

Zeitschrift: Bulletin : Kommunikationswissenschaft = sciences des communications sociales
Band: - (1985)
Heft: 2

Artikel: La situation des feuilles d'annonces gratuites en Suisse
Autor: Chevalier, Pierre-Ami
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-790559>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 06.10.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

II. La situation des feuilles d'annonces gratuites en Suisse

Le séminaire des sciences de la communication de l'Université de Zurich a effectué une enquête approfondie sur la situation des feuilles d'annonces gratuites en Suisse à la date critère du 9 décembre 1983.

Cette enquête fournit des données nouvelles, qui complètent celles déjà connues (cf. l'enquête de la Commission des cartels de 1972: Feuilles d'annonces gratuites, PCC 3/4 1972; l'étude du secrétaire de ladite commission, Jacques Favre sur «Les feuilles d'annonces gratuites», dans «Contributions à l'étude de la situation de la presse en Suisse», publication n° 12 de la Commission d'experts pour une conception globale des médias, Berne 1980; la thèse de Christoph Schmid: Gratisanzeiger und Pressewettbewerb, Berne 1983; l'étude de l'auteur de ces lignes: La Presse suisse: Pour une conception globale de la liberté, Genève 1984).

Il convient d'abord de rappeler que selon une définition largement admise, on attend par feuille d'annonce une publication qui ne contient en général que peu ou pas de texte rédactionnel, qui est distribuée à tous les ménages d'une région déterminée, qui paraît régulièrement et qui est financée exclusivement par les recettes publicitaires.

Répartition géographique

A la date critère du 9 décembre 1983, l'enquête a recensé 127 feuilles d'annonces en Suisse. Leur répartition linguistique était la suivante:

Tableau 1
Répartition des titres en fonction du lieu de parution

	Nombre de titres	%
Suisse alémanique	112	88
Suisse romande	14	11
Tessin	—	0
Grisons rhéto-romans	1	1
	<hr/> 127	100

Ce tableau confirme que la presse gratuite est un phénomène essentiellement germanique. La Suisse romande a été peu affectée, alors que le Tessin n'a tout simplement pas de feuille d'annonce.

Il aurait été intéressant de rechercher les raisons de cette nette différence entre les deux parties du pays. Faut-il les trouver dans la satisfaction ou l'insatisfaction que les lecteurs éprouvent à la lecture de la presse traditionnelle? Cette explication pourrait bien s'appliquer au Tessin où les journaux font preuve d'un dynamisme et d'une diversité à toute épreuve.

On retrouve le même phénomène dans le canton du Jura, qui manifeste un attachement historique à l'égard de sa presse.

Outre le Tessin et le Jura, trois autres cantons n'ont pas de feuilles d'annonces: il s'agit d'Uri et des deux Appenzell.

Rythme de parution

La plupart des feuilles d'annonces paraissent une fois par semaine, quelques-unes plusieurs fois, comme le démontre le tableau 2.

Tableau 2
Mode de parution

	Nombre de titres	%
Hebdomadaire	116	91
2 x par semaine	6	5
3 x par semaine	2	2
6 x par semaine	3	2
	127	100

Importance du tirage

Contrairement à une idée largement répandue, le tirage des feuilles d'annonces est relativement bas. La moyenne suisse s'établit à 31 000 exemplaires. Le plus petit tirage est de 800 exemplaires et le plus important de 344 000 exemplaires.

Au total, 63 des feuilles recensées, représentant donc la moitié des titres, ont un tirage inférieur à 13 000 exemplaires. Seules 6 feuilles (5%) dépassent 150 000 exemplaires.

Zones de diffusion

L'enquête a défini 4 zones de diffusion par rapport au lieu de parution :

- diffusion dans le quartier
- diffusion dans la commune
- diffusion dans le district
- diffusion dans le canton.

On constate que la diffusion à l'échelon de la commune et du district est la plus fréquente. La distribution limitée au quartier ou s'étendant à l'ensemble du canton est plutôt l'exception.

Tableau 3
Répartition des zones de diffusion

	Titres	%
dans le quartier	5	4
dans la commune	57	45
dans le district	55	43
dans le canton	10	8
	127	100

Il est évident que la zone de diffusion est fonction de l'importance du tirage. Cela ressort du tableau 4.

Historique

L'analyse des dates de création des feuilles d'annonces montre qu'il s'agit d'un phénomène très ancien, puisque la première feuille de ce genre est apparue en Suisse en 1837. La moitié d'entre elles ont maintenant plus de 50 ans d'existence.

Le tableau ci-dessous, qui ne recense que la création des feuilles encore existantes, prouve qu'un développement important s'est produit après la dernière guerre. Ce développement s'est ralenti dans les années 70 pour s'accélérer à nouveau à partir de 1980.

Ce que le tableau ne montre pas, c'est le nombre de feuilles qui ont cessé de paraître au gré des décennies. On sait que ce nombre n'est pas négligeable. Le secteur des feuilles d'annonces est donc fluctuant.

Tableau 4
Tirages (en milliers) et zones de diffusion

Diffusion	1-5 ex.	6-10 ex.	11-15 ex.	16-20 ex.	21-50 ex.	51-100 ex.	101-344 ex.	Total
Quartier	1 20%	1 20%	-	1 20%	-	1 20%	1 20%	5 4%
Commune	23 40%	15 26%	6 11%	4 7%	6 11%	2 4%	1 2%	57 45%
District	8 15%	8 15%	9 16%	8 15%	11 20%	8 15%	3 6%	55 43%
Canton	-	1 10%	1 10%	1 10%	1 10%	3 30%	3 30%	10 8%
	32 25%	25 20%	16 13%	14 11%	18 14%	14 11%	8 6%	127 100%

Tableau 5
Dates de création des feuilles d'annonces existantes

Années	Titres	%
1837–1840	1	1
1841–1860	2	2
1861–1880	17	13
1881–1900	10	8
1901–1920	18	14
1921–1940	22	17
1941–1960	19	15
1961–1980	27	21
1981–1983	11	9
	127	100

Exploitation

Les 127 feuilles recensées sont éditées par 119 entreprises. 2 d'entre elles éditent chacune 3 feuilles et 4 chacune 2 feuilles.

74 feuilles sont imprimées par l'entreprise qui les édite et 53 par des tiers.

En matière de publicité, on constate que 83 entreprises (65%) exploitent leur propre régie. Les agences de publicité se répartissent le solde du marché ainsi: Publicitas 16 feuilles, OFA 9 feuilles et ASSA 8 feuilles.

Contenu

Les feuilles d'annonces ont le même format que la presse traditionnelle, à quelques exceptions près. Elles ont en moyenne 21 pages par édition (minimum 2 pages, maximum 64 pages).

La moitié de ces publications (62 feuilles) a moins de 20 pages.

La partie rédactionnelle occupe en moyenne 4 pages, mais 50% des feuilles n'ont que 3 pages de texte. La partie publicitaire représente en moyenne 17 pages, mais la moitié des feuilles n'en ont que 14 ou moins.

14 feuilles n'ont aucune partie rédactionnelle. Elles se recrutent parmi les feuilles officielles d'annonces, qui sont particulièrement répandues dans le canton de Berne en vertu d'une loi datant de 1880.

A côté de ces feuilles officielles, 91 feuilles (72%) publient des avis officiels des autorités.

On peut encore relever que 69 feuilles n'utilisent pas la couleur. 46 feuilles utilisent une couleur supplémentaire, 12 plusieurs couleurs et 10 publient des photos en quadrichromie.

Phénomène local

La publication des feuilles d'annonces est un phénomène typiquement local. L'enquête le démontre en indiquant que la moitié de ces publications sont éditées dans les communes de moins de 8000 habitants.

La moyenne de la population du lieu de parution est de 35 000 habitants.

17% seulement des feuilles paraissent dans des localités qui jouent le rôle de centres régionaux, alors que 56%, soit plus de la moitié, sont éditées dans des communes qui ne sont pas des pôles d'attraction.

Concurrence

L'enquête a dénombré 111 lieux différents de parution. Dans 12 de ces lieux, il existe une concurrence entre plusieurs feuilles (Berne 3 feuilles, Zurich 5 feuilles).

En ce qui concerne la concurrence entre feuilles d'annonces et journaux traditionnels, la situation est évidemment différente.

C'est ainsi qu'un ou plusieurs journaux par abonnement sont édités dans 41 des lieux de parution des feuilles d'annonces. Au total, il existe une situation de concurrence entre 57 feuilles d'annonces et des journaux traditionnels.

Le degré de couverture de ces journaux n'est pas non plus le même que celui des feuilles d'annonces. Il est de 100% dans 2 cas pour tomber à 27% dans d'autres, la moyenne étant de 61%.

Si l'on examine maintenant la situation non plus au lieu de parution, mais dans le district concerné, on a une image différente.

Il faut relever d'abord que des feuilles d'annonces sont éditées dans 71 des 184 districts suisses. Ces feuilles se trouvent en concurrence avec des journaux traditionnels dans 50 districts. Au total, 94 feuilles d'annonces se trouvent face à des publications par abonnement au niveau des districts.

Le degré de couverture des feuilles d'annonces tombe à 55% en moyenne par district, alors que la presse traditionnelle enregistre un score moyen de 49%. On voit donc que l'existence des feuilles

d'annonces purement locales fait tomber le degré de couverture de ces feuilles dans les districts où elles sont à peu près au même niveau que les journaux par abonnement.

Le cas de Rümlang

L'étude zurichoise s'est étendue à un cas type, celui de la commune de Rümlang éloignée de 10 km du centre de Zurich (population 5000 habitants). 7 journaux sont distribués régulièrement dans cette commune : 4 payants : Tages Anzeiger, NZZ, Zürichbieter, Blick et 3 gratuits : Züri Woche, Wochenspiegel, Rümmlangerblatt.

Il résulte de l'enquête d'opinion réalisée auprès d'un échantillon de la population que le degré de lecture est le suivant :

Tableau 6
Degré de lecture de chaque numéro

Tages-Anzeiger	72%
NZZ	60%
Zürichbieter	62%
Blick	59%
Züri-Woche	47%
Wochenspiegel	55%
Rümmlangerblatt	81%

Les lecteurs interrogés ont été priés en outre de se prononcer sur le degré d'importance subjectif qu'ils accordent à chaque journal.

Tableau 7
Degré d'importance de chaque journal

	1	2	3	4	5	6	7
Tages-Anzeiger	75%	19%	4%	2%	1%		
NZZ	52%	14%	17%	10%	7%		
Zürichbieter	17%	19%	32%	15%	14%	3%	
Blick	21%	21%	26%	25%	4%	1%	
Züri-Woche	6%	12%	38%	29%	11%	2%	2%
Wochenspiegel		6%	22%	36%	28%	2%	2%
Rümmlangerblatt	14%	54%	24%	7%	1%		

On voit que les lecteurs donnent nettement la préférence aux journaux abonnés et à la feuille d'annonces locale.

Un test fait sur le Tages Anzeiger démontre de manière éloquente que les lecteurs s'intéressent à raison de 90% aux informations locales et régionales. C'est aussi dans cette rubrique que les lecteurs de la feuille locale trouvent le plus d'intérêt (87%).

Dans le secteur de la publicité, la Rümmlingerblatt enregistre un taux d'intérêt bien supérieur à celui du Tages-Anzeiger.

Ces constatations démontrent une fois de plus que la presse suisse est ancrée dans son milieu naturel, qui est sa région de parution, et que le citoyen suisse s'intéresse en priorité aux événements qui le touchent de près.

Pierre-Ami Chevalier