

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1978)
Heft: 479

Artikel: Culture, tourisme et compagnie
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1027409>

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: 11.05.2025

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

de travail. En première ligne, à noter la mise en train de "programmes d'emploi compensatoires", sous l'égide des autorités de l'emploi: "chantiers de secours ou travaux d'urgence, qui procèdent de programmes de travaux publics susceptibles d'être rapidement mis en œuvre et d'être clos ou suspendus tout aussi rapidement".

Deux mécanismes intéressants à cet effet: des réserves d'investissements publics de façon à pouvoir démarrer dans les plus brefs délais; et l'institution d'un budget spécial, dit budget général de réserve ou de secours qui, à côté du budget général est voté chaque année par le Parlement pour allaiter le programme d'urgence d'investissements publics.

Un instrument budgétaire: le système des réserves ou fonds d'investissement qui permet d'associer étroitement le secteur privé à la lutte pour la stabilité de l'emploi; on influence

ainsi, par certains avantages fiscaux, la date à laquelle certains investissements des entreprises sont consentis.

La "philosophie" générale du système: une certaine réduction des investissements en période de prospérité est possible si elle est encouragée par des exonérations fiscales; en période de crise, les autorités peuvent alors utiliser ces réserves (toute la politique d'implantation industrielle suédoise est menée en fonction des besoins de l'emploi, sans nier bien sûr l'importance des critères de rentabilité des investissements). Dans la foulée, on admet donc, l'objectif essentiel de la politique de l'emploi étant d'équilibrer l'offre et la demande sur le marché du travail, que les autorités responsables doivent avoir les moyens de parer, si besoin est, à une sur-demande de main d'œuvre.

— Rarement tentative de presse n'aura fait couler autant d'encre que "Romandie Hebdo", ce journal gratuit qui devrait couvrir toute la Suisse romande, comme son nom l'indique. Et ce avant même sa première livraison.

Un cas d'école d'ores et déjà, grâce à la prise de position des facteurs genevois qui ont décidé de ne pas le distribuer. Cela, au nom de critères autant quantitatifs — surcharge des facteurs au moment où ils dénoncent une pénurie de personnel — que qualitatifs — "la poste n'a pas été créée pour se charger de la distribution des envois publicitaires, mais pour délivrer aux gens des envois qu'ils attendent et qui leur sont adressés". Une démarche qui remet en mémoire, à juste titre, la dernière offensive de la Fédération romande des consommatrices tendant à purger les boîtes aux lettres de toute publicité.

Un cas d'école aussi à travers les protestations des milieux professionnels concernés. Voyez la dernière résolution de l'Union romande de journaux (cinquante-trois quotidiens et pério-

diques, trois agences de publicité et une agence d'information) qui déplore la dispersion des budgets de publicité provoquée par "les feuilles gratuites et parasitaires", préjudiciables aux annonceurs, à l'économie en général et à la presse d'information comme à celle d'opinion!

Les principes sonnent juste, mais que dire des protestataires? Au comité de l'Union romande de journaux siègent MM. Racine (Publicitas) et Gérald Sapey ("Tribune de Genève") dont les sociétés sont mêlées de près ou de loin à l'irruption sur le marché publicitaire de cet ogre malfaisant qu'on nous dépeint: Publicitas possède la majorité à la "Tribune de Genève", quotidien dont les liens avec l'imprimerie Roto-Sadag sont connus; or "Romandie Hebdo" a trouvé en Roto-Sadag le partenaire qu'il lui fallait pour lancer l'opération. D'un autre côté, on pouvait lire l'autre jour le rédacteur de "L'Impartial", Gil Baillod, fulminer contre les Imprimeries réunies (Lousonna SA) qui seraient "entrées en matière" pour l'impression d'un autre journal gratuit à naître dans le canton de Neuchâtel et la région bernoise...

Un rayon de soleil dans la crise

La crise, partout la crise! Une note d'optimisme pour changer. Certaines catégories professionnelles triées sur le volet viennent de recevoir, à l'approche des fêtes, le catalogue des maîtres-horlogers-joailliers P. à Genève. Cette "parure en or gris sertie de brillants et de lapis-lazuli" vaut 251.790 francs (suisses), ces boutons de manchettes "en or jaune et gris sertis de brillants" 4.400 francs (suisses), ce "collier pendentif en or gris serti de saphirs et de diamants" 150.745 francs (suisses), ce "pince-billets en or gris" 1.800 francs (suisses). C'était notre rubrique, tu ne diras pas systématiquement du mal de la conjoncture.

RECU ET LU

Culture, tourisme et compagnie

Le numéro zéro d'un nouveau magazine mensuel suisse pour la "société, l'économie, la culture et le tourisme" vient de faire son apparition dans les kiosques suisses alémaniques; tiré à 50 000 exemplaires sur une centaine de pages, dont vingt de publicité, il lui reste à trouver d'ici mars prochain les 15 000 abonnements qui pourront le faire vivre! La maison d'édition créée pour l'occasion, qui s'appelle Prisma comme le magazine lui-même, a engouffré toutes les économies du rédacteur, H.P. Rueb, ancien collaborateur de la maison d'édition Hallwag. Il croit avoir découvert un "créneau" à la devanture des kiosques, avec une formule de compromis: contenu rédactionnel conformiste et présentation nouvelle, sinon audacieuse. Beau produit (mais cher, Fr. 9.— l'exemplaire) à suivre si on aime les photos splendides et les mises en page soignées.