

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1977)
Heft: 402

Buchbesprechung: L'argent secret [André Campana]

Autor: Pochon, Charles-F.

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: 14.05.2025

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

Pour Mme Michel, de la Fédération romande des consommatrices, cette émission « est courageuse et efficace ». Et la représentante de la FRC de poursuivre : « Elle va plus loin que la précédente, « Objectivement vôtre », à la préparation de laquelle nous étions étroitement associés. Nous collaborons avec la radio romande pour « Microscope », une émission de dix minutes sur la consommation, diffusée quatre matins par semaine. Mais nous ne sommes pas associés à la préparation de l'émission TV « A bon entendeur ». Oui, Catherine Wahli, la productrice, reprend parfois des informations de la FRC, mentionne éventuellement des tests de notre périodique, mais elle reste tout à fait indépendante ».

Jusqu'où aller

Lorsqu'elle terminait sa première émission en janvier 1976, Catherine Wahli ne savait pas très bien « jusqu'où elle pouvait aller ». Et, nous dit-elle, « il a fallu oser, s'imposer, trouver le ton et le style, et surtout un langage approprié à la matière ».

Aujourd'hui, après une vingtaine d'émissions, elle se sent moins seule car elle est soutenue par le public. Et elle a réuni une petite équipe, « un véritable laboratoire d'idées » qui travaille sur les informations comme une agence de publicité.

Catherine Wahli dit encore : « Nous ne sommes pas à l'abri d'une erreur. Mais nous réunissons toujours des dossiers solides, bien étayés, et nous multiplions les vérifications. Je dirai tout, aussi longtemps que je serai sûre des faits. »

« A bon entendeur » a dévoilé des pots aux roses incroyables : des pratiques publicitaires trompeuses, des appareils dangereux, des méthodes de vente indécentes. Des dossiers délicats et explosifs ont été ouverts ou ré-ouverts : le petit crédit, les prix des livres et des journaux français en Suisse romande, l'utilisation des colorants, les honoraires des avocats dans les affaires de divorces, les vertus et les prix des eaux minérales, etc. Certains de ces sujets avaient déjà été traités par

la presse, mais leur traduction à la télévision exige un travail rigoureux de recherche d'informations, de rapports, la multiplication des tests, des analyses, des vérifications.

Toutes les ressources de la TV

C'est dans la présentation très synthétique et frappante des dossiers que résident sans doute l'originalité et la force de l'émission. La productrice, toujours en quête d'invention, tente d'illustrer, de visualiser le plus clairement possible ses démonstrations. Comme la publicité, elle utilise toutes les ressources de la télévision, surtout les techniques de l'animation avec un sens aigu des rythmes, des couleurs, des effets de surprise et d'humour. Le message passe sans ambiguïté.

Quand la productrice ou le journaliste intervient, sans jamais moraliser, ils font des constats, tirent des conclusions, posent des questions « nous posons la question à Evian », dénoncent les trous de la législation, interpellent le téléspectateur.

Catherine Wahli part toujours du point de vue du consommateur, elle défend ses intérêts plutôt que ceux des producteurs et des vendeurs. Convaincue et sincère, elle assume avec un charme discret la fonction « d'ombudsman ». « En mettant la consommation en question, nous voulons préserver une certaine qualité de la vie, une aptitude au choix ». Bien utilisée, la télévision a aussi le pouvoir de réveiller les consciences, d'améliorer la vie.

Une forme efficace

Après un peu plus d'une année, « A bon entendeur » devient une des meilleures émissions de la TVR. Par la rigueur, le courage et la portée de ses informations. Mais surtout par la recherche et l'intelligence de leur forme. Avec une petite équipe tournante de réalisateurs, de graphistes, de journalistes et de techniciens, la productrice Catherine Wahli a introduit un ton et un langage nouveaux sur nos antennes; des émissions très

rapides et rythmées, concises et incisives, qui allient les techniques du journalisme anglo-saxon et les moyens de la publicité. On souhaiterait que d'autres rubriques, qui se sont installées dans la routine, s'inspirent de ces recherches qui intéressent maintenant les noms les plus cotés de la TV. On souhaiterait en particulier que les émissions d'informations politiques, lors des votations et élections, recherchent enfin un langage plus simple et plus intelligible.

Nous sommes tous des consommateurs. « A bon entendeur » est maintenant notre émission : chaque quinzaine, le lundi soir, à 20 h. 25. Alors n'hésitons pas à soutenir de nos appréciations, de nos critiques et informations l'équipe de rédaction. Elle a besoin de notre support pour résister aux pressions et persister dans l'audace intelligente.

NOTES DE LECTURE

L'argent secret

Le petit livre d'André Campana¹ sur le financement des partis politiques français et des campagnes électorales est un « dossier-reportage » comme l'écrit l'auteur. On n'y trouve ni révélation fracassante, ni documentation complète, mais on le lit passionnément car le sujet abordé est trop souvent tabou. L'auteur est favorable à une solution créant plus de transparence. Il fait appel au président Giscard d'Estaing pour qu'il tienne sa promesse d'améliorer le système de financement des partis et des campagnes électorales. André Campana est partisan, comme nous le sommes, d'un contrôle sérieux des moyens utilisés dans un but politique.

Ce livre pourrait inspirer un étudiant de science politique pour sa thèse de doctorat. La Suisse est probablement aussi difficile à découvrir que la France dans ce domaine.

C.F. P.

¹ Librairie Arthaud, Paris.