

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 28 (1991)
Heft: 1031

Artikel: Werner K. Rey : la chute du golden boy était prévisible
Autor: Delley, Jean-Daniel
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1020733>

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>

A quand une décision politique ?

(pi) Les PTT souhaitent être indemnisés pour les prestations qu'ils fournissent en faveur de l'économie générale: cars postaux, aide à la presse et quelques autres charges ont coûté en 1990 400 millions à la régie. La situation actuelle est pour le moins confuse. Prenons l'aide à la presse: les PTT transportent à tarif réduit (en moyenne 45% du prix réel) près de 6000 journaux édités en Suisse et qui comprennent une partie rédactionnelle représentant au moins 15% de la publication. Coût de l'opération: plus de 220 millions en 1989.

Il est généralement admis qu'une aide à la presse est nécessaire pour assurer sa diversité, importante dans un pays aussi «cloisonné» que la Suisse. Dans ces conditions, il n'est pas normal que le *Tages-Anzeiger* par exemple, qui tire à plus de 200 000 exemplaires et réalise des bénéfices, «coûte» chaque année plus de 10 millions aux PTT au titre de l'aide à la presse. Et ce d'autant plus que sur les 40 tonnes de *Tagi* transportées annuellement par les PTT, moins de huit sont constituées par du texte, tout le reste étant de la publicité. Ce seul journal, qui n'en a guère besoin, engloutit ainsi un vingtième de l'aide accordée à la presse...

Pour assurer la diversité de la presse, il faut aider les titres qui, de par leur nature

ou leur aire de diffusion, ont une clientèle potentielle restreinte. Il faut dans tous les cas n'accorder cette aide que pour la partie rédactionnelle des journaux; la publicité, elle, doit couvrir les coûts engendrés par son transport.

Parmi les quelque six mille titres qui bénéficient de cette aide, il faut aussi faire un tri. Le Centre patronal (VD), par exemple, envoie chaque semaine un communiqué à ses membres, aux personnes influentes, aux journaux, etc, sur un sujet d'actualité. Il s'agit d'une feuille dans une enveloppe. Du fait de sa régularité, cet envoi est transporté au tarif réduit des journaux... Le cas n'est certainement pas isolé, mais en l'absence de critères clairs, il n'est guère possible

d'exclure ce genre de «publications». Or ces critères ne doivent pas être laissés à la libre appréciation du transporteur, mais doivent ressortir d'une décision politique. Et, corollaire, c'est à la Confédération, et non aux PTT, d'assumer financièrement cette tâche.

Mais pour qu'une véritable réforme ait lieu, il sera nécessaire de modifier le processus de prise de décision: la répartition actuelle du manque à gagner concédé par les PTT résulte en effet d'une entente avec les éditeurs de journaux. Et en ne décidant rien, le pouvoir politique s'évite d'avoir à payer le prix de ses décisions. La situation n'est guère différente en ce qui concerne les cars postaux: les dispositions actuelles sont génératrices d'inégalités entre les régions desservies par les PTT et celles où des bus d'une autre couleur circulent; mais en se reposant sur les PTT, le pouvoir politique laisse aussi à la régie la facture de ce service: plus de 110 millions en 1989... ■

WERNER K. REY

La chute du golden boy était prévisible

(jd) A propos de la débâcle financière de la société Omni, la NZZ peut se permettre d'ironiser. En effet elle est l'un des rares organes de presse à n'avoir jamais succombé aux charmes de Werner K. Rey; la vénérable gazette a constamment rendu compte de manière critique des opérations du financier-prestigiateur. Aujourd'hui elle se refuse à hurler avec les loups que la débâcle était prévisible.

Mais elle se refuse aussi à chercher des explications complexes relevant de la technique financière pour mettre en lumière la responsabilité des administrateurs de Werner K. Rey et des banques. Au premier rang des accusés, rien moins que le président de la Société suisse des constructeurs de machines, par ailleurs vice-président d'un grand des télécommunications, Ascom, et dirigeant de Sulzer. «Un homme donc dont l'expérience de direction, le regard aiguisé et le sens développé des responsabilités sem-

blaient une garantie contre les impairs et les risques trop élevés». Fin février encore, alors que culminait la crise d'Omni, ce capitaine d'industrie confiait à un journal qu'il avait lu dans la presse la plupart des informations concernant la holding qu'il administrait, non sans préciser que ces informations des médias étaient bourrées d'erreurs. «Rarement la triste figure de l'administrateur non informé et donc incapable de jugement, mais aussi insouciant n'a été aussi cruellement dévoilée» remarque la NZZ.

Les banques ne sont pas mieux traitées. Alléchées par des taux d'intérêt et des commissions élevés, elles n'ont pas hésité à prêter la main aux ambitions de Rey sans prendre les précautions nécessaires. Ainsi Rey a pu prendre le contrôle de Harpener à Dortmund pour la somme de 1016 millions de marks, dont un milliard de crédits. Même insouciance pour le placement des obligations émises par Omni; les banques ont vanté les mérites de cette émission auprès de leurs clients qui se voient maintenant porteurs de titres dont la valeur actuelle n'atteint pas la moitié de la valeur nominale. A coup sûr une opération qui n'est pas faite pour améliorer l'image de marque du secteur bancaire.

Les intérêts de DP

DP, dans ce débat sur l'aide à la presse, est bien sûr intéressé: les frais de routage représentent environ 5% de notre budget — les charges de ce poste ont doublé pour nous avec les augmentations entrées en vigueur le 1^{er} février — et nous «coûterons» aux PTT environ 10 000 francs en 1991. Le bénéfice que nous pourrions retirer d'une réforme est toutefois limité. Nous sommes par contre un des rares journaux à pouvoir débattre sincèrement de ce problème: notre absence de publicité nous garantit de ne pas figurer parmi les perdants.