

Le danger qui vient de Moutier

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

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

Heft 403

PDF erstellt am: **08.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-1018637>

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.

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 inter-cantonale » avant la lettre. Le projet officiel, ac-

cepté 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 (nouveau 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 atten-

tion, 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 hebdomadaires 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 média 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.