Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1977)
Heft: 403

Artikel: Le danger qui vient de Moutier
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1018637

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

Le danger qui vient de Moutier

La violence à Moutier n'empêche, semble-t-il, pas la Suisse romande de dormir.
Il reste que les autonomistes du Sud ont placé leur lutte sous le signe des libertés démocratiques. L'enjeu est clairement affirmé et l'emploi de la force ne fera taire personne. Toute la Suisse a intérêt à ce que le gouvernement bernois revienne au respect des normes légales, mette une sourdine à des réactions de susceptibilité hors de propos.
Il reste également que les heurts du Jura Sud sont l'occasion de la mise sur pied d'une « police intercantonale » avant la lettre. Le projet officiel, accepté par les Chambres, avait été court-circuité par les Cantons il y a neuf ans; il trouve somme toute une application pratique avant même que l'on connaisse les résultats de la nouvelle procédure de consultation lancée par la Confédération sur le sujet. On s'autorise de l'article 15 de la Constitution fédérale (« un danger subit provenant du dehors ») pour demander des contingents aux cantons (dix, la semaine passée), véritable préfiguration d'une PMI. Au-delà de la question jurassienne, une fois de plus, le précédent est inquiétant, inadmissible, pour la Suisse entière.

«Tat», «Blick» plus une touche de «consumerism»

Comme convenu, le 4 avril, une « Tat » entièrement renouvelée est partie à la conquête des lecteurs suisses alémaniques.
Signes distinctifs du nouveau produit : quotidien paraissant six fois par semaine sur trente-deux pages demi-format, impression en offset couleurs (nouveauté en Suisse alémanique, nous, on a eu Luisier), tirage de lancement fixé à 125 000 exemplaires, vente en kiosque, dans les magasins Migros et les stations-services Migrol, 50 centimes le numéro.
Héritière du quotidien « Die Tat » créé par G. Duttweiler il y a quarante-deux ans, « Tat » 1977 n'est plus l'organe de l'Alliance des Indépendants, mais a résolument pris la couleur orange qu'on trouve au fronton des supermarchés Migros. Car l'éditeur s'appelle bien Fédération des Coopératives Migros, et la rotative offset « Dutticolor »; on s'abonne au journal en payant sur un ccp de la FCM.
En clair, la Migros s'offre un quotidien, un peu pour honorer une idée et la mémoire de son génial fondateur, et beaucoup par souci de diversification. « Tat » est un article de plus dans l'assortiment de la maison, dont il doit améliorer l'image plus que le taux de rentabilité. Mais attention, tout investissement demeure conditionnel : si le nouveau quotidien ne trouve pas 80 000 lecteurs en deux ans, il disparaîtra, avec remerciements pour la contribution apportée à l'amortissement des énormes frais payés pour la modernisation de l'imprimerie de la Limmat (qui sort aussi « Construire » et les hebdos correspondants pour la Suisse alémanique et le Tessin, soit au total plus d'un million d'exemplaires par semaine).
Bride sur le cou et chèque en main, Roger Schawinski, ex-animateur de l'excellente et très suivie émission « Kassensturz » produite par la TV alémanique à l'intention des consommateurs. Du coup, il a voulu transposer ses préoccupations d'un media à l'autre, et faire de « Tat » un journal qualifiable de « konsumenten-freundlich ». L'équipe de rédaction a été dotée en conséquence, avec Urs Gasche comme responsable de la rubrique « onsum ». Dès lors, la rampe de lancement du journal était trouvée : une initiative constitutionnelle fédérale — ni plus ni moins — en relation avec la défense des consommateurs. Le texte en a été d'autant plus vite rédigé que « Tat » a repris tel quel le projet déposé en 1974 par la Commission fédérale de la consommation. Reste à savoir si cette fois le Conseil fédéral va se laisser émouvoir et faire enfin ce qui est en son pouvoir pour accélérer l'instauration d'une véritable protection légale des consommateurs en Suisse. M. Schawinski l'espère, qui connaît bien le dossier. Mais à voir l'attitude gouvernementale vis-à-vis des consommateurs et de leurs demandes, on doit sérieusement en douter.
Or donc « Tat » cherche son succès et son public dans le sillage du « consumerism ». En fait, son style, sa présentation, ses mini-articles l'apparentent davantage au fameux « Blick » qu'à un journal de consommateurs. L'information, concentrée au maximum, manque évidemment de nuances. L'usage des gros titres, soutenus par des dossiers hâtivement constitués, mène souvent au démenti; ainsi, l'accusation de plagiat portée contre le compositeur de « Swiss Lady » (avec laquelle Pepe Lienhard défendra les couleurs suisses au prochain concours Eurovision) présentée en première page le 14 avril a dû être rapportée le lendemain — en 25 modestes lignes cachées en bas de page 2.
Les annonceurs, eux, apprécient déjà le nouveau support apparu avec « Tat ». Après les premiers numéros, portés financièrement par les annonces de la Migros et de ses sociétés diverses, les pages publicitaires n'ont cessé d'augmenter. Pas de tri pro-consommateurs : les établissements de petit crédit voisinent avec les coupons-réponses de maisons de vente par correspondance installées près des frontières...
Le tout bien sûr en totale indépendance. Car l'ancien responsable de Kassensturz, même s'il laisse « Tat » qualifier cette émission d'« exagérément sarcastique », ne peut renier les propos tenus à la télévision il y a plus de deux ans : « Le lecteur ignore souvent qu'il a affaire à une coalition inconnue de lui, ce qui peut dans certains cas lui coûter fort cher. Il en va toujours ainsi lorsque la séparation entre la partie rédactionnelle et les annonces n'est pas clairement établie. Quiconque parcourt les journaux d'un œil critique s'aperçoit que cette situation est trop bien fréquente ».
Toute ressemblance avec la réalité... etc.