Entreprises : de la capacité d'invention

Autor(en): **Gavillet, André**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **27 (1990)**

Heft 1011

PDF erstellt am: **24.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-1020508

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

UN QUOTIDIEN ROMAND «HAUT DE GAMME»

L'état des rumeurs

(*cfp/pi*) Est-ce cette fois sérieux? Des rumeurs circulent à nouveau sur le lancement d'un quotidien romand «haut de gamme». Elles ont été répercutées dans la presse alémanique, tout d'abord dans la *NZZ*, puis dans un article très documenté de Christophe Büchi, paru dans le magazine alémanique de la communication et de la publicité *Persönlich*. Une brève allusion a également paru dans *L'Hebdo*.

Tout a (re)commencé dans la tour de l'avenue de la Gare quand les rédacteurs ont été informés de la nouvelle formule de *24 Heures* qui devrait devenir encore plus vaudois. En bref, le modèle serait plutôt *Le Nouvelliste* que le *Tages-Anzeiger*. Dans le même temps, il a été annoncé que les travaux préparatoires au lancement d'un nouveau quotidien avaient repris.

Selon Christophe Büchi, qui a parlé avec M. Lamunière, c'est la réussite de *L'Hebdo* qui a démontré qu'il est possible de jouer la carte régionale dans ce domaine. Ce nouveau journal serait «haut de gamme» de par la publicité qu'il vise, à laquelle devraient correspondre ses lecteurs: les professionnels trouvent en effet avec difficulté des supports lorsqu'il s'agit d'établir les «plans médias» devant toucher les cadres romands. L'investissement initial atteindrait 30 millions de francs, et il faudrait s'assurer d'un tirage vendu de 25'000 à 30'000 exemplaires dès le début.

Il est également question d'une collaboration éventuelle avec Ringier pour cette nouvelle publication, Jacques Pilet faisant partie des personnes pouvant en assumer la rédaction en chef. Une chose est certaine, la famille Lamunière (Edipresse) ne veut pas se laisser «coiffer au poteau» pour ce lancement. Et Ringier, également intéressé par ce marché, ne semble pour l'instant pas en position financière favorable pour s'y aventurer seul. La décision pourrait être prise cet automne, ce qui ne signifie pas que le lancement interviendra bientôt et laisse un temps pour réagir aux journaux menacés, en particulier le *Journal de Genève* et *Agefi*, qui s'adressent à la même clientèle, mais avec des tirages relativement faibles

Certains quotidiens régionaux tentent par ailleurs de fortifier leur situation en envisageant des pages suisse, internationale ou magazines communes, comme c'est déjà le cas entre *Le Courrier* de Genève et *La Liberté* de Fribourg. Une entreprise difficile dans un pays où les différences régionales sont aussi marquées, et où de nombreux éditeurs disposent d'un parc de machines d'impression récemment renouvelé à grands frais et sous-utilisé. Tout regroupement, s'il permet de diminuer les frais rédactionnels, correspond à autant de cahiers spécifiques à imprimer en moins. C'est cette situation qui provoque des alliances impensables il y a quelques années encore, comme celle conclue entre Edipresse et *Le Nouvelliste* (Valais), ce dernier cherchant par tous les moyens à rentabiliser ses nouvelles installations. Dans cette perspective, un quotidien «haut de gamme», lancé par Edipresse dont le nouveau centre d'impression a été construit en s'appuyant fortement sur des fonds propres, provoquerait une restructuration qui serait à tous les coups favorable à cet éditeur, même si le quotidien ne devait pas durer. Certains de ses concurrents ont en effet les pieds tellement fragiles qu'une baisse du tirage de quelques pour cent, les faisant par exemple passer de la première à la deuxième place des tirages de leur canton, peut leur faire perdre d'immenses recettes publicitaires. Et c'est Edipresse justement qui est le mieux placé pour jouer les arbitres sur le marché romand. ■

ENTREPRISES

De la capacité d'invention

ag) Jean-Pierre Ghelfi croit à la participation des travailleurs comme un artiste croit à la stimulation des contraintes, formelles ou matérielles. La participation, c'est l'âge classique des relations du travail. Aux lois du marché s'ajoutent les exigences des travailleurs; celui qui sait les prendre en compte est plus inventif: il a trouvé la rime riche.

Ou encore, par l'autre bout. Les contraintes exercées sur les travailleurs auxquels, seuls, on transfère les difficulés de la concurrence, appauvrissent l'entreprise: le taylorisme, la parcellisation des tâches, la militarisation du commandement sont des solutions de facilité, qui tuent l'invention.

Croire à la participation, c'est donc un acte de foi économique, esthétique, humain.

Mais ce credo se prouve aussi par les œuvres et l'exemple. En économie, les périodes de facilité sont souvent des périodes de relâchement. La Suisse d'après-guerre disposait d'un appareil de production intact, bénéficiait d'une main-d'œuvre bon marché (importée) et de capitaux de faible coût. Après les gains obtenus sans se baisser sont venus les temps difficiles: voyez l'horlogerie! Même leçon au niveau des entreprises: celles qui ont su investir dans l'innovation technologique et qui, en même temps, ont accepté le surcoût d'un accompagnement des nouvelles conditions de travail, mesures de formation professionnelle ou mesures sociales, se sont révélées les plus compétitives.

Mais le propre de l'innovation, c'est qu'elle ne se laisse pas mettre en formule comme l'on met en bouteille. La participation, ce n'est pas un quota de représentants des travailleurs imposé par la loi dans tout conseil d'administration. Si l'on croit à l'innovation, elle doit donner naissance, selon les tempéraments nationaux, locaux, individuels, à des créations. Jean-Pierre Ghelfi les recense par nations. Cela, déjà, suffit pour croire à cette capacité humaine.

La Suisse, dans ce concert: une tradition forte de conventions collectives, un retard en comparaison des pays qui ont su le mieux inventer de nouveaux comportements sociaux.

Un état de la question, plus que jamais actuel. ■

Jean-Pierre Ghelfi. *Innovation technique et innovation sociale: nouvelles technologies et participation des travailleurs*. Edition Réalités sociales. 1990.