

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (2017)
Heft: 2187

Buchbesprechung: La Presse romande [Alain Clavien]

Autor: Gavillet, Françoise

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: 29.03.2025

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

Journaux romands: de l'expression politique à l'entreprise commerciale

Alain Clavien, «La Presse romande», Antipodes & SHSR, 2017

Françoise Gavillet - 04 décembre 2017 - URL: <https://www.domainepublic.ch/articles/32479>

Sobrement intitulée [La Presse romande](#), l'étude d'Alain Clavien se révèle d'une lecture passionnante. L'auteur, professeur d'histoire contemporaine à l'Université de Fribourg nous propose à la fois une histoire de la presse romande dans sa diversité et son environnement fédéraliste, et une mise en perspective de son évolution jusqu'aux bouleversements de son histoire récente.

Rien de monolithique dans l'approche de l'auteur, mais une attention aux particularités régionales et même locales de l'apparition et de l'histoire de ces «*feuilles d'avis*». D'où un tableau tout en finesse des liens entre telle ou telle ville ou région, son terreau professionnel (présence d'imprimeurs locaux, en particulier), ses notables et la création éphémère ou pérenne de journaux et gazettes.

L'approche d'Alain Clavien est multiple; elle prend en compte aussi bien le contenu des organes de presse étudiés que les pratiques journalistiques et les contraintes économiques ou politiques auxquelles ils sont confrontés. La réussite et la séduction de l'étude tiennent aussi à l'attention portée par l'auteur à l'extrême diversité de cette «*presse*» tout au long de son histoire, de l'Ancien

Régime jusqu'à aujourd'hui (début 2017).

De l'Ancien Régime...

Les premiers journaux, créés sous l'Ancien Régime, sont des «*feuilles d'avis*», publiées par des imprimeurs qui voient là une occasion d'exploiter davantage leurs équipements techniques parfois sous-utilisés. Elles réunissent essentiellement des annonces diverses, ce qui n'empêche pas que, pour paraître, elles doivent obtenir un «*privilège*» des autorités. Le format est limité, *in octavo* (environ 15 x 20cm).

En 1790, on dénombre six feuilles d'avis en Suisse romande, à Genève, Lausanne, Fribourg, Neuchâtel, Yverdon et Vevey.

L'occupation de la Suisse en 1798 par les armées révolutionnaires françaises va modifier ce paysage médiatique. La période 1798-1848, politiquement agitée, va permettre l'apparition de nouveaux journaux, plus ou moins éphémères - c'est le cas en particulier dans le canton de Vaud. De fait, il faudra attendre la Constitution fédérale de 1848 pour que soit garantie la liberté de la presse.

... à l'Etat moderne

Le développement de la presse dans les cantons romands se poursuit dans les décennies suivantes, mais une bonne partie des titres créés n'ont qu'une durée de vie éphémère: sur près de 220 nouveaux titres apparus entre 1830 et 1870, il n'en subsiste que 66 en 1870. Il s'agit pour la plupart de titres politiques, ce qui correspond à la conception dominante du journalisme à l'époque. Et cette presse use et abuse de la polémique - d'où le jugement du premier secrétaire de l'ambassade de France à Berne que la presse helvétique est «*la plus mal élevée de l'Europe*».

L'apparition des premiers quotidiens dans les années 1850 sera rendue possible par des innovations techniques, dont l'apparition du télégraphe électrique qui permet d'accélérer la circulation des informations, et celle de nouveaux modes d'impression plus rapides. Dans les dernières décennies du siècle, les journaux les plus importants vont devenir des quotidiens, ce qui implique des investissements importants, en moyens humains et financiers, et donc des exigences de rentabilité. A la fin du siècle s'est mise en place une presse quotidienne cantonale, dont l'impression est concentrée,

constituée de deux ou trois titres partisans et d'un ou deux titres neutres.

Cette presse va peu à peu se diversifier (presse sportive, de loisirs, professionnelle) et la publicité prendra davantage de place dans les journaux, donnant lieu à la création d'«*entreprises d'affermage*» de publicité.

Ainsi, dans les dernières années du 19e siècle, les journaux deviennent aussi des entreprises financières dont les actionnaires vont bientôt attendre des dividendes.

Entre 1870 et 1914, 400 journaux nouveaux ont été lancés, dont 50 ont survécu. La presse s'étend alors dans la périphérie des villes et dans les campagnes. Dans une même ville, on voit apparaître des titres concurrents. Il n'en reste pas moins que le journalisme politique reste le roi, d'autant plus lorsque les partis politiques apparaissent dans la seconde moitié du 19e siècle.

Les premières agences de presse naissent aussi - l'ATS est créée en 1895. Les Imprimeries Réunies de Lausanne ([IRL](#)) démarrent en 1911 et connaîtront un beau développement avant de fermer leur site principal de Renens, devenu en 2016 un vaste espace de *co-working* pour nombre de *start up* et autres entreprises innovantes.

En parallèle, toujours dans la seconde moitié du 19e siècle, le métier de journaliste apparaît et se structure progressivement. Mais il faudra

attendre les années 1950 pour que s'amorce la mutation vers un journalisme d'investigation, répondant à la volonté du lecteur de pouvoir se faire sa propre opinion.

Le 20e siècle

La première guerre mondiale va accélérer le rythme des informations et susciter le développement des journaux neutres et généralistes. Deux titres vont voir leur réputation et leur influence se confirmer pendant ces années: la *Gazette de Lausanne* et le *Journal de Genève*, très appréciés aussi outre-Jura.

Le rythme de création de nouveaux organes de presse ralentit dans les décennies suivantes: 80 titres seulement apparus entre 1920 et 1960, contre 800 entre 1870 et 1910. Et pourtant la progression du lectorat est ininterrompue pendant cette période: le tirage des quotidiens suisses passe de 1'600'000 en 1939 à 2'630'000 en 1969, et s'accompagne d'un développement continu de la publicité. Les journaux politiques amorcent un lent déclin.

Dès les années 20, apparaît la presse illustrée hebdomadaire, dont *L'Illustré* (en 1920), *La Semaine de la femme* (en 1934), ou encore *l'Echo illustré*, lancé en 1929 à l'initiative de l'évêque de Lausanne, Genève et Fribourg (dès 1932, on y trouve une demi-page de bande dessinée, *Tintin au pays des Soviets!*).

Le choc des médias électroniques

Et une nouvelle concurrence apparaît, la radio (le Conseil fédéral crée la Société suisse de radiodiffusion en 1931, dotée de trois émetteurs nationaux).

Dans un premier temps, les éditeurs de journaux vont obtenir qu'elle ne puisse offrir que deux brefs bulletins d'information quotidiens - ce qui ne l'empêchera pas de gagner sa notoriété grâce à la richesse de l'information diffusée pendant la deuxième guerre mondiale...

Mais c'est l'apparition de la télévision, dans les années 50, qui marquera le plus fortement l'univers des médias. Son succès sera foudroyant: 130'000 abonnés en 1960, et un million en 1968, avec des émissions comme *Continent sans visa*, *Table ouverte* ou le *Téléjournal*.

Face à ce bouleversement du paysage médiatique, les organes de presse écrite doivent réagir. Ils le feront en développant de nouvelles rubriques, en rénovant leurs installations techniques (passage du plomb à l'offset, informatisation progressive, introduction de la couleur).

Ces évolutions coûteuses n'iront pas sans un mouvement de concentration: le paysage médiatique romand va se trouver structuré en quelques centres régionaux. Les frais de fonctionnement augmentent fortement: coût du papier,

salaires des journalistes dont les effectifs explosent.

Les journalistes s'organisent peu à peu, et leur métier se professionnalise. Il se féminise plus lentement encore (dans les années 50, l'Association de la presse suisse compte 10 % de femmes).

Entre 1970 et 1990, la part de la publicité explose dans le budget des organes de presse (atteignant parfois près de 90%). Apparaissent aussi les journaux gratuits.

La concentration sans fin et la rentabilité comme finalité unique

On assiste par ailleurs à des mouvements de concentration: en 1982, création d'Edipresse réunissant les Imprimeries réunies, *24 Heures* et *La Tribune de Lausanne / Le Matin*. En 1987, Edipresse reprend Naville, l'agence de distribution en situation de quasi-monopole en Suisse romande.

Domaine Public va faire l'expérience de ce pouvoir monopolistique lorsque, en 1972, en réponse à sa demande de distribution de DP dans les kiosques de gare de Neuchâtel, Fribourg et Berne, il se verra répondre que l'on renonçait à proposer cette «*maculature*» aux acheteurs éventuels ([DP 175](#)).

Dans les années 1980, Edipresse est devenue une entreprise médiatique. Au début des années 90, elle va se recentrer sur la presse écrite. Elle lance *Le Nouveau Quotidien* en 1991. La fusion en 1998 de ce dernier avec le *Journal de Genève* donnera naissance au *Temps*. Dans ces mêmes années 90, Edipresse va lancer une stratégie de développement à l'étranger. Par ailleurs, les progrès rapides de l'informatique rendent nécessaires des investissements importants.

Quand arrive Internet, plusieurs éditeurs font migrer leurs contenus sur le web, escomptant y gagner des ressources publicitaires et des

lecteurs supplémentaires. Le calcul se révélera largement erroné.

Parallèlement, le développement de la financiarisation dans l'économie touche aussi l'univers des médias, avec des concentrations, réorganisations et réduction des forces de nombreuses rédactions. Dans les années 2000, certains éditeurs affirment clairement viser des rendements de 10% à 15%. D'où des mouvements de vente et de concentration dont les journalistes vont faire inévitablement les frais.

C'est sur un constat désabusé à propos de l'avenir de la presse que se clôt l'ouvrage d'Alain Clavien, après l'annonce de la fin de *L'Hebdo*, tombée en janvier 2017: «*Les grands éditeurs ne croient plus en son avenir, elle n'est pas assez rentable - c'est l'unique critère qui compte pour eux, le rôle irremplaçable de la presse écrite en démocratie n'étant invoqué que lorsqu'il s'agit d'attaquer le monopole du service public.*»