 francs après avoir reçu un numéro pas très substantiel, ce qui n'est pas mal ! Le « Leserzeitung » avait, lui, 1361 abonnements payés le 18 avril. Le rythme des abonnements est de 20 à 50 par jour. Les numéros 1 et 2 ont été vendus à raison de 3750 exemplaires par édition, ce qui est supérieur aux prévisions.*

— « Poch-Zeitung » (42-43) a repris, il fallait s'y