

# La presse des gadgets

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): - **(1977)**

Heft 395

PDF erstellt am: **13.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-1018548>

## **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.

De nombreux camarades m'ont fait part de leur désir de voir le bat. (...) — à l'instar d'autres corps de troupes — avoir son propre vin vendu sous son étiquette. Nous allons faire un essai en 1977 avec un vin de la récolte 1976 qui s'annonce excellente.

Nous avons choisi un blanc de La Côte, produit par un vigneron qui avait très bien reçu le bat. lors des célèbres manœuvres de La Côte. Nous avons donné la préférence à un vin de qualité à un prix abordable, de manière à ce que (sic) chacun puisse s'en offrir. Le prix est celui demandé par le vigneron, sans majoration pour un fonds quelconque.

Les conditions sont les suivantes :

Fr. 4.20 la bouteille prise à la cave, verre dû ou rendu. Fr. 4.40 la bouteille expédiée à votre adresse par cartons de 12 ou 20 bouteilles, verre perdu. Carton (Fr. 3.—) et port petite vitesse en plus.

(...)

Pour vous allécher, je joins une étiquette à cette lettre. »

Le tout expédié au bénéfice de la franchise postale. Je dois à la vérité de dire que l'enveloppe contenait aussi une circulaire concernant le service.

... Ceci encore, que je lis dans « La Suisse » du 23 janvier, de nature à rassurer ceux qu'inquiéteraient le vent de défaitisme et d'antimilitarisme qui souffle sur l'Europe occidentale :

« Un ancien commandant de la Wehrmacht, nostalgique de l'armée, vient d'être hospitalisé à Cologne après avoir porté à même la peau pendant huit ans les décorations qu'il avait obtenues durant sa carrière militaire.

L'ancien officier souffre d'infections multiples qui se sont déclarées sous un bourrelet de peau provoqué par les aiguilles et le poids des médailles qu'il portait nuit et jour.

(...) L'ancien officier poussait son culte de l'armée si loin qu'il portait ses médailles (dont la croix de fer) jusque dans le lit conjugal. Il lui arrivait aussi de hisser des drapeaux dans sa chambre. »

## DANS LES KIOSQUES

### La presse des gadgets

La presse commerciale ne manque pas d'idées pour transformer ses lecteurs en supports publicitaires ou pour les entraîner à la découverte du monde. Quelques exemples : « Basler Zeitung » vend un parapluie et un sac de voyages décorés par son dessinateur attiré. Le même journal tirera au sort des nettoyeurs de printemps de l'appartement de ceux qui demanderont un abonnement à l'essai ou souscriront un nouvel abonnement. Le même journal, et d'autres, (« Vaterland », St. Galler Tagblatt » et nous en passons) offrent à leurs lecteurs des voyages en Suisse et à l'étranger. Les « Berner Nachrichten » consultent leurs lecteurs sur l'opportunité de prévoir des rencontres selon la formule alémanique du « Stamm ». D'autres créent des rubriques de prestige, mais ça ne leur réussit pas toujours; la « Gazzette Ticinese » renouée distribue certains numéros à plus de 100 000 exemplaires; elle avait prévu de commencer le 11 février la publication d'une histoire du canton du Tessin, illustrée en couleurs. Pour des « raisons techniques », annonce-t-elle, cela n'a pas été possible. La droite libérale-radical ne doit pas être contente. On annonce que l'affaire n'est que remise à des temps meilleurs.

### Des surprises possibles

— Grandes manœuvres à la fin de la semaine passée dans la presse qui participe à l'information des Bâlois : « Basler Volksblatt », « Aargauer Zeitung » et « AZ » de Bâle annonçaient que la propriété du plus grand, le nouveau « Basler Zeitung », allait passer en d'autres mains, soit en celles du magnat de la presse zurichoise, Jean Frey, soit en celles, argoviennes, de Ringier. Les propriétaires du « BaZ » ont démenti, ce qui ne semble pas avoir convaincu ceux qui ont lancé l'information ou l'ont reprise.

### La prochaine fusion

— Déjà annoncée dans nos colonnes, la fusion du « Bodensee Zeitung » (Romanshorn) et du « Oberthurgauer » (Arbon) approche. Le nouveau quotidien sera appelé « Schweizerische Bodensee Zeitung » (Journal suisse du Bodan) et portera en sous-titre « Der Oberthurgauer ». Cela réussira-t-il à retarder l'expansion du géant régional, le « St. Galler Tagblatt » dont la matière alimente aussi les titres suivants: « Ostschweizer Tagblatt », « Appenzeller Tagblatt », « Oberländer Tagblatt », « Amriswiler Anzeiger » et « Bodensee Tagblatt » ? Un exemple de la diversité de la presse suisse dans toute sa subtilité...

### Des femmes capitalistes

— Une information locale des « Berner Nachrichten » (9.2.) nous apprend que le 40 % du capital de la Banque de Langenthal, une importante banque régionale, est en mains féminines. Le journal rappelle qu'il s'agit peut-être d'une vieille tradition de l'Emmental, puisque Jeremias Gotthelf a parlé à plusieurs reprises dans son œuvre de femmes sachant bien gérer leur fortune.

### Les sacs de jute

— Plusieurs organisations d'aide et d'entraide s'efforcent de vendre en Suisse 70 000 sacs de jute. Des grands journaux ont publié des articles très documentés sur cette campagne. Notons tout particulièrement un article de deux pages dans le « Tages Anzeiger » (12.2). Les auteurs, Régula Renschler et Rudolf H. Strahm, comparent notamment avec précision l'énergie nécessaire pour fabriquer un sac en plastique et un sac en jute : la dépense d'énergie pour un sac en plastique est quatre fois plus importante que pour un sac en jute ... qui dure, au surplus cinq fois plus longtemps ! D'où une économie d'énergie manifeste... Tout cela évidemment, sans compter le profit pour le Bangladesh.