

**Zeitschrift:** Domaine public  
**Herausgeber:** Domaine public  
**Band:** - (1983)  
**Heft:** 676

## Titelseiten

### 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:** 30.01.2025

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

J. A. 1000 Lausanne 1

Hebdomadaire romand  
N° 676 17 mars 1983  
Vingtième année

Rédacteur responsable:  
Laurent Bonnard

Le numéro: 1 franc  
Abonnement  
pour une année: 55 francs

Administration, rédaction:  
1002 Lausanne, case 2612  
1003 Lausanne, Saint-Pierre 1  
Tél. 021 / 22 69 10  
CPC 10-155 27

Imprimerie des Arts et Métiers SA

Ont collaboré à ce numéro:  
François Brutsch  
Marcel Burri  
André Gavillet  
Yvette Jaggi  
Pierre Lehmann  
Charles-F. Pochon  
Victor Ruffy

Points de vue:  
Hélène Bezençon  
Jeanlouis Cornuz  
Catherine Dubuis  
Gil Stauffer  
Daniel Winterregg

## Faites vos jeux!

La «Tribune-Le Matin» et «La Suisse» sur les traces de «Blick» dans la fièvre du Bingo. La décision des deux éditeurs romands, Nicole à Genève et Lamunière à Lausanne — pas de monopole de ce côté-ci de la Sarine: concurrence sauvage ou complicité? — de lancer ce jeu ne surprendra pas: les spécialistes de Ringier qui ont inauguré la formule en Suisse ne conviennent-ils pas que l'expérience est particulièrement rentable pour des journaux genre «feuille de boulevard», de préférence à diffusion plurirégionale, et comptant plutôt sur des acheteurs au numéro?

Et en effet, si MM. Nicole et Lamunière ne craignent pas pour l'image de marque de leurs quotidiens respectifs, ils sont en droit d'attendre du Bingo de substantielles retombées côté tirage: «Blick», qui a largement dépassé le cap des 300 000 acheteurs par jour, en a comptabilisé 10 à 15% de plus grâce au Bingo! Jamais une offensive «rédactionnelle» — et on sait pourtant que Ringier ne lésine pas sur les moyens lorsqu'il s'agit de séduire des acheteurs — n'avait provoqué un tel bond en avant. Bien sûr, les sommes offertes aux gagnants par Ringier (vingt fois 20 000 francs pour cette deuxième tranche) sont plus considérables que celles proposées par «La Suisse» et la «TLM» qui sont tenues à une certaine mesure en la matière, en vertu d'un accord entre éditeurs; mais qu'importe l'appât, le «succès» commercial semble bel et bien programmé d'avance<sup>1</sup>.

Pour le reste, avec l'avènement du Bingo, le ménage de la presse se complique encore. La vente du journal aux annonceurs pesait déjà d'un poids beaucoup plus lourd dans les budgets que la vente aux lecteurs. Aujourd'hui, la vague des bingo-teurs

va permettre de relativiser encore davantage l'importance de la qualité du produit journalistique: si le tirage se porte bien, sera-ce dû au succès des concours ou au travail des journalistes? et si les temps deviennent plus difficiles, sabrera-t-on dans les postes rédactionnels ou dans les dizaines de milliers de francs consacrés aux joueurs? A «Blick» en tout cas, où on n'a jamais fait un drame pour une erreur commise par un journaliste, le responsable de l'édition a un seul souci, une véritable obsession jusqu'au dernier bon à tirer: si un numéro faux se glissait dans le Bingo quotidien?

L. B.

<sup>1</sup> A Londres et à New York, le succès a été le même: extraordinaire, au point que les journaux qui se sont embarqués dans l'aventure n'ont plus pu se passer de cet appoint à leurs ventes traditionnelles et que leurs concurrents en ont été réduits à publier les numéros à titre d'information (ces jours-ci, «Blick» en est encore à publier à ses frais, dans les pages d'annonces du «Tages Anzeiger», les résultats de son Bingo).

### ENTREPRISES

## Cette information venue d'ailleurs...

Les Ateliers des Charmilles ont été rachetés par Georg Fischer, entreprise métallurgique de Schaffhouse.

Cette information, nous avons pu la lire le 1<sup>er</sup> mars dans la presse genevoise. Dans la «Tribune de Genève», cinquante lignes signées de J.-M. Laya qui, «faute d'informations précises», fait référence à une information de la «Neue Zürcher Zeitung» sur l'existence d'un accord provisoire entre Charmilles et Georg Fischer. Le 3 mars, toujours dans la «Tribune de Genève», un tiers de page

SUITE ET FIN AU VERSO