Payer "Blick" au vrai prix

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

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **- (1980)**

Heft 572

PDF erstellt am: **04.06.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-1022658

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

Payer «Blick» au vrai prix

A l'époque, pas très lointaine, où les journaux étaient meilleur marché, «Publicitas», au hasard d'une brochure de présentation de ses services, détaillait les coûts du journal sous le titre «Le lecteur du journal reçoit pour 50 centimes un produit qui peut coûter jusqu'à cinq fois autant». La démonstration s'appuyait sur un tableau des recettes: la vente au numéro et les abonnements (1) et la vente de l'espace publicitaire (2). Voici ces chiffres:

	1	2
1950	45%	55%
1960	38%	62%
1965	31%	69%
1971	23,44%	76,56%

Depuis lors, la tendance ne s'est pas modifiée sensiblement et pour quatre grands quotidiens alémaniques ayant affermé leur partie publicitaire à Publicitas, la proportion tirée des indications chiffrées publiées dans le numéro de décembre de «Bilanz» indique une part de la publicité voisine de 72%. A noter que pour d'autre journaux cette proportion se monte à 74%, voire 78% («Tages Anzeiger»).

Exception remarquable, toujours en se fondant sur les données de «Bilanz»: les lecteurs de «Blick» et de l'hebdomadaire dominical «Blick am Sonntag» sont les seuls à payer le 63% des frais de publication de leur journal, les annonceurs supportant le solde de 37%. A noter que le nombre de pages rédactionnelles de ces journaux «à sensation» est supérieur à celui des pages publicitaires, ce qui est loin d'être le cas pour d'autres importants journaux!

N'est-il pas étrange que les journaux considérés de haut par «l'élite» soient ceux qui sont payés à un prix proche du juste prix par les lecteurs? On pourrait même supposer que le risque de perte d'annonceurs est moins grand pour la maison Ringier que pour le «Tages Anzeiger», la «Neue Zürcher Zeitung» et bien d'autres journaux.

Un quotidien ne s'improvise pas

L'enthousiasme et une bonne équipe rédactionnelle, autant de conditions indispensables mais pas suffisantes pour le lancement d'un quotidien viable. Les Lucernois viennent d'en faire la douloureuse expérience et cela a l'air difficile à accepter pour les principaux intéressés, souscripteurs et journalistes. Dans l'élan du moment, on avait peut-être sous-estimé le poids des lois du marché publicitaire; on avait négligé l'infrastructure, le financement à moyen terme de l'expérience et l'importance du temps de préparation dans le lancement de tout nouveau produit (et en particulier s'il s'agit de presse).

L'équation lucernoise: un marché très étroit, même étendu à l'ensemble de la Suisse centrale (un quotidien socialiste a disparu dans cette région il y a quelques années et certains prétendent que trois quotidiens, c'est encore trop); peu d'argent à disposition — environ un demi-million; 15 000 abonnés, certes, mais 65% d'entre eux n'avaient pris qu'un engagement de six mois; une vague de sympathie dans toute la Suisse, mais destinée à retomber rapidement eu égard au caractère régional de l'entreprise; une concurrence locale très vive, mais pas tout à fait assez aigre pour que l'éditeur (démocrate-chrétien) du «Vaterland» se lance franchement à l'assaut de la forteresse Ringier («LNN») et renonce à songer en priorité à ses propres intérêts.

Cette tentative avortée de création d'un nouveau journal, si méritoire et intéressante qu'elle ait été (prise en charge de l'opération par les journalistes eux-mêmes) nous remet en mémoire, bien sûr, d'autres échecs plus ou moins récents: la «Neue Presse», la restructuration de «Tat» tentant dans une certaine mesure de s'implanter sur le terrain réservé à «Blick», la création d'un groupe «AZ» en Suisse alémanique pour relancer la presse socialiste, en Valais la guérilla contre le «Nouvelliste» — passage du «Confédéré» au quotidien, apparition du «Journal du Valais», la création d'un quotidien lausannois du soir «Lausanne-Soir».

Dans certains cas, la puissance financière ne manquait pas aux parrains («Tat», «Neue Presse»); dans d'autres cas, le soutien politique paraissait acquis («NRL», tentatives valaisannes) mais se révéla rapidement insuffisant. La question se pose dès lors: est-il encore possible de créer un nouveau quotidien en Suisse? et à quel prix? La réponse, le Parti socialiste suisse la détient-il, lui qui l'autre jour à Genève, dans la fièvre de son congrès annuel, décidait de remettre l'ouvrage sur le métier et de réenvisager, d'entente avec les syndicats, la création d'un journal de gauche digne de ce nom?

L'HONNEUR DU JURA

Voilà une erreur regrettable que nous nous empressons de corriger, avec toutes nos excuses aux Jurassiennes et aux Jurassiens. Nous écrivions (DP 570), que le canton de Vaud était le premier à reconnaître constitutionnellement que «les hommes et les femmes sont égaux en droit». Cette petite phrase nous a valu les rectifications immédiates d'ami(e)s de Bassecourt, Courtedoux ou Delémont qui nous rappellent à juste titre que la Constitution jurassienne stipule précisément à son article 6 que «les hommes et les femmes sont égaux en droit» (adoption à l'unanimité par l'Assemblée constituante le 3 février 1977 et par le peuple le 20 mars 1977). Dont acte.