Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1982)
Heft: 622

Artikel: Éditeurs : le "Tages Anzeiger" tient la corde
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1012867

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 13.07.2025

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

AUTOGESTION

Hommage à Albert Meister

Albert Meister, le Jurassien de Paris, est mort. A 54 ans ce docteur en sociologie de l'Université de Genève (1958) avait acquis une grande renommée dans les recherches en sciences sociales. Auteur de très nombreux ouvrages, Meister s'est intéressé à presque toutes les expériences socialistes et autogestionnaires dans le monde de ces trente dernières années. D'abord attiré par les kibboutz israéliens (1962) il se penche ensuite sur le modèle yougoslave («Socialisme et autogestion», 1964). Il y reviendra plus tard après avoir scruté le démarrage de l'Afrique (1966), les tentatives d'animation et de participation du milieu rural, notamment en Argentine. Le rôle de l'alphabétisation dans le développement le fascine aussi (1973). Dans les dernières années de sa vie, il se concentre sur les rapports entre le pouvoir (techno-bureaucratie) et le peuple dominé. Son dernier livre, «L'autogestion en uniforme», analyse avec pessimisme la voie réformiste des militaires péruviens de 1968-1980.

Son souci fondamental à travers cet examen perpétuel du monde a été de découvrir l'Eldorado où socialisme et liberté feraient bon ménage. Où l'on pourrait s'exprimer sans disparaître le lendemain et sans mourir de misère. Meister ne s'était cependant pas prononcé en faveur de solutions politiques violentes. C'était un doux révolté mais qui continuait de croire que chez l'homme la raison triompherait un jour. Il est mort sans avoir atteint les «certitudes», mais il a montré le chemin à beaucoup d'autres. Le chemin de la lucidité dans la quête de la démocratie et du développement.

Claude Auroi

PS. Pour mémoire, ces quelques lignes de Meister rappelées par Olivier Corpet, directeur de la revue «Autogestion», en conclusion (dans «Libération» du 9 janvier dernier) d'un des rares hommages au chercheur parus ces derniers jours:

«Si vous pensez que le Système ne peut être amendé, mais qu'il devrait être complètement transformé, si vous pensez, par exemple, que le problème n'est pas de travailler moins mais de travailler avec plaisir et pour le plaisir et quand vous en avez envie, pas de posséder des choses mais de pouvoir les utiliser si le cœur vous en dit, pas de gagner plus mais d'oublier la notion même de gain et d'argent, pas de fonder et posséder une famille mais d'aimer... si vous pensez de telles horreurs vous n'avez d'autres possibilités que de prendre le contre-pied de ce qui est impliqué par le Système: aimer au lieu de haïr, donner au lieu de prendre, écrire avec des fautes plutôt que respecter l'orthographe, adopter au lieu de procréer, marcher au lieu de circuler, ne pas voter au lieu de tomber dans le piège de voter contre, ne pas posséder et donc ne rien avoir à déclarer, ne pas regarder la télé au lieu de la déclarer mauvaise, ne pas croire au lieu de bouffer du curé, ne pas écrire au lieu d'écrire des conneries (il vaut donc mieux que je m'arrête là, puisque, en tout état de cause, il est aussi préférable de vivre que d'écrire comment vivre).»

ÉDITEURS

Le «Tages Anzeiger» tient la corde

Depuis quelques années, le classement des grands éditeurs suisses restait immuable. Dans l'ordre (décroissant): Ringier, le groupe «Tages Anzeiger» et Jean Frey. Dans les milieux spécialisés, la tendance était à miser sur le dynamisme de Jean Frey («Weltwoche», etc.). Aujourd'hui, renversement des pronostics: les mêmes milieux voient le groupe du «Tages Anzeiger» gros comme une maison; de fait, l'éditeur du quotidien suisse le plus complet et le plus intéressant paraît avoir digéré les gros investissements techniques consentis depuis des années au point de se montrer le plus actif sur le marché des publications spécialisées.

Pendant ce temps, les grandes manœuvres se poursuivent, mais en coulisses. Ringier et Jean Frey, par exemple, ont liquidé les rapports croisés qui les unissaient et qui compliquaient l'analyse de leurs objectifs respectifs. Il s'agit essentiellement de l'abandon de la participation de Jean Frey à «Blick» (3%), Ringier se délestant de son côté à bon prix non seulement de sa part au capital de Jean Frey (17%) mais aussi à celui de la revue féminine «Annabelle» (46% — ces proportions ont paru dans la presse suisse alémanique après avoir été publiées dans la «Schweizerische Handelszeitung» du 7 janvier). En est-il résulté un besoin de liquidités pour Jean Frey? Toujours est-il qu'«Annabelle» vient d'être vendue au groupe de «Tages Anzeiger» qui venait du reste de se rendre acquéreur de la revue «Femina».

UNE REVUE FÉMININE

La concentration des publications «féminines» outre-Sarine s'en trouve telle (pour mémoire, «Annabelle», dans sa formule actuelle, est le résultat, médiocre, d'une fusion avec la rédaction de la défunte «Elle», version allemande) qu'on se demande si le terrain n'est pas préparé, à coup de centaines de milliers de francs, pour un seul magazine destiné aux femmes suisses. A charge pour ce rescapé de contrer la concurrence allemande fort variée et calculée sur mesure pour tous les «besoins»: jeunes femmes, femmes bien en chair, femmes en manque de rêves, et nous en passons. Une fois de plus, le marché helvétique dicte la loi de son exiguïté. Le salut passe-t-il par une expansion au-delà des frontières pour les entreprises de presse suisses?

Parallèlement, à une autre échelle, les difficultés s'accumulent et laissent présager d'autres restrictions: voyez les travailleurs du bois et du bâtiment (Fobb) qui devront selon toute probabilité se contenter d'un bi-mensuel syndical qui prendra la relève de l'hebdomadaire qu'ils connaissaient jusqu'ici. Difficultés financières obligent. La compression des budgets mènera-t-elle les syndicats sur

la voie d'une presse unifiée? En tout cas, l'analyse rationnelle des coûts et l'espoir d'une presse qui puisse enfin faire entendre sa voix comme elle le devrait, n'avaient jusqu'ici pas suffi à faire franchir ce pas.

ÉLITES VERTICALES

Le marketing Ringier en échec

Trois mois après le début de l'opération hebdos, Ringier publie donc, à usage interne, les premiers résultats commerciaux de la «Woche» et de «L'Hebdo»: 14 000 numéros vendus par semaine pour la première et 6000 pour le second, bilan à fin décembre 1981. Soit un million de francs de déficit par mois. Ces chiffres, connus depuis la rentrée, ont été portés à la connaissance du public à la fin de la semaine passée dans la «Basler Zeitung» par Jürg Frischknecht, qui ajoute que le total des abonnés ne dépasserait pas 1600.

Pour l'éditeur de «Blick», l'échec est manifeste en Suisse allemande. L'édition romande elle non plus n'a pas fait sa place au soleil, sans que cela soit aussi préoccupant: on sait que dans les plans de Ringier l'essentiel de l'opération se joue en allemand. Reflet de ce décollage manqué: une absence marquée d'enthousiasme des annonceurs (et tout particulièrement en Romandie).

FACE À L'AUTRE PRESSE

Contrairement à l'attente, les impressionnants moyens financiers déployés par Ringier — campagnes de promotion, sommaires des hebdos annoncés semaine après semaine dans la presse quotidienne — n'ont pas fait la différence. On mesurera l'ampleur de la déconvenue du plus grand éditeur suisse à travers une simple comparaison: l'hebdomadaire «Die Wochenzeitung», lancé en automne dernier par l'ancienne équipe de «Das Konzept» de façon pour le moins artisanale, enregistre lui aussi, à fin décembre 1981, une vente de plus de 14 000 exemplaires (rues et librairies: 4200; abonnements: 4189; kiosques: env. 6200).

Ringier s'était donné un délai de six à huit ans pour imposer ses produits, mais il ne fait aucun doute que, même si d'importants déficits ne lui font pas peur, la direction devra rectifier cette fameuse ambition de toucher une «élite verticale», jusqu'ici manifestement réticente (si on admet que cette «cible» existe). Le contenu journalistique des hebdomadaires en question sera-t-il infléchi jusqu'à séduire un public assez large pour garantir la réussite de l'entreprise (à la chasse aux acheteurs, Ringier — voir «Blick» — ne recule devant aucun sacrifice)?

En tout état de cause, sur un point au moins, la réaction de Ringier sera riche d'enseignements: la vente dans les kiosques. Les plans mis au point comportent en effet un important effort de redressement à ce chapitre. Intermédiaire obligatoire en Suisse romande: Naville et Kiosk AG, en mains de Lousonna SA comme chacun sait (paradoxalement, Lousonna SA, par le biais des Imprimeries Réunies qui assurent la composition de «L'Hebdo» depuis quelques semaines, est jusqu'ici seule à tirer bénéfice de l'affaire).

A n'en pas douter, Naville sera invité à assurer une promotion encore plus importante de «L'Hebdo», une publication qui n'est ni de bon rapport ni particulièrement prisée, on le sait aujourd'hui. Quelle va être la réponse de ce distributeur tout-puissant dans les cantons romands? Un client de moindre poids serait poliment renvoyé aux chiffres de vente, au nombre effrayant des revues de tout poil qui se disputent les devantures, bref à l'impossibilité de poursuivre un effort en contradiction des règles purement commerciales qui dictent l'ordonnance des kiosques. Mais là, il s'agit de Ringier: Naville se risquera-t-il à faire une exception, c'est-à-dire à abuser de sa situation de monopole et finalement à intervenir activement sur la formation de l'opinion de ses clients, en vertu des rapports de bon voisinage de deux géants de l'imprimé helvétique? C'est peu dire qu'il s'agit là d'une affaire à suivre.

GENÈVE

Grand nettoyage

Au début décembre, les fidèles lecteurs de la «Feuille d'avis officielle de la République et canton de Genève» ont pu observer une brusque augmentation du nombre des autorisations de construire délivrée par le Département des travaux publics. Diligence dictée par le souci de M. Jaques Vernet (libéral) de ne pas encombrer de vieux dossiers son successeur Christian Grobet (socialiste), ou crainte de voir le nouveau chef de département appliquer plus strictement les règlements en vigueur? La question est légitime quand on sait que sous le règne Vernet plusieurs décisions ont été prises — surélévation de bâtiments dans la vieille ville, démolition et reconstruction sur les quais malgré le plan de site de la rade — qui ont prêté à discussion. Et c'est là un euphémisme. Ce n'est pas l'Association Art public qui nous contredira, elle qui récemment a fait opposition dans les délais à une demande de démolition (rue d'Italie, pour ceux qui connaissent Genève) et s'est vue prier de renoncer à son action, l'autorisation ayant déjà été accordée. Bizarre. Vous avez dit bizarre?

MACHOS

La flèche qui monte

On sait que le symbole masculin est une flèche qui monte en diagonale. Et c'est précisément ce symbole que, dans le canton de Vaud tout au moins, les partis radicaux et libéraux utilisent pour lancer leur campagne électorale.

La force, le dynamisme, c'est donc ça.

Le nouvel article constitutionnel sur l'égalité des sexes n'a pas encore touché l'inconscient des publicistes des partis de droite.