

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 23 (1986)
Heft: 836

Rubrik: Droit de réponse

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: 13.05.2025

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

DROIT DE REPONSE

(*réd*) Suite à l'article d'Ernst Bollinger paru dans DP 835, deux éditeurs romands, MM. Marc Lamunière, président, administrateur-délégué de 24 Heures société d'édition SA et Gérard Sapey, directeur et éditeur de la Tribune de Genève ont tenu, en vertu du droit de réponse, à faire paraître dans nos colonnes les deux textes ci-dessous :

L'article de votre correspondant, Ernst Bollinger, sur la "Presse quotidienne lémanique", publié dans votre édition du 9 octobre 1986, ne peut être laissé sans réaction. Bien que tout - nous disons bien tout - ce que ce "papier" contient soit totalement dénué de fondement, il ne nous appartient pas de corriger ce qui touche d'autres éditeurs, qui réagiront peut-être pour leur part. Mais, s'agissant du *Matin*, nous tenons à préciser que, contrairement aux insinuations de M. Bollinger, ses ventes nettes ont progressé de 11,6% en deux ans, marquant ainsi la plus forte avance de la presse romande quotidienne. Quant au supplément *Télé-Top-Matin*, les résultats réalisés jusqu'à ce jour dépassent nos prévisions les plus optimistes. Un mot encore sur les prévisions de M. Bollinger relatives au proche avenir des grands quotidiens romands, qui relèvent de la plus absurde science-fiction.

LE MATIN

Permettez-nous de vous exprimer notre étonnement à la lecture de l'article que Monsieur Ernst Bollinger a consacré à la presse quotidienne lémanique dans votre numéro du 9 octobre. Nous laissons naturellement à votre collaborateur la pleine responsabilité de ses "prédictions" quant à l'avenir de la presse romande. En revanche, concernant *Télé Top Matin*, le magazine de télévision que nous coéditons avec notre confrère lausannois, nous pouvons vous affirmer que nous sommes pleinement satisfaits de son succès auprès du public, puisque nos ventes du samedi ont progressé de 20%. C'est, vous en conviendrez, une belle performance pour une publication dont *Domaine Public* écrit qu'elle "est en train de perdre la bataille ...". A ce sujet, nous nous étonnons également que l'auteur, qualifié par d'aucuns de "spécialiste de la presse", n'ait pas jugé opportun de nous questionner, comme nous l'enseignons aux jeunes journalistes en première année de stage. En vous remerciant de bien vouloir porter ces lignes à la connaissance de vos lecteurs.

Gérard Sapey

PRIX A LA CONSOMMATION

Le mécanisme du cliquet

(*yj*) Les consommateurs sont bien bons. Ils consomment à tout va, soutenant ainsi à la fois le produit national brut et la conjoncture, et cela même si les vendeurs ne consentent pas toutes les réductions que devraient provoquer à elles seules deux chutes importantes : celle du pétrole et celle du dollar.

En Suisse comme ailleurs, la consommation des ménages représente la principale composante de la demande intérieure. Autant dire que l'humeur plus ou moins dépensière des consommateurs exerce une influence déterminante sur la conjoncture, dont elle constitue d'ailleurs l'un des plus fidèles baromètres.

Ces dernières années, les consommateurs ont fait leur part. En termes réels, leurs achats de biens et de services ont certes progressé moins vite que l'ensemble du produit national brut en 1984 et 1985, mais la consommation des ménages reste le plus solide support de la conjoncture. Et cela semble devoir rester le cas au-delà du 1er octobre, échéance qui a provoqué un véritable boum sur les marchés des biens durables - comprenez les véhicules à moteur neufs sans catalyseur. En effet, d'après la plus récente des enquêtes sur les intentions d'achats, "l'indice du climat de consommation" demeure bon et la disposition à consommer se maintient à un haut niveau, quoique légèrement inférieur à celui du 1er trimestre de cette année, le plus optimiste de la décennie.

Là où le consommateur n'est plus roi

Le zèle des consommateurs est d'autant plus remarquable que les vendeurs ne vont guère à leur rencontre en répercutant les baisses spectaculaires enregistrées sur les marchés internationaux. La réduction du prix du pétrole, ainsi que la chute du cours du dollar devraient provoquer des réductions en chaîne sur les

tarifs aériens, les prix des agents énergétiques (en particulier du gaz, indexé sur le pétrole), des automobiles américaines, et finalement de l'ensemble des produits importés. Or ces derniers baissent d'autant moins vite qu'on se rapproche du consommateur final. Entre janvier et août de cette année par exemple, les prix des produits importés ont diminué de 8,8% au niveau de la vente en gros, et de 5,3% seulement chez les détaillants.

On retrouve là le mécanisme bien connu du cliquet ou, en termes moins imagés, le phénomène classique de la non répercussion intégrale des baisses de prix à l'importation, auquel correspond symétriquement la répercussion, généralement totale et immédiate, des augmentations. A chaque fois, les réductions de tarifs douaniers, les baisses de taux de change ou les chutes de cours des matières premières sont en partie confisquées par les importateurs, ou les revendeurs en Suisse, qui profitent de l'occasion pour procéder à de mystérieuses compensations - en fait pour améliorer leurs marges commerciales.

A noter que les importateurs-grossistes et autres détaillants sont en bonne compagnie. Les cafetiers-restaurateurs ont aussi l'art de monter les prix des consommations sous les prétextes apparemment les moins futiles, et de perdre ensuite la mémoire. On se souvient qu'en 1981 les "cartes" ont été réimprimées avec des hausses allant jusqu'à 10% ; justification alors donnée : l'augmentation des frais de chauffage et d'éclairage montés de 57% l'année précédente. Aujourd'hui ces mêmes frais sont à la baisse de 30,4% depuis un an (de 48,9% même pour le mazout), mais on n'entend plus rien.

Monsieur Prix fait ce qu'il peut ...

Pas étonnant, dans ces conditions, que le café crème figure en bonne place parmi les quelques 130 annonces reçues en un peu plus d'un