Publicité à la radio : le marché existe

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **- (1979)**

Heft 517

PDF erstellt am: **24.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-1016651

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

MEDIA

Publicité à la radio : le marché existe

La création de "Radio 24" pour arroser la région zurichoise de musique populaire et de messages publicitaires agite bien des esprits. Elle ne doit pas faire oublier que plusieurs émetteurs étrangers recueillent depuis des années des commandes d'annonceurs suisses. C'est ainsi qu'Europe 1 et Radio Monte Carlo ont un acquisiteur à Genève et Südwestfunk (SWF 1) un représentant à Zurich.
Dans une annonce parue dans le manuel publicitaire suisse "Media Daten", Radiotele AG donne une liste de vingt-deux entreprises suisses qui ont choisi SWF 1 comme support pour leurs messages. Il s'agit d'entreprises connues, d'agences de voyages, de fabricants de boissons, de produits textiles et même de la Foire de Bâle (Muba) pour ne citer que quelques secteurs.
Radio 24, que nous appellerons Radio-Schawinski, veut sa part du "gâteau" de la publicité radiophonique. Il offre deux possibilités de se faire entendre: des spots publicitaires ou le patronnage de programmes. Les heures d'émissions vont de six heures à minuit avec trois tarifs en fonction des heures d'émission, les plus chères étant de 7 heures à 8 heures et de 11 h. 30 à 13 h. 30.
A signaler l'existence d'une cinquième adresse pour la publicité radiophonique à partir et à destination de la Suisse. Il s'agit d'une entreprise de Zurich qui ne donne pas de détail sur le ou les émetteurs représentés.
Doit-on en conclure que les partisans de la publicité sur les émetteurs nationaux vont recommencer à s'agiter?

Un canton confisqué

Les deux candidats de l'Entente vaudoise des droites pour le Conseil des Etats sont présentés sous le vieux slogan cher aux radicaux accrochés à la fiction d'un canton monocolore et bourgeois. Il suffit, pour se rendre compte de l'inanité de ce mythe, de se remémorer les dernières grandes consultations fédérales où les mots d'ordre de la gauche ont été largement suivis face à des droites rarement unanimes, le plus souvent divisées. Protection des locataires: 58% de "oui". Impôt sur la richesse: 50% de "oui". Neuvième revision de l'Avs: 65% de "oui". Initiative pour la démocratisation du nucléaire: 58% de "oui". Police de sécurité: 80% de "non". Parmi d'autres votations significatives.

BAGATELLES

"Blick", le journal dont l'élite ne voulait pas, a vingt ans et le plus fort tirage quotidien de la presse suisse. C'est l'occasion pour ses responsables de lancer un concours, richement doté, de publier un livre "de souvenirs" où même les "pépins" sont rappelés: la mort du pape Jean XXIII, avait été annoncée prématurément dans une partie d'une édition, pour ne citer qu'un exemple. Depuis 1959, l'attitude des lecteurs de journaux a évolué et "Blick" est lu ouvertement par des gens qui, à l'époque, achetait un journal sérieux "avec", ce qui signifiait "Blick" à glisser dans le journal commandé!

* * *

"Vorwärts", hebdomadaire du Parti du travail de Suisse alémanique, vient de publier un prospectus pour soutenir sa campagne de diffusion. Le surprenant, dans ce document c'est la "qualité" des personnes qui ont accepté de donner leurs raisons de lire le frère alémanique de la "Voix ouvrière": des socialistes, des sans-partis ou un représentant de la LMR, cela n'étonne pas trop. Mais on est un peu surpris de lire le message du conseiller national radical Felix Auer (BL) ou de Peter Sager, responsable de l'Institut des pays de l'Est et candidat UDC au Conseil national. Ils ne semblent pas avoir été censurés puisque le message de Peter Sager rappelle une offre de 1964 d'échanger des articles entre "Vorwärts" et le bi-mensuel de l'Institut, offre qui n'a pas eu de suite jusqu'ici.

Maison du Soir

A pas lents nous irons
vers la maison du soir
où les olives brillent
où le poisson sourit
en dépit de sa mort
Où l'huile a la douceur
et l'éclat de l'enfance
On reverra tous ceux
qu'on avait tant aimés
s'asseoir pour le repas
La table sera prête
et le vin retrouvé
Le pain sera coupé
par des mains fraternelles
Sur chaque front l'étoile
de l'amitié luira
On entendra dans l'ombre
se taire les cigales
un oiseau bleu voler
Et le sel de la nuit
versera sur nos plaies
un peu d'éternité

Georges Haldas