Annonces : le gros lot à "La Suisse"

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

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **- (1985)**

Heft 766

PDF erstellt am: **24.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-1017544

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

mon analyse» et pour fustiger «la nouvelle accentuation de la bureaucratie étatique... prônée par ceux qui n'ont pas le courage de se prendre en charge ou qui estiment qu'il faut s'en tenir à la philosophie fanée de ces grands penseurs que furent Marx, Lénine & Cie».
Bel exemple de mystification à partir d'un problème social réel! Le vice-président de la Société des régisseurs n'hésite d'ailleurs pas à considérer son activité «comme une sorte de service public». Un homme qui, contrairement aux locataires (90% de la population genevoise) a le courage de se prendre en charge...
La «tribune des lecteurs» de la *Tribune de Genève* a été davantage le forum de représentants d'associations de locataires, s'exprimant en faveur de l'initiative et critiquant la propagande musclée des milieux immobiliers.

FRIC ET VIOLENCE DE LANGAGE

Côté finances, il faut admettre que les promoteurs immobiliers ont dû dépenser 110 000 francs pour des annonces parues dans les quatre quotidiens genevois et dans l'hebdomadaire gratuit *Genève Home Informations* (nous ne parlons pas ici des journaux publicitaires et des pamphlets dans les boîtes aux lettres qui ajouteraient à cette somme rondelette encore plusieurs dizaines de milliers de francs). La plupart des annonces étaient des pavés provenant de PRO LOG et de l'ACAPI (Association pour l'accession à la propriété individuelle, groupant, autour d'un dissident de PRO LOG, un certain nombre de membres du parti radical genevois), du «Comité en faveur du logement», de la Chambre genevoise immobilière, de l'extrême-droite et du parti libéral. 70% de toutes les annonces en faveur du NON ont coûté plus de 600 francs chacune, dont 15% plus de 1000 francs chacune. L'Association des locataires contre les congés-ventes et l'ASLOCA (Association genevoise des locataires) ensemble ont payé 14 000 francs (8 fois moins que leurs adversaires!) pour 12 annonces parues pendant les quatre derniers jours précédant la votation. Une campagne financée par des dons individuels et par des contributions de syndicats, d'associations de locataires et des deux partis de la gauche genevoise.

Le Parti du travail a publié une petite annonce dans *La Suisse* et dans la *Tribune de Genève*, la FTMH a fait paraître une annonce, la veille de la votation, dans la *Tribune de Genève*, répondant à une publicité calomnieuse émanant de PRO LOG (ajoutons que *La Suisse* du 7 mars a donné un large écho rédactionnel à la plainte du député socialiste Pierre Schmid contre PRO LOG, tout en présentant, dans la même page, les objectifs de ce groupe de pression).
Au total donc, 15 annonces publicitaires pour le *oui* à l'initiative, contre 130 pour le *non*!

Au-delà du déséquilibre purement quantitatif, c'est la différence du langage qui frappe le lecteur attentif. Quelle surenchère dans le style agressif, mais aussi maladroit! A ne plus compter les clichés employés. Pour l'ACAPI, l'initiative est «socialo-marxiste», mais la propriété d'un logement «un droit sacré». L'extrême-droite taxe les défenseurs des locataires de «collectivistes», le Groupement des constructeurs genevois parle de «socialisation du secteur du logement», PRO LOG de «l'abolition des libertés» (des propriétaires). Un lobby immobilier s'appelle non sans un certain cynisme, «comité en faveur du logement»; son slogan: «Pas d'entraves à la liberté de se loger!» Le monde à l'envers.

LA «TRIBUNE» SOUS PRESSION

Mais la campagne ne s'est pas limitée au discours polémique. Enervés par la publication d'articles sur de nouveaux cas de congés-ventes, notamment dans la *Tribune de Genève*, les milieurs immobiliers organisent la pression. Ainsi, pour ne citer qu'un exemple concret, une des régies se demande, dans une lettre datée du 1er mars, «si la *Tribune* est devenue un journal d'obédience socialiste» et elle annonce ouvertement qu'elle a décidé de ne plus utiliser ce journal comme véhicule publicitaire.
Derrière les slogans et affirmations des promoteurs, un véritable vide d'informations. Quelques jours avant la votation, la Chambre genevoise immobilière annonce la création d'un poste de délégué à l'information et aux relations publiques. Le nouveau délégué aura du pain sur la planche; car l'image de ces milieux immobiliers sort bien ternie de cette votation où ils ont battu le record de gaffes en matière d'information du public.

Ernest Bollinger

ANNONCES

Le gros lot à «La Suisse»

Un total de 145 annonces payantes ont paru dans les quotidiens genevois à propos de l'initiative sur les congés-ventes. Le moins qu'on puisse dire est que les opposants à l'initiative se sont plus dépensés à ce titre que leurs adversaires: 130 annonces sont à mettre à leur compte, qui ont été réparties de la façon suivante entre les quotidiens genevois:
La Suisse: *40%*
Tribune de Genève: *28%*
Journal de Genève: *22%*
Le Courrier: *10%*
A noter que la plus grande annonce en faveur du non *a paru dans l'hebdomadaire gratuit* Genève Home Informations *(28.2.) sous le titre: «Locataire aujourd'hui... propriétaire demain» — deux pages, au prix de Fr. 6000.— la page.*
Les quinze annonces pour le oui *se sont réparties entre* La Suisse *et la* Tribune de Genève.

NB. Au courrier, La Suisse *a publié trois lettres contre l'initiative et six pour, la* Tribune de Genève *une contre et huit pour, le* Journal de Genève *deux contre en tout et pour tout.*