Les limites et les effets pervers de la publicité

Autor(en): **Pochon, Charles-F.**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **28 (1991)**

Heft 1036

PDF erstellt am: **24.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-1020790

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

ÉLECTIONS

Les limites et les effets pervers de la publicité

(*cfp*) L'UDC zurichoise n'est pas satisfaite des résultats des récentes élections cantonales. Elle a bien renforcé sensiblement sa représentation au Grand Conseil, mais elle a perdu son deuxième siège au Conseil d'Etat en dépit d'une campagne publicitaire très longue et massive (DP 1024). Il y a quatre ans pourtant, l'UDC devait déjà remplacer un élu au gouvernement et une campagne publicitaire avait réussi à faire suffisamment connaître Hans Hofmann pour lui assurer un siège. Il a été réélu cette année. En revanche le même bureau n'a pas réussi à imposer Ueli Maurer, président du Grand Conseil et participant à ce titre à de nombreuses manifestations dans tout le canton.

Un spot publicitaire en faveur des paysans de montagne et diffusant l'image du candidat a été interdit en Suisse alémanique alors que le magazine *Bonus*, largement distribué, a présenté une «story» d'Ueli Maurer sous le titre «Comment on bricole un conseiller d'Etat» avec des images à découper permettant de vêtir le candidat avec les divers costumes que la publicité lui attribuait: père de famille modèle, major des troupes cyclistes sur son vélo, politicien participant à une réception, et nous en passons. Le texte aussi était féroce. Une citation (traduite): *«C'est de la publicité politique avec effet placebo; elle n'a aucun contenu politique et, par conséquent, il ne faut pas en attendre d'effet secondaire néfaste. Le peuple doit l'avaler sans difficulté.»* Cette campagne et les réactions qu'elle a suscitées ont-elles contribué à faire échouer la candidature Maurer ? Il est certain qu'elle a fait connaître le nouveau venu suffisamment pour inciter les esprits critiques à vérifier son bagage politique et il a été jugé assez léger. Il était dès lors facile de créer une certaine opposition qui s'est révélée suffisante dans un canton où la droite s'est pourtant renforcée le même dimanche électoral.

Ceci dit, il est utile d'opposer au cas de l'UDC zurichoise, celui de la Ligue des Tessinois, qui a passé avec brio le test des dernières élections. Un journal dominical gratuit (*Il Matino*) et une information bien ciblée suffisent-ils à expliquer son succès ? Il est de fait que le temps est court entre le lancement de la «Lega» (DP 1023) et son quasi-triomphe. Rappelons que le seul obstacle à son entrée au Conseil d'Etat a été l'apparentement PSU-Alternative de gauche (Parti du travail - Parti socialiste ouvrier)..

Si à Zurich, une campagne publicitaire intensive semble avoir joué en défaveur de celui qu'elle était censée soutenir, au Tessin, la Lega a réussi à tirer parti de sa forte présence médiatique... ■

LA NATION

Flagrant délit

(*pi*) *La Nation*, édité depuis plus de soixante ans par la Ligue vaudoise, ne manque pas une occasion de défendre le canton de Vaud, et accessoirement les autres Etats fédérés, contre le «centralisme» excessif de la Confédération. Pourfendeuse des «compétences tacites» dont se réclame l'Etat fédéral en matière de culture ou de festivités sept-centenaires, *La Nation* n'est pas exempte de contradictions: la Confédération gère le fichier central suisse de police RIPOL en l'absence de base légale, ce qui n'a pas encore provoqué d'article de protestation... Je pensais que c'était l'exception qui confirme la règle et que je pouvais continuer à me reposer sur la Ligue afin qu'elle veillât à ce que la Canton reste un Pays où l'on puisse chanter chaque matin *Vaudois, un nouveau jour se lève* sans arrière-pensée.

Eh ! bien je me trompais, et voilà la Ligue surprise en flagrant délit de non-assistance à petit Etat en danger de se faire dicter sa loi par un plus grand. La *Nation* était jusqu'à maintenant, comme il se doit, très critique face à la Communauté européenne, dont la commission est animée par un socialiste centralisateur. Or à propos du trafic de transit, voilà l'organe de la Ligue vaudoise qui se plaint du manque de concessions suisses, notamment le refus d'ouvrir notre pays aux 40 tonnes européens. Et tant pis si, dans la foulée, il faut sacrifier un canton, Uri, qui se défend tant qu'il peut pour sauvegarder son intégrité physique.

L'habitude de s'en prendre à la Confédération serait-elle si ancrée qu'on ne fasse plus la différence entre les cas où elle est coupable de centralisme et ceux où, face à plus puissant, elle est victime de centralisation ? ■

MÉDIAS

La correspondance politique suisse (CPS), agence soutenue par les milieux économiques, abandonne son service en français. Naissance par contre d'*Eco news* (en français comme son nom ne l'indique pas), service de presse spécialisé géré par la CPS.

L'émission pour les consommateurs de la Suisse alémanique «Kassensturz» diffuse sa 500e émission (A bon entendeur: 407) et prépare le lancement d'un journal paraissant tous les 15 jours pour mieux conserver le contact avec les téléspectateurs.

L'Association des journalistes bernois a protesté contre la volonté du commandant de la police de la ville de Berne de rationner l'information au quotidien de gauche indépendant *Berner Tagwacht*, coupable de critiquer le corps de police municipal.

Les journaux engagés ont de la peine à subsister. La radicale *Nouvelle revue de Lausanne et du Pays de Vaud* ne sait pas encore sous quelle forme elle subsistera après les élections fédérales. Malgré les économies réalisées, l'hebdomadaire du Parti du travail *Vorwärts* a un avenir incertain; il ne compte plus que 938 abonnements payants, mais l'imprimerie COOPI de Genève a réduit de 10% les frais d'impression. Pour couvrir le déficit de l'année passée, causé par la chute des recettes publicitaires, le quotidien de gauche *Volksrecht*, de Zurich, doit trouver 100 000 francs jusqu'à fin avril. Enfin, *VP-Hebdo* a cessé de paraître; la relance de la *Vie protestante* nouvelle formule se solde ainsi par un échec.