

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (2015)
Heft: 2092

Artikel: Presse : bizarre jeu de billard : les médias entre publicitaires, journalistes et le public
Autor: Tille, Albert
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1017377>

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: 06.02.2025

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

permettent pas de tels calculs, mais autorisent diverses observations. Ainsi, les neuf sections cantonales sur 25 du PLR qui publient leur budget de campagne prévoient de dépenser à elles seules 2,1 millions de francs, soit plus de la moitié de tous les partis cantonaux du PS.

Pour le canton de Zurich, où la campagne s'annonce particulièrement coûteuse en raison de la concurrence générale et du double renouvellement au Conseil des Etats, le PS prévoit de dépenser 600'000 francs, soit 15% de tous ses budgets cantonaux, et Les Verts 280'000, une proportion analogue. Silence total du côté du PDC ainsi que du PLR et de l'UDC, sans doute bien décidés à payer le prix fort pour garder la haute main sur leur fief cantonal traditionnel.

L'attitude des candidats à

l'égard de «*l'argent de la politique*» demeure très ambiguë: une minorité d'entre eux annoncent leur investissement personnel (de quelques centaines à près de cent mille francs) tandis que les deux tiers des candidats au Conseil national et près de 60% des prétendants au Conseil des Etats se prononcent carrément – ou plutôt – en faveur d'une loi sur la transparence du financement des partis et des campagnes en vue d'élections ou de votations.

Jusqu'ici, toutes les interventions faites pour introduire une telle législation ont échoué devant le parlement. Y compris l'[initiative parlementaire](#) déposée par Roger Nordmann en mars 2006. Le socialiste vaudois demandait une transparence totale sur les sources de financement des acteurs politiques: partis,

comités de campagne, organisations pratiquant le lobbying politique, sans oublier, bien sûr, les candidats aux élections. En commission comme au plénum, cette proposition de légiférer, au besoin sur une base constitutionnelle à créer, a été [repoussée](#) à une majorité relativement étroite – mais bien décidée – issue des rangs bourgeois.

Au début de la prochaine législature, on saura si les [deux motions](#) des Verts, déposées le 19 juin dernier pour encourager la publication des budgets des partis et des campagnes, connaîtront un meilleur accueil aux Chambres qu'auprès du Conseil fédéral, lequel en propose sèchement le rejet pur et simple.

Pour l'heure, la Suisse reste en tout cas le seul pays d'Europe à ne pas avoir de loi nationale sur le financement des partis.

Presse: bizarre jeu de billard

Les médias entre publicitaires, journalistes et le public

Albert Tille - 13 septembre 2015 - URL: <http://www.domainepublic.ch/articles/28046>

Agréable surprise pour les journalistes alémaniques et tessinois. Schweizer Medien, l'association patronale des éditeurs, leur propose de [conclure une convention collective](#), ce qu'elle leur refusait depuis une longue décennie.

Origine de cette volte-face: un accord publicitaire entre Ringier, la SSR et Swisscom. Pour comprendre, suivons ce cheminement, curieux comme celui d'une balle de billard.

Au milieu de l'été donc, Ringier, le deuxième plus grand éditeur de Suisse, décide

de créer, avec Swisscom et la SSR, une [société](#) chargée de gérer l'offre publicitaire multimédia. Cette option a notamment pour objectif de répondre à la concurrence de Google et de Facebook qui concentrent la moitié de la publicité numérique en Suisse.

La nouvelle société, déclare le patron de Ringier, pourrait s'ouvrir à tous. Cette offre reçoit un premier accueil positif de la part d'Hanspeter Lebrument, président de Schweizer Medien et des associations de journalistes.

Puis les choses se gâtent. Pietro Supino, président de Tamedia, premier éditeur de Suisse, met toute son ardeur à convaincre l'association des éditeurs de s'opposer à l'accord publicitaire de Ringier. C'est en tout cas ce qu'affirme dans son édition alémanique le magazine édité par les trois syndicats de journalistes [Edito+Klartext](#).

La ferme attitude du patron de Tamedia ne surprend pas. C'est lui qui veut priver la SSR de toute publicité ([DP 2075](#)). De plus, la mésentente personnelle entre les deux plus grands éditeurs ne date pas d'hier. Ringier décide alors de [quitter](#)

Schweizer Medien.

Ce divorce des éditeurs ne semble pas impressionner les journalistes alémaniques. Edito+Klartext entrevoit même, dans la rupture de l'opposition frontale entre la SSR et les éditeurs, une ouverture possible dans le débat sur l'avenir des médias suisses

La querelle entre les deux géants alémaniques inquiète en revanche les journalistes de Suisse romande. Ils sont au bénéfice d'une convention collective signée avec l'association Médias Suisses. Or Ringier quitte également cette association des éditeurs francophones. La convention collective romande pourrait donc se trouver menacée, ce que craint le syndicat [impresum](#) et que regrette lui-même [Daniel Pillard](#), le directeur de Ringier Romandie.

Mais, dernier rebond en date, les éditeurs alémaniques proposent, au contraire, de [renouer avec le partenariat social](#) par une convention collective. C'est Pietro Supino, encore lui, qui a fait ce geste pour montrer que les éditeurs sont de bons employeurs. Une manière de se racheter une vertu.

Un fait pourrait changer le jeu et animer encore le débat sur l'avenir des médias suisses. La [Commission de la concurrence](#) a décidé de procéder à un examen approfondi du projet de création de la société publicitaire réunissant Ringier, la SSR et Swisscom. Cette nouvelle entité pourrait occuper une position dominante dans l'acquisition publicitaire. La Comco a quatre mois pour se prononcer sur une acceptation, une modification du projet ou son interdiction pure et simple.

L'interminable et douloureux feuilleton de l'amiante

Les autorités suisses n'ont reconnu que tardivement le danger

Jean-Daniel Delley - 09 septembre 2015 - URL: <http://www.domainepublic.ch/articles/28026>

En Suisse, la prise de conscience des dangers de l'amiante pour la santé publique a beaucoup tardé. Une table ronde réunissant les milieux intéressés et un arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme devraient enfin régler la question des indemnités aux victimes.

L'an passé, [les juges de Strasbourg](#) ont condamné la Suisse: pas question de se réfugier derrière un délai de prescription de 10 ans pour refuser d'indemniser la famille d'une victime de l'amiante, alors que les effets de ce matériau hautement cancérigène n'apparaissent en

moyenne qu'après 30 ans. Le Tribunal fédéral a dès lors suspendu la cause dans l'attente des résultats de [la table ronde](#) organisée par le Conseil fédéral.

La législation toujours en retard sur les résultats