

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1965)
Heft: 41

Artikel: La radio : encore un parent pauvre dans notre société d'abondance
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1029028>

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: 12.05.2025

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

«Rencontre»: Sous cette dénomination une centaine de titres seront mais il n'y aura plus de coopérative d'édition

André Bonnard, dans sa chaire d'helléniste, enseignait la joie d'écrire en français; secondairement, le grec. Toute une génération s'est trouvée un style en apprenant à traduire à son exemple: la fidélité au texte imposait une discipline, mais ensuite commençait la recherche et les surprises de l'invention verbale.

Quelques jeunes licenciés d'après-guerre, animés de cette flamme, se groupèrent en éditant la revue «Rencontre» et en créant, le 19 juin 1950, la société coopérative des «Editions Rencontre». Après avoir quitté les bancs de l'Université, ils continuaient à traduire pour éprouver leur don verbal; c'était un retour aux sources. Une renaissance.

Après une année d'activité dans l'édition, ils donnaient à la presse, le 2 février 1952, le communiqué suivant:

«L'assemblée générale ordinaire de la Société coopérative des Editions Rencontre s'est réunie à l'Hôtel de la Poste. Le président, M. Henri Debluë, a fait un bref historique de l'entreprise. Partis avec un très modeste capital, les administrateurs ont audacieusement publié, en un an, à gros tirages, une collection de classiques grecs et une première série d'œuvres de C.-F. Ramuz. L'excellente présentation et la haute valeur des textes, l'extrême modicité des prix ont permis la rapide acquisition d'un public considérable.

» Le président a rappelé ensuite le triple but des Editions Rencontre:

1. de bons textes à bon marché;
2. une rétribution forfaitaire des auteurs et traducteurs;
3. la réalisation complète de la formule coopérative qui associe **réellement** le lecteur sociétaire à l'effort d'édition... »

En 1965, toute expérience commerciale faite, le conseil d'administration des Editions Rencontre, qui cite ce communiqué, ajoute:

«Ce texte, aujourd'hui, ferait sourire.»

Le chiffre d'affaires de la beauté

L'article 3 des statuts de Rencontre déclare: «La société a pour but de répandre, par tous les moyens en son pouvoir, la beauté dans des milieux aussi vastes que possible.» Par quel moyen? Par l'édition de livres au prix de revient.

La beauté s'est bien vendue. En 1952, le chiffre d'affaires s'élevait à 54 300 francs; aujourd'hui, il est de 18 492 000 francs. En 1952, après Ramuz et la Grèce furent publiés «Rome présente» et la «Collection suisse» (des écrivains de Suisse française); cela ne faisait qu'une dizaine d'ouvrages par an. Aujourd'hui sortent cent nouveaux titres chaque année; 200 000 ouvrages par mois. En 13 ans — quel graphique ascendant — sept cents titres ont été édités. Parallèlement, la modeste imprimerie Jaunin S.A., qui comptait en 1949, deux ouvriers et un apprenti, réunit, aujourd'hui qu'elle est devenue la Société anonyme de l'imprimerie Rencontre, une centaine de collaborateurs.

La beauté appelle le succès. Et pourtant, en dépit ou en raison de cette réussite dans l'expansion, il n'y a plus, depuis le vendredi 9 juillet au soir, de coopérative d'éditions Rencontre. La fiction d'une coopérative d'édition sans «aucun but lucratif» est morte. Pourquoi?

Une coopérative «sans but lucratif»

Les mots coopérative et vente au prix de revient inspirent confiance. Ils furent un très bel atout dans le développement de Rencontre. Les administrateurs appliquaient le programme: en 1964-1965, l'exercice a été bouclé avec un bénéfice de 80 700 francs; c'est dérisoire, si l'on se souvient que le chiffre d'affaires fut de 18,5 millions; le bénéfice n'est donc que le 4,5‰ (pour mille!) du mouvement des ventes. Gestion vraiment coopérative.

La société se refusant, par une interprétation littérale des statuts, à réaliser des bénéfices, même ceux qui auraient permis de constituer des réserves pour tant indispensables, elle s'est trouvée avec des fonds

propres minimes par rapport à ses engagements sans cesse accrus.

Combien peut-on trouver de lecteurs qui, en Suisse, en Suisse romande, aient une vocation de co-éditeurs? A sa fondation, Rencontre en dénicha 65 qui souscrivirent une part sociale de 50 francs. Ils n'attendaient pas fortune de cette modeste mise de fond; ils désiraient plutôt soutenir une tentative de production nationale. Aujourd'hui, alors que, depuis plusieurs années, les efforts pour trouver de nouveaux sociétaires se sont relâchés, le nombre des coopérateurs est d'environ 1500. A l'échelle du pays, c'est un chiffre moyen. De surcroît, des coopérateurs étrangers peuvent difficilement être recrutés. Ainsi cette entreprise, qui a délibérément recherché une politique d'expansion à tout prix (l'augmentation du chiffre d'affaires que révèle le dernier exercice n'a été «que de 13%» et c'est l'augmentation la plus faible enregistrée depuis les origines de Rencontre!) reposait de plus en plus sur une tête d'épingle: 226 450 francs de fonds propres alors que les charges totales du bilan sont de 6,8 millions; l'imprimerie, à elle seule, détenait une créance de 4 millions.

Si l'on songe que les Editions Rencontre ont diffusé de la beauté, certes, mais aussi des éditions du style livre-meuble, tout Balzac, cette œuvre-marathon pour linotypiste, tout Balzac, tombé dans le domaine public, donc sans droits d'auteur, en volumes interminables à reliure or sur moulure de cuir, ce Balzac-là qui faisait tapisserie à fleurs, a bien dû laisser quelques bénéfices. Tout l'or n'a pas été mis sur les tranches.

De fait...

Une imprimerie en flèche

En 1950, l'Imprimerie Jaunin était une société au capital bien modeste de 20 000 francs; son conseil d'administration se composait de MM. J. et P. de

La radio: encore un parent pauvre dans notre société d'abondance

Cet article a été composé la veille même du jour où le Conseil fédéral décida d'augmenter de 7 francs la taxe radio. Nous n'avons pas modifié notre rédaction, l'actualité ne faisant qu'apporter une acuité nouvelle à la thèse que nous défendons.

D. P.

Un étrange télégramme

«Le personnel des studios de Radio Suisse considère avec anxiété l'avenir de la radio helvétique.» Par cette phrase commençait un télégramme supplécatif adressé au Conseil fédéral; la presse l'a rendu public le 1^{er} octobre. La suite du texte — diffusé par les agences ATS et UPI — faisait ressortir la nécessité de moyens financiers supplémentaires (en clair l'augmentation de 10 francs de la taxe d'audition, qui passerait ainsi de 26 à 36 francs).

Mais, au fait, qui est l'expéditeur de ce télégramme qui parle au nom du personnel?

A Radio-Lausanne, on se posait la question, car le communiqué-miracle est apparu un beau matin sur le tableau de service.

Le personnel? Aucun collaborateur du studio n'a signé.

Les syndicats? Personne n'en assume la paternité. Alors? L'explication la meilleure est qu'il doit s'agir d'une manœuvre «au sommet» de quelques hauts fonctionnaires de la S.S.R., peut-être télécommandés par la Direction générale; fallait-il aider le Conseil fédéral à faire passer devant l'opinion publique une décision impopulaire?

Nul ne sait vraiment. Mais, si les auteurs restent anonymes, le problème, lui, existe. Il mérite la plus grande attention.

Petit historique

L'évolution de la radio, en Suisse, a été extrêmement rapide. Elle est née, dans notre pays, on le sait, en 1923. Radio quadragénaire. A cette date, les quelques sans-filistes devaient se contenter de capter le signal horaire de la Tour Eiffel. Les premières émissions partaient de Lausanne. Les souvenirs héroïques ont souvent été rappelés: le studio du Grand-Chêne, Roland Pièce, speaker-factotum. Puis, en 1925, avec le soutien de la Fondation des émissions Radio-Genève, les premiers balbutiements genevois dans l'éther, qui portaient des studios de Mon-Repos.

Aujourd'hui, avec ses 1 619 395 concessionnaires à fin 1964, la radio suisse est, de loin, la première entreprise d'information et de culture du pays. Mais, sans même parler de la presse, elle n'est pas à l'abri de la concurrence; elle n'a plus le monopole des ondes; apparue il y a 10 ans, la télévision l'a obligée à se réorganiser complètement.

Pour l'instant, cette réorganisation n'a été entreprise que sur le plan administratif. On sait qu'il a fallu quatre ans de discussions pour que les neuf anciennes sociétés abandonnent leurs concessions et rendent possible un regroupement par régions linguistiques. Mais plus importante que la réorganisation administrative serait celle des programmes. Elle était prévue pour le 1^{er} octobre 1965. Elle est en suspens, faute de moyens financiers.

Ainsi la radio, aujourd'hui, est privée à la fois des ressources qui lui permettraient de tenir son rang culturel et de celles qui sont nécessaires à sa réorganisation.

Quelques données du problème

Pour s'adapter à la concurrence de la TV, il est admis que la radio doit émettre des programmes continus de l'aube à minuit. L'information doit serrer de plus près l'actualité, selon une technique mise au point depuis longtemps par Europe N° 1. Les programmes doivent pouvoir être plus spécialisés: certaines émissions culturelles qui n'intéressent que des auditeurs qui aiment à choisir leur programme sont dévolues à la seconde chaîne. D'où des frais accrus de personnel et d'équipement des studios. C'est donc ce programme minimum qui devrait être financé par l'augmentation de la taxe qu'attendent tous les animateurs de radio.

Nous irons plus loin. Il faut viser au-delà de ce programme réduit.

La plupart de nos voisins disposent en effet non de 2, mais de 3 ou 4 chaînes. Il faudra prévoir un jour — ils existent déjà dans certains pays — l'équipement de studios dans chaque ville ou groupe de villes de quelque importance. Leur fonction: prendre l'antenne à certaines heures pour des informations d'intérêt local ou régional.

L'Allemagne et la France poursuivent leur programme d'installation d'émetteurs à ondes ultra-courtes en stéréophonie, selon le procédé dit «à fréquence pilote» et il est déjà possible de capter confortablement en Suisse romande les émissions stéréo de France-Musique diffusée par le Mont-Rond. Pour animer un marché quelque peu anémique, nos commerçants en radio mettent en vente des appareils équipés selon la nouvelle technique. Tentez cette petite expérience: entrez dans un magasin et faites-vous montrer les nouveaux appareils. Après quoi,

édités chaque année,

Muralt, Piguet et Descombaz. En 1953, M. de Muralt de la Jaunin S. A., qui avait fait partie de l'équipe des fondateurs de la société d'édition, prit la présidence de la coopérative. Il la sauva de la faillite ; en 1955, la situation financière était telle que l'imprimerie admit de faire une remise sur le montant de ses factures ; puis il lia étroitement l'imprimerie et la société d'édition, les mêmes administrateurs contrôlant l'une et l'autre. L'imprimerie Jaunin S. A., devenue en mai 1961 l'Imprimerie Rencontre S. A., bénéficia de la clientèle sans défaillance des Editions qui étendirent leur marché en France et en Belgique. Par contrat, passé le 11 décembre 1959 entre les deux sociétés, contrôlées par les mêmes administrateurs, l'imprimerie se voyait confier l'exclusivité des travaux et fournitures, même ceux qu'elle ne pouvait accomplir elle-même. Les prix devaient être ceux de la concurrence, mais sans rabais.

Or, il est évident que des commandes annuelles pour une dizaine de millions, garanties, obtenues sans marchandage, sont des conditions idéales de développement. Même le crédit, au taux de 5 1/2 %, était de bon placement.

La Coopérative ne faisait pas de bénéfice ; mais il était licite que la S. A. en fit un, d'où son expansion, qui a été rendue possible aussi par des augmentations du capital social qui, par étapes, a passé à 2,4 millions. (Il devrait même doubler encore cette année pour atteindre 5 millions.)

L'imprimerie facilitait donc le financement de la coopérative sans but lucratif et en contre-partie elle était assurée d'un chiffre d'affaires important et d'un bénéfice commercial en proportion, ce qui rendit possible son développement foudroyant.

La situation régularisée

Cette association avantageuse d'une imprimerie S.A. et d'une société d'édition coop a donc pris fin le 9 juillet. 66 sociétaires sur 1500, c'étaient les vacances, participèrent à l'enterrement ; sur ces 66, 22

étaient des employés de la maison même. L'opposition fut donc réduite. Un seul sociétaire protesta. En échange de 200 actions (de 1000 francs, estimées à 1200 francs), l'imprimerie a repris la totalité des engagements, des actifs commerciaux et la raison sociale des « Editions Rencontre ».

Autrement dit, la coopérative d'édition a été rachetée pour un montant qui correspond à peu près à la valeur des fonds propres. Or ceux-ci étaient jugés dérisoirement faibles. C'est donc une reprise avantageuse : 240 000 francs pour 18 millions de chiffre d'affaires, d'autant plus que le paiement est effectué par cession d'actions de l'imprimerie. Ajoutons qu'avec l'intérêt de cet argent, l'ancienne coopérative, devenue les « Sociétaires du Livre Rencontre », distribuera probablement un prix littéraire annuel qui servira la publicité de l'imprimerie. Les sociétaires auront droit à un rabais pour tout achat de livres, comme jusqu'ici, pour autant qu'il s'agisse d'ouvrages « Rencontre ». Si l'on se rappelle que le même conseil d'administration gérait les deux sociétés, il faut reconnaître que cet accord de rachat est ingénieux.

Fiction coopérative

Mais pourquoi avoir renoncé à cette utile division des tâches ? La faiblesse des fonds propres des éditions n'est qu'un argument, pas absolument décisif tant que l'imprimerie assurait le financement des investissements.

En fait, la coopérative n'était plus qu'une fiction. Déjà, au départ, à la période bleue-idéaliste, les ventes aux sociétaires ne représentaient que le 1/25 des ventes totales. Aujourd'hui, ce n'est plus que le 1/1000. Une entreprise d'édition de ce genre chasse plus l'abonné que le sociétaire. Celui qui souscrit aux œuvres complètes de Zola ou de Balzac ou de Hugo, s'engage pour quelques dizaines de volumes ; l'œuvre intégrale stimule et étale la vente. Mais les œuvres classiques de la littérature qui se prêtent à

cet exercice sont vite inventoriées, et d'ailleurs soumises à la concurrence accrue du livre de poche classique.

Il faut donc tendre à la collection, histoire des civilisations, histoire de la musique, histoire de la peinture, en quelque vingt volumes. Mais le lancement de telles œuvres qui, pour être concurrentielles, exigent des tirages de 50 000 à 60 000, ne peut se faire sans de lourds investissements, sans des accords de distribution ou de participation. C'est ainsi que l'éditeur Josefowitz (Tous-Loisirs S. A., à Genève, qui vend notamment la trousse du parfait bricoleur) a pris une part déterminante dans les Editions Rencontre, où M. Gaston Burnand, depuis 1963, le représente.

D'ailleurs, M. de Muralt définissait bien cette situation. Parlant de l'agrandissement de l'imprimerie, il déclarait : « La nouvelle construction sera financée partiellement par l'augmentation du capital et le solde par des prêts. Les personnes privées et les banques qui participent à ces opérations ont une position très claire : elles attendent que la société anonyme prenne l'entière responsabilité de l'activité commerciale qui s'exerce aujourd'hui par le truchement de la société coopérative. »

L'édition ne peut être qu'une affaire industrielle, si l'on désire vraiment se lancer dans la concurrence européenne du marché du livre.

En comparaison de cette industrie, le rêve de 1950 de vendre sans but lucratif de la beauté ne peut que faire sourire, il est vrai, mais non sans regret.

Une fois de plus, on constate la difficulté pour une coopérative de production d'être vivante sans perdre de vue son but originel. Le commerce finit par imposer ses lois ; et il ne serait pas difficile de citer d'autres exemples notoires.

En fait, la pierre de touche, ce n'est pas la transformation d'une raison sociale, devenue fiction, mais ce sera la politique même de l'entreprise : n'aura-t-elle pas d'autres fins que sa propre croissance ou offrira-t-elle aussi des possibilités nouvelles de diffusion pour la littérature romande ?

vous demandez à quelle date les émissions suisses seront diffusées en stéréophonie, comme en France ou en Allemagne. Les savantes périphrases du vendeur vous en apprendront plus qu'un article sur la misère de notre radio helvétique.

Quels sont, en fait, ses comptes de ménage ?

La situation financière

Les taxes d'audition ont produit, en 1964, Fr. 42 300 000.—, répartis comme suit :

— aux P.T.T. pour la partie technique (émetteurs, etc.), 30 % soit Fr. 12 700 000.— ;

— à la S.S.R. pour les programmes : 70 % soit Fr. 29 600 000.—.

Ces ressources n'ont pas suffi : de 1963 à 1964, les frais de personnel pour les seuls studios ont augmenté de Fr. 870 000.—.

En 1964, la radio a dû utiliser ses dernières réserves, qui étaient de Fr. 2 800 000.—.

Pour 1965, le budget prévoyait un déficit de Fr. 2 500 000.— qui devait être couvert par un emprunt contracté auprès de la TV. Si l'on en croit le dernier communiqué du « personnel », l'emprunt se monterait finalement à près de 4 millions de francs. Il était prévu que cet emprunt serait remboursé en 1966 sur le produit des taxes de radio augmentées. A condition, bien entendu, que le Conseil fédéral accorde le supplément de Fr. 10.— par concessionnaire, c'est-à-dire Fr. 16 200 000.—.

Or, selon la décision du Conseil fédéral, qui d'après nos informations est déjà prise mais non confirmée à l'heure où nous rédigeons ces lignes (le 14 octobre 1965), l'augmentation accordée ne serait pas suffisante pour couvrir à la fois les besoins accrus

des studios, rembourser l'emprunt de 1965 et assurer le démarrage d'une réorganisation des programmes. La situation est-elle donc sans issue ?

Une analogie

Partons d'une remarque du directeur de Radio-Zurich, M. Padel. A mi-septembre, il signalait que la situation financière de son studio était telle que les échanges d'enregistrements d'orchestre avec les radios étrangères — plus de 300 en 1964 — ont dû être supprimés.

Cette situation est analogue à celle de Pro Helvetia qui a pour tâche de contribuer à une meilleure diffusion de la culture suisse à l'étranger. Aussi, le Conseil fédéral, dans son message du 28 mai 1965, attirait l'attention des Chambres sur le fait que, faute de moyens, la fondation Pro Helvetia (comme Radio-Zurich, ici est notre analogie) voyait ses échanges avec l'étranger, organisation d'expositions, tournées de concert, etc., fortement entravés. Or les échanges, comme le dirait M. de Lapalisse, sont fondés sur la réciprocité ; en cas de blocage, l'appauvrissement est double. En conséquence, le Conseil fédéral a proposé une augmentation de la subvention par paliers ; elle sera portée de 1,2 à 4 millions. Cette proposition raisonnable n'a soulevé aucune opposition ? Faut-il subventionner la radio, de même ?

Les comptes des P.T.T.

Nous en faisons déjà la remarque, à propos de la télévision ; est-il normal que l'infrastructure (émetteurs, radios, relais, etc.) soit à la charge des auditeurs ?

Or, la prise en charge de ces dépenses d'équipe-

ment n'exigerait même pas une subvention au sens strict du terme. En effet, de 1960 à 1963, les comptes généraux des P.T.T. ont présenté un solde actif de 70 millions qui fut, conformément à la Constitution, versé à la caisse fédérale. Ne peut-on pas prélever sur ce bénéfice, produit par l'entreprise même qui a la charge de l'équipement de la radio, les 12,7 millions payés par les auditeurs ?

Indispensable

Il ne sera certes pas abusif de demander une contribution supplémentaire à l'auditeur. Mais exiger une trop forte augmentation serait, psychologiquement, une faute. Et encore, pour quelques francs supplémentaires, faut-il pouvoir offrir en contre-partie des émissions accrues en nombre, améliorées en qualité. Les millions que produira l'augmentation des taxes suffiront-ils ?

Pourquoi alors les P.T.T. ne seraient-ils pas autorisés à passer une écriture comptable interne ? Le rôle de la radio est tel qu'elle mérite un appui public. Et une fois encore, ce ne serait même pas une subvention. Mais cette écriture permettrait à la radio de payer ses dettes et de se préparer à ses nouvelles tâches. C'est indispensable.

P.-S. : Notre raisonnement a été admis partiellement par le Conseil fédéral. En effet, les 7 francs s'expliquent ainsi. Demandés : 10 francs. Accordés le 70 % : 7 francs. Le 30 % qui manque reste à la charge des P.T.T.

Le calcul appliqué à la seule augmentation ne devrait-il pas l'être à la répartition de l'ensemble des recettes, afin que la totalité des taxes finance les seuls programmes ?