Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1984)
Heft: 742

Artikel: Presse suisse : un poids lourd face à Publicitas
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1017100

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 13.07.2025

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

PRESSE SUISSE

Un poids lourd face à Publicitas

La nouvelle a passé presque inaperçue: des grands journaux, assurant eux-mêmes les contacts avec les annonceurs, viennent de transformer la «communauté d'intérêts» (GEZ) qui les rassemblait en une association organisée corporativement (abréviation allemande: VSEZ).
Difficile de dire dès aujourd'hui si le paysage de la presse suisse sera modifié en profondeur par l'émergence de cette nouvelle force sur le marché très tendu de la manne publicitaire; mais au moment où les «supports» médiatiques ont tendance à se multiplier — voyez l'émergence des radios locales, l'avènement prochain de nouveaux débouchés pour les annonceurs sur les petits écrans — voilà en tout cas une épine dans le pied de Publicitas qui domine le secteur sans concurrence sérieuse depuis des années. On attend avec intérêt la contre-offensive qui ne manquera pas de se profiler, avec toutes les conséquences imaginables pour la presse traditionnelle qui a accepté, pour survivre, depuis belle lurette une dépendance quasi absolue à l'égard de la publicité.

Côté tirages, la nouvelle association fait le poids, c'est le moins que l'on puisse dire: unissent leurs forces le «Blick», la «Neue Zürcher Zeitung», le «Tages Anzeiger» et la «Berner Zeitung», c'est-à-dire quatre des principaux quotidiens du pays, en tout quelque 875 000 exemplaires et un nombre de lecteurs en proportion, flanqués d'autres journaux ayant une forte implantation régionale, dont un seul, les «Freiburger Nachrichten», paraît dans un canton romand. Cela signifie que les vagues que ne manquera pas de provoquer la nouvelle revue n'atteindront la Suisse romande que progressivement — il faut se rappeler en effet que, de ce côté-ci de la Sarine ainsi que dans la partie francophone du canton de Berne, tous les quotidiens ont affermé, totalement ou en tout cas partiellement l'acquisition de leur indispensable publicité à une des trois principales agences (voir encadré) qui donnent le ton à l'Association suisse d'agences suisses de publicité (AASP).

En Suisse, l'affermage de la publicité dans la presse remonte à 1870; la maison Hesenstein et Vogler (aujourd'hui Publicitas) a été la première à s'y intéresser (débuts en Allemagne: 1840). C'est une des précisions historiques que l'on peut trouver dans une brochure qui date déjà, mais qui reste intéressante, publiée en 1937 par la Commission fédérale d'étude des prix, «Les tarifs des annonces de journaux». Curieux de noter que ce même opuscule rapporte qu'à l'époque, Publicitas, Orell Füssli et Annonces Suisses affirmaient être en déficit. Même si Publicitas pousse la discrétion sur l'état de ses affaires à des limites extrêmes, on sait aujourd'hui que le temps des pertes est bien révolu et que cette multinationale est très prospère.

Des affaires si juteuses même que la Commission des cartels a été amenée à s'occuper, elle, du marché des annonces et de l'affermage de la publicité au début des années septante. Un travail de longue haleine pour conclure que si les membres de l'AASP, et Publicitas en particulier occupaient bien une position dominante sur le marché, l'enquête n'avait pas révélé d'usages abusifs de cette position de force.

Les commissaires devront-ils remettre leur ouvrage sur le métier? Ce sont en tout cas des faits bien troublants que révélait le 24 mai dernier le quotidien bâlois «Basler Zeitung» (lui-même lié avec Publicitas!): depuis le début mai, Publicitas boycottait le principal quotidien lucernois, les «Luzerner Neuste Nachrichten», et favorisait systématiquement les deux autres quotidiens locaux, le «Vaterland» et le «Luzerner Tagblatt» (groupe Tandem). Abus ou pas abus? Si oui, le laisser-faire de la Commission des cartels pourrait-il faire, en quelque sorte, jurisprudence? Et dans ce cas, Publicitas aurait-il les coudées franches pour changer les données de certains jeux locaux délicats et peser ainsi directement sur l'avenir des quotidiens concernés? On songe particulièrement à la situation genevoise où Publicitas domine financièrement la «Tribune de Genève» et gère sa publicité... tout en monnayant les mêmes services à «La Suisse». Il y a là une gestion de portefeuilles publicitaires qui ne doit déjà pas être triste à l'heure actuelle, mais qui pourrait encore se corser à la lumière des expériences lucernoises. Et quelle sera la réponse de Publicitas à la dénonciation, pour la fin de l'année, du contrat qui le liait aux quotidiens de Baden, le «Badener Tagblatt» et l'«Aargauer Volksblatt». A suivre, autant que faire se peut!

LA PRESSE ROMANDE ET SES RÉGIES

«La Suisse», «Tribune de Genève», «24 Heures», «Le Matin», «Journal et Feuille d'Avis de Vevey-Riviera», «Journal d'Yverdon», «La Liberté», «Nouvelliste et Feuille d'Avis du Valais», «Walliser Volksfreund», «Le Pays», «Le Démocrate», «Journal du Jura/Tribune Jurassienne», «Bieler Tagblatt».
Orell Fussli (ofa):
«Nouvelle Revue de Lausanne», «Gazette de Lausanne», «Walliser Bote» (partiellement), «L'Est Vaudois».
Annonces Suisses (assa):
«Journal de Genève», «Le Courrier», «L'Impartial», «Feuille d'Avis de Neuchâtel-L'Express».
Régie directe:
«Freiburger Nachrichten».