



PRESSE SUISSE

SCHWEIZER PRESSE | STAMPA SVIZZERA | SWISS PRESS

info 155

septembre 2006

SOMMAIRE

1	Via associative
2	Presse romande
6	Presse suisse
7	Presse internationale
8	Autres médias
10	Publicité
11	Bibliographie
13	Statistiques

Impressum

PRESSE SUISSE-Info : Bulletin officiel de PRESSE SUISSE -
Association de la presse suisse romande
Av. de Florimont 1, 1006 Lausanne

Tél. : 021 343 40 90 - Fax : 021 343 40 99

Rédaction : Alfred Haas (rédacteur responsable)

Copyright : Reproduction autorisée avec mention de la source

VIE ASSOCIATIVE : négociation contractuelle

RÉCAPITULATION DE NOTRE OFFRE A impressum QUI SOUMETTRA CE PROJET À SA « BASE » D'ICI LE 28 SEPTEMBRE 2006

Le 4 septembre la délégation PRESSE SUISSE aux pourparlers contractuels a formulé son offre définitive à impressum. Sans commentaire, nous la récapitulons ici :

1. Paliers et salaires minima

- 1 – 5^{ème} année Fr. 5'700.00
- 6 – 9^{ème} année Fr. 6'800.00
- Dès la 10^{ème} année Fr. 7'300.00
- Dès la 14^{ème} année Fr. 7'800.00

2. Indexation automatique des minima disparaît (= plus de solution de branche) au profit des négociations dans les entreprises sur les réels. Modalités :

- Oui au terme « *négociations* » si processus bref, rapide, direct, etc.
- Participation de l'ensemble des personnels de l'entreprise
- Liste exemplative de critères objectifs
- Pas d'arbitrage : échec ou réussite
- Pas d'audit des chiffres par un tiers
- Présence syndicale uniquement sur demande et après approbation par la direction

3. Négociation entre partenaires sociaux sur les paliers des minima tous les 3 ans et/ou si le renchérissement 5%. Modalités

- Pas d'arbitrage d'un tiers en cas d'échec des négociations
- Prise en compte des adaptations internes au moment de l'adaptation des paliers.
- Libres : maintien de l'adaptation annuelle des minima des libres à l'IPC.

4. Adaptation à la Loi sur le Travail (LTr)

- Nous avons retiré cette demande.

5. Respect de la CCT : engagement formel par impressum incontournable (= pas de débrayages et autres durant la validité de la CCT)

6. Autres

- Registre Professionnel (RP) : plus de rigueur concernant l'attribution
- Gel des contributions FC au vu de l'importance des fonds

PRESSE ROMANDE

Edipresse Suisse renforce ses deux pôles éditoriaux

Dans le but de simplifier sa structure et d'améliorer son efficacité, Edipresse Suisse a décidé de renforcer ses deux pôles éditoriaux. Le Groupe « Matin & Magazines » dirigé par Théo Bouchat d'une part, et le Groupe « Publications régionales » placé sous la responsabilité d'Eric Hoesli d'autre part, se verront attribuer un pouvoir de décision et une autonomie élargis.

Cette décision de principe a pour conséquence d'attribuer à l'un ou l'autre pôle éditorial certaines équipes et ressources de l'actuel département commercial qui n'existera plus sous sa forme actuelle. Certaines activités communes, telle que la Diffusion, sont désormais rattachées au département « Services et Imprimeries » qui s'élargit sous la direction de Michel Berney.

Philippe Gendret, actuel directeur commercial, rejoint le groupe « Matin & Magazines » en qualité de directeur adjoint, directement rattaché à Théo Bouchat. Dans ce poste-clé, nouvellement créé, il assumera des missions à la fois stratégiques et opérationnelles. De plus, il continuera à piloter des projets stratégiques pour l'ensemble de l'entreprise.

Suite à ces différentes décisions, le comité de direction d'Edipresse Suisse présidé par Tibère Adler réunira Théo Bouchat (pôle éditorial « Matin et Magazines »), Eric Hoesli (pôle éditorial « Publications régionales »), Michel Berney (Services & Imprimeries) et Nour Avrany (Finances, Ressources humaines et Administration).

Presse locale vaudoise : les avis d'enquêtes restent publiés

Les députés vaudois ont refusé la suppression de la publication des avis d'enquête dans les journaux locaux et la *Feuille des avis officiels (FAO)*. Le député J.-Cl. Piguet, directeur du *Journal de Ste-Croix*, cité par l'ATS, affirme que

« supprimer ces parutions dans la presse locale entraînerait un déficit démocratique évident ».

Le Conseiller d'Etat J.-Cl. Mermoud a rappelé que ces publications ont un coût. A ses yeux, Internet est incontournable.

Chiffres noirs pour Edipresse

Après une perte en 2004, Edipresse a annoncé un bénéfice net de 37.5 millions de francs pour un chiffre d'affaires de 894.4 millions en 2005. Pour la première fois, de plus gros revenus ont été dégagés par ses magazines étrangers que par ses quotidiens suisses.

Rhône Média élargit son conseil d'administration

La société Rhône Média, actionnaire majoritaire du *Nouvelliste*, a élargi son conseil d'administration de quatre à huit membres. Pour la première fois, le conseil s'est ouvert au Haut-Valais avec l'arrivée de deux nouveaux membres.

Vente d'espaces publicitaires bidons

Plusieurs entreprises du canton de Fribourg et du Jura ont été victime d'une arnaque de la part d'une société belge. Prétextant la vente d'espaces publicitaires, la société HIM SA à Bruxelles a fait pression sur les victimes en leur réclamant plusieurs milliers de francs en tant que paiement pour des espaces publicitaires dans un guide n'existant pas.

Le Courrier : démission du rédacteur en chef

Le rédacteur en chef du *Courrier*, Marco Gregori, quittera son poste à fin 2006. Après 12 ans au sein de la rédaction, il quitte le journal suite à des « des impératifs familiaux ». Sous sa direction, le quotidien a étoffé son offre rédactionnelle et de nouvelles rubriques ont vu le jour.

Le Confédéré change de statut juridique

Le plus ancien titre de la presse Valaisanne et organe du PRD, jusqu'alors coopérative, s'est transformé en société anonyme. Le groupe de presse français Hersant détient 12 % des actions, pourcentage identique à Jean-Marie Fournier, président de Rhône Média. 70% du capital actions reste en mains radicales. Adolphe Ribordy, rédacteur en chef, a assuré que « le journal restera attaché aux valeurs humanistes et à la pensée libérale ».

Tribune de Genève : analyse les habitudes de ses lecteurs

La TG a analysé les habitudes de lecture de ses lecteurs réguliers. Pour ce faire, a été utilisée la méthode « Readerscan » mettant à contribution un panel représentatif de 120 personnes marquant chaque article parcouru au moyen d'un stylo électronique.

Cette étude permettra d'obtenir des informations sur l'opération de la navigation visuelle sur la page et ainsi déterminer l'importance des photos, légendes, titres et sous-titres. Les résultats seront utilisés dans le projet de refonte du titre qu'Edipresse souhaite lancer cet automne.

Renforcement pour Le Matin dimanche

L'ancienne rédactrice en chef de *Saturne* et de *L'Hebdo* a rejoint *Le Matin dimanche* au 1^{er} septembre. Cet engagement s'inscrit dans le lancement de la nouvelle formule du journal dominical romand qui veut, entre autres, mieux refléter les sensibilités féminines. Michel Danthe, rédacteur en chef, souhaite que la nouvelle formule « augmente la résonance » du titre et « rende cette plateforme dominicale incontournable ».

Condamnation de syndicalistes dans le blocage des Presses centrales lausannoises

Quatre syndicalistes de Comedia, le syndicat de la production, ont été

condamnés par le Tribunal de Police pour contrainte lors du blocage en 2001 de l'*Agefi*, alors imprimé par les Presses Centrales Lausanne.

Ces condamnations font suite à la dénonciation par l'imprimerie du contrat collectif de travail. Le jugement a estimé que leur action est devenue illicite au moment de l'intervention de la police, le principe de proportionnalité n'ayant pas été respecté.

La presse régionale doit se réinventer

Dans un entretien avec l'ATS, Eric Hoesli (Edipresse) affirme que les journaux régionaux doivent se réinventer et miser sur leur fonction de service. Selon lui, les régionaux n'ont que très peu évolué, leur attrait de proximité n'est plus suffisant pour se profiler dans un paysage médiatique en mutation. Les journaux devront se former aux nouvelles technologies et ainsi profiter des perspectives qu'elles offrent. Enfin, les journalistes eux-mêmes devront s'adapter plus fortement à leur lectorat.

Sortie de presse de La Région Nord vaudois

Lancé au mois d'avril, *La Région Nord Vaudois*, nouveau bihebdomadaire distribué tous ménages le jeudi et vendu sur abonnement et en kiosque le mardi se consacre principalement à l'actualité régionale. Il couvre les districts d'Yverdon, d'Orbe, de Grandson et de la vallée de Joux. Le directeur et rédacteur en chef en est Isidore Raposo.

Banco : dix ans d'existence !

Le magazine financier indépendant *Banco* fête ses dix ans. A cette occasion *Banco* a présenté une nouvelle maquette de couverture. Son lectorat se partage entre gestionnaires de fortune, responsables de caisses de pensions et investisseurs privés.

La Liberté, La Gruyère et les Freiburger Nachrichten imprimées à Vernier

Pendant quatre mois environ, *La Liberté, La Gruyère et les Freiburger Nachrichten* seront imprimées à Vernier (GE). Motif : modernisation de la rotative de l'Imprimerie St-Paul de Fribourg. La rotative Edipresse de Vernier a été louée à St Paul ; elle sera ensuite vendue dans un pays de l'Est.

Chaque nuit, entre 20 à 25 collaborateurs de St Paul effectuent le voyage de Vernier en car pour imprimer les journaux.

Service régional Arc lémanique (SRAL) de l'ATS

Ce service apportera des informations détaillées sur des événements se déroulant dans le bassin lémanique. Il porte sur les faits et gens qui font l'Arc lémanique, des activités culturelles et des faits divers. Ces nouvelles tâches impliquent le renforcement des équipes et des budgets rédactionnels.

24 Heures : démission de Jacques Poget et nouvelle rédaction en chef

Jacques Poget a mis fin à ses activités le 9 septembre. Il a notamment mené à bien la nouvelle formule « vaudoise » du journal, déclinée en quatre éditions. Lui a succédé Thierry Meyer qui est assisté de Jean-Marc Sandoz, rédacteur en chef adjoint de *24 heures*.

Dominique von Burg (TG) retourne sur le terrain

Dominique von Burg quittera ses fonctions de rédacteur en chef de la *Tribune de Genève*. Il a dirigé le journal

depuis l'été 2000 et a ainsi mené à bien la dernière refonte de la maquette (novembre 2004). Il continuera à œuvrer au sein de la rédaction comme rédacteur d'enquêtes locales.

Impression : rapprochement Edipresse (IRL), Ringier et NZZ

La Commission de la concurrence a approuvé la collaboration entre Edipresse, Ringier et NZZ dans le domaine des imprimeries de labour. Les IRL pourront ainsi rejoindre le groupe « Swiss Printers ». Edipresse sera présent pour 16% dans le capital, Ringier Holding à 58,8 % la *Neue Zürcher Zeitung* à 25,2 %. Les centres d'impression de Vernier et de Bussigny ne sont pas concernés par cet accord.

Bilan : nominations

Stéphane Benoit-Godet, rédacteur en chef adjoint, a été nommé à la rédaction en chef du bimensuel *Bilan* (Edipresse). Il succède à Olivier Toublan qui quitte le magazine pour rejoindre Edipresse Asie afin de développer de nouveaux projets éditoriaux. Stéphane Benoit-Gobet sera, quant à lui, remplacé par Pascal Vuistinier, journaliste au *Nouvelliste* puis à *Bilan* depuis 2005.

La Côte : nouveau rédacteur en chef

Pour des raisons de santé, Philippe Villard qui avait succédé à M. Vallat, a demandé à être relevé de ses fonctions. Lui succède Thierry Peitrequin, responsable de *TVPlus*.

REMP : lectorat suisse 2006

Après un recul marqué en 2004 et 2005, *L'Illustré* et *L'Hebdo* poursuivent leur redressement amorcé début 2006. Du côté alémanique, plusieurs hebdomadaires sont à la baisse, selon l'étude MACH Basic 2006-2 de la REMP.

L'Illustré a gagné 13'000 lecteurs à 366'000 et *L'Hebdo* 7'000 à 217'000. *Femina* a en revanche perdu 15'000 lecteurs pour passer à 464'000.

Bilan a perdu 8'000 lecteurs à 116'000, mais les chiffres ne sont pas comparables avec les précédents en raison de son passage à un rythme de deux parutions mensuelles. *PME Magazine* est en légère perte de vitesse (- 4'000 à 56'000).

Du côté des magazines TV, *Télétop* perd 14'000 lecteurs pour atteindre 476'000. En revanche, *TV Guide* (+ 3'000 à 347'000) et *TV 8* (+ 1'000 à 212'000) sont stables.

Quotidiens	Pénétration (sept. 2006)	Pénétration (mars 2006)	Variation (en milliers)
1. 20 Minuten	1'116 mio	1.039 mio	+ 77'000
2. Blick *	715'000	727'000	- 1'000
(Suisse romande)	13'000	14'000	- 1'000
3. Tages-Anzeiger	551'000	576'000	- 25'000
4. Mittellandzeitung	449'000	391'000	+ 58'000
5. Berner Zeitung	392'000	403'000	- 11'000
6. Le Matin	338'000	363'000	- 25'000
7. NZZ*	312'000	330'000	- 18'000
(Suisse romande)	5'000	7'000	- 2'000
8. NLZ	294'000	297'000	- 3'000
9. 24 Heures	260'000	273'000	- 13'000
10. Die Südostschweiz	245'000	255'000	- 10'000
▪ La Tribune de Genève	175'000	177'000	- 2'000
▪ Le Temps*	125'000	125'000	(stable)
(Suisse alémanique)	12'000	14'000	- 2'000
▪ Le Nouvelliste	109'000	108'000	+ 1'000
▪ La Liberté*	91'000	90'000	+ 1'000
(Suisse alémanique)	8'000	6'000	+ 2'000
Presse dominicale			
1. SonntagsBlick*	997'000	998'000	- 1'000
(Suisse romande)	19'000	19'000	(stable)
2. SonntagsZeitung	809'000	824'000	- 15'000
3. Le Matin dimanche	581'000	606'000	- 25'000
4. NZZ am Sonntag*	453'000	466'000	-13'000
(Suisse romande)	12'000	14'000	- 2'000

* lectorat en Suisse romande et en Suisse alémanique cumulé

PRESSE SUISSE

Lancement d'un quotidien gratuit le soir

Au mois de mai, Ringier a lancé un quotidien gratuit distribué dès 16 heures dans les villes de Berne, Bâle et Zürich. Seul quotidien du soir en Suisse, *Heute*, paraît au format tabloïd ; il y propose des nouvelles « people », des informations pour sortir et les programmes télé. Le public-cible visé est celui des jeunes de 18 à 35 ans, de milieu urbain, pendulaires mais sur le chemin du retour.

Après trois mois d'existence, Ringier tire un « bilan satisfaisant » et s'est fixé un objectif de tirage de 200'000 exemplaires.

La *Weltwoche* reprise par Roger Köppel

Dès 2007, 60% des actions du magazine seront en main de Köppel. Il sera à la fois l'éditeur et le rédacteur en chef. Jean Frey SA conservera une minorité de 40 %.

Jean Frey SA ne prévoit pour l'heure pas d'autres changements que cette vente partielle de la *Weltwoche*.

Développement des pages régionales de la *Basler Zeitung*

En complément à son cahier régional sur Bâle-Ville et l'ensemble de la région bâloise, le quotidien alémanique *Basler Zeitung* proposera un nouveau cahier consacré à Bâle-Campagne. De plus, une édition gratuite sera distribuée le vendredi.

Promotion (écologique et sociale) de la presse stoppée

Cinq triporteurs sillonnent la ville de Zurich jusqu'à fin septembre proposant une quarantaine de magazines et journaux aux passants. Ce projet-pilote intitulé « *Swiss Press Bike* » emploie vingt bénéficiaires de l'aide sociale. Faute de succès, il a été prématurément mis fin à l'expérience.

Chiffres 2005 et 1^{er} semestre 2006 en hausse pour Tamedia

Le groupe de presse alémanique Tamedia a publié une hausse de 50,9 % de son chiffre d'affaire à 95,1 millions 2005. Le secteur des journaux a enregistré une progression de 29,6 % de chiffre d'affaires alors que le secteur magazines a accusé un recul de 3,6 %.

Au cours du premier semestre, le chiffre d'affaires et le bénéfice ont progressé. Le résultat net a été de 52,3 millions de francs (ou + 25,1 % par rapport à 2005). Le chiffre d'affaires a progressé de 14,2 % à 366,5 millions de francs.

Cependant, pour faire face au recul des annonces publicitaires, le groupe de presse alémanique Tamedia supprimera 25 emplois au cours des douze prochains mois.

Inauguration du nouveau centre de presse du Palais fédéral

Suite à la votation des Chambres fédérales souhaitant disposer de plus de place pour l'administration et les parlementaires, le nouveau centre de presse du Palais fédéral a été inauguré le 23 juin dernier. Considéré par certains comme « une rupture du processus de proximité » en quittant l'intérieur du Palais Fédéral pour s'installer en face, ce centre, « cathédrale de l'audiovisuel », pourra accueillir au total 370 professionnels des médias.

Lancement de la *Südostschweiz am Sonntag*

Le quotidien *Südostschweiz* a lancé un nouveau journal dominical en Suisse alémanique. La *Südostschweiz am Sonntag* mettra l'accent sur sa région se démarquant ainsi des trois autres journaux édités à Zürich (*SonntagsZeitung*, *NZZ am Sonntag* et *SonntagsBlick*). L'équipe du journal a été renforcée d'une dizaine de postes afin d'assurer cette parution hebdomadaire.

L'éditeur de l'année est argovien. Ses chiffres en hausse

S*chweizer Journalist* a désigné Peter Wanner « éditeur de l'année ». Le père de la « *Mittelland Zeitung* », qui rassemble cinq et bientôt six quotidiens alémaniques, est le premier éditeur à recevoir ce prix. Wanner a réussi à créer avec succès un modèle de développement pour les journaux régionaux, qui leur assure également leur indépendance (NB : *Aargauer Zeitung, Limmattaler Tagblatt, Solothurner Zeitung, Oltenener Tagblatt et Zofinger Tagblatt*).

Le groupe AZ Medien a annoncé une hausse de 5 % de son bénéfice d'exploitation, à 175 millions de francs pour 2005 due à une réduction des dépenses de personnel et, pour la première fois, à une contribution des médias électroniques (Radio Argovia, Tele M1 et Tele Tell).

Ringier s'implante en Ukraine

L'Editeur zurichois Ringier qui publie des journaux et magazines dans 11 pays vient de lancer un quotidien de boulevard en Ukraine. Tiré à 150'000 exemplaires du lundi au vendredi, *Blik* est le premier quotidien édité par un groupe de presse européen dans ce pays.

Saint Gall : baisse des annonces

Le groupe St. Galler Tagblatt Medien, éditeur du quotidien *St.Galler Tagblatt* a annoncé une baisse de 3,4 % des annonces publicitaires. Son chiffre d'affaires s'est élevé à 129 millions de francs en 2005 et a accusé un recul de son résultat net de 18 % à 6,6 millions.

Bénéfice en recul pour la Südostschweiz

Le groupe de presse grison a accusé un recul de Fr. 400'000 francs de son bénéfice qui passe à 2,9 millions de francs pour 2005. Ces chiffres s'expliquent par le recul des annonces, la mise en service du centre d'impression de Haag ainsi que les frais de lancement de la *Südostschweiz am Sonntag*.

Publication des liens entre presse et groupes d'intérêts

Par 7 voix contre 6, la commission compétente du Conseil des Etats a décidé de reformuler une motion du National visant à obliger la presse à rendre publics ses liens avec des groupes d'intérêt. Ce texte émanant de Jürg Stahl (UDC/ZH) avait été adopté en mai par le Conseil National.

Gratuit économique avec une touche « people »

Gratuit économique, tabloïd, *CASHdaily* (Ringier), paraissant 5 fois par semaine, est sorti le 8 septembre en Suisse alémanique. Il compte 24 pages, tire à 75'000 exemplaires. et peut aussi être consulté sur Internet. Il est distribué dans plus de 1'100 kiosques, dans les aéroports et les grandes entreprises.

La FAO argovienne fermée aux moteurs de recherche

Afin d'éviter que des données dépassées ne soient consultables par internet, le Canton d'Argovie a fermé l'accès de son journal officiel aux moteurs de recherche internet. Un code sécurisé sera nécessaire afin d'accéder aux noms inscrits dans le journal officiel argovien.

PRESSE INTERNATIONALE

Innovation et anniversaire chez *El Pais*

Le journal espagnol *El Pais* a lancé un journal imprimable gratuit actualisé en continu. Le lecteur peut imprimer sa propre édition de *24 Horas* personnalisée et actualisée à n'importe quel moment.

Journal de centre-gauche, *El Pais* se définit comme libéral et indépendant. Il s'affirme pro-européen. Premier journal du pays, il se veut l'instrument de la démocratisation de l'Espagne. Il a fêté ses 30 ans.

AUTRES MÉDIAS

ORTV : procédure de consultation

L'ordonnance sur la radio et la télévision (ORTV) a été largement commentée lors de sa mise en consultation, notamment la publicité et le parrainage.

L'Etat intervient dans trop de points de détails. La régulation de la réclame sur la bière sans alcool pose problème. Pour les diffuseurs suprarégionaux soumis à une interdiction de publicité pour de l'alcool, l'ordonnance prévoit que « la publicité pour la bière sans alcool ne doit entraîner aucun effet publicitaire pour des boissons alcoolisées ». Cette disposition n'a donc pas sa raison d'être.

Est également critiquée la différence de traitement en matière d'interruptions publicitaires : le projet permet à une TV régionale d'interrompre un film de 90 minutes par de la réclame alors que les chaînes TV de la SSR ne le peuvent pas. La SSR estime que le projet la pénalise dans son champ d'action déjà limité

PRESSE SUISSE salue « les restrictions relativement étroites qui limitent les activités commerciales de la SSR ». Celles-ci sont nécessaires afin de contrer les pratiques faussant le jeu de la concurrence en raison de la domination d'une SSR largement financée par la redevance, argumente PRESSE SUISSE. Cette ordonnance devrait entrer en vigueur le 1^{er} avril 2007.

Extension de la diffusion des radios privées vaudoises

L'OFCOM a autorisé les deux radios vaudoises Rouge FM et Lausanne FM à étendre leur territoire de diffusion. Rouge FM pourra ainsi diffuser ses programmes à Genève alors que Lausanne FM a obtenu la région de Payerne, Yverdon et Nyon. Avec cette décision, l'OFCOM souhaite donner aux radios privées suisses opérant sur le bassin lémanique des moyens supplémentaires pour se développer face à la concurrence française.

SRG-SSR : le service public ne doit pas être écarté de la révolution digitale...

● ● ● affirment MM. A. Walpen et Gilles Marchand dans un article paru dans Le Temps du 30 août. Ils observent en particulier que le développement des offres interactives est combattu par les éditeurs qui « craignent que le succès des plates-formes du service public n'empiète sur leurs offres et ne menace leur propre développement, particulièrement celui des recettes publicitaires ».

Ils en appellent à un « partenariat inventif, efficace, contemporain (...) à même de permettre à notre petit pays de continuer à exister avec ses spécificités fédérales (...) dans un monde globalisé qui ne se soucie pas des subtiles saveurs de nos identités régionales ».

Soutien aux livres demandé

La conseillère nationale Vreni Müller-Hemmi a lancé l'idée d'un projet national intitulé « Politique coordonnée du livre, de la lecture et de la littérature ». Cette initiative vise à ce que la Suisse se dote d'une politique active dans ces domaines. Le lobby du livre estime qu'en jugeant la situation du marché du livre « saine et stable », le Conseil fédéral est à côté de la réalité du marché économique.

Hausse de fréquentation des cinémas suisses

Le nombre d'entrées de cinéma comptabilisées durant le 1^{er} semestre 2006 a augmenté de 11,5 % par rapport à la même période en 2005 pour atteindre 8,4 millions d'entrées. Cette hausse est notamment due au succès qu'ont rencontré certaines productions suisses.

TV alémanique : nouvelle chaîne privée supra régionale

Le groupe Elevator TV a lancé « 3+ », une chaîne de télévision privée diffusée dans toute la Suisse alémanique. Ce programme proposera principalement du divertissement, des émissions de télé-réalité, des docu-fictions, des séries et des films.

Juillet : hausse des dépenses publicitaires

Selon les statistiques REMP, les dépenses publicitaires dans les médias suisses ont augmenté de 8,8 % en juillet par rapport au même mois de 2005, se montant ainsi à 222 millions de francs. En juin, la publicité avait déjà enregistré une progression de 5% à 335 millions de francs.

SRG SSR idée suisse épinglée par le Contrôle fédéral des finances

Selon un rapport du Contrôle fédéral des finances, l'entreprise devrait centraliser certaines tâches pour être plus rentable et devrait également adapter légèrement sa politique du personnel et des cadres. Le Contrôle des finances a également chiffré le respect du principe de l'égalité des régions linguistiques, l'ancrage de ses organisations sur un soutien régional et local et la diffusion d'une offre pour l'étranger. Ces éléments bien helvétiques auraient coûté à SRG SSR idée suisse 635 millions de francs, soit 42,3 % de ses coûts totaux.

Jeux télévisés illégaux selon le TF

Le Tribunal Fédéral a confirmé un veto de l'OFCOM concernant des jeux controversés diffusés sur SAT 1, Viva Schweiz et Star TV. Le TF a reconnu ces jeux comme illégaux, car ils s'apparentaient trop aux opérations prohibées en vertu de la loi fédérale sur les loteries (notamment en raison d'une obligation de contracter pour les participants).

Publicité : interdictions visant à protéger la santé des jeunes Vaudois

Le gouvernement vaudois a présenté un projet afin d'interdire la publicité pour les cigarettes et les spiritueux sur le domaine public et le domaine privé visible du domaine public. Ne seront concernés que les boissons affichant un taux de plus de 15 % et les alcopops, excluant ainsi le vin et la bière.

Diffusion du téléjournal alémanique sur téléphones portables

La télévision alémanique planche actuellement sur une version d'une ou deux minutes de son téléjournal *Tagesschau* sur téléphones portables. Des partenariats avec des entreprises de télécommunication doivent cependant encore être trouvés.

Léman Bleu : pas de majorité de la ville de Genève au capital

Suivant l'avis de l'OFCOM qui refuse de voir la chaîne contrôlée par une collectivité publique, la Ville de Genève a renoncé à tout recours au Tribunal Fédéral afin d'acquiescer de nouvelles actions pour détenir la majorité de la télévision locale Léman Bleu. Le Conseil administratif de la Ville de Genève souhaitait acheter les 8 % d'actions de Léman Bleu détenues par Cablecom.

Chiffre d'affaires record pour Rhône FM

Pour la 4^{ème} année consécutive, la radio locale valaisanne Rhône FM a annoncé pour 2005 une nouvelle progression de son chiffre d'affaires de 6,5 % à 4,82 millions de francs. Dans un marché publicitaire national en recul, Rhône FM a accru son volume de 3,5 %.

4,16 millions d'internautes en Suisse

Selon une étude REMP, la Suisse compte 4,16 millions d'internautes représentant 71,8% de la population de plus de 14 ans. En un an, le nombre de femmes utilisant Internet a augmenté par rapport à l'année passée de 11 %, contre 8 % pour les hommes. En revanche, elles ne sont que 52 % à surfer fréquemment, contre 69 % des hommes.

Taux d'audience stables pour les radios suisses

Pour le premier semestre 2006, la RSR maintient sa part de marché de 57 %. Selon Radiocontrol, sur 1,2 million de personnes qui écoutent la radio en Suisse

romande, 785'000 suivent l'une des chaînes de la RSR.

Les radios privées suisses connaissent une faible baisse de leur taux de pénétration, tout comme les opérateurs de radio privés.

PUBLICITÉ

TVA pour les entreprises de presse: du nouveau !

L'application de la TVA a entraîné dans les entreprises de médias un certain nombre de problèmes lors d'affaires compensatoires ou d'annonces-bouchons.

SCHWEIZER PRESSE a ouvert des discussions avec l'Administration fédérale des Contributions (AFC) afin de définir une pratique claire et juridiquement sûre. Ces discussions ont débouché sur un document approuvé et signé par nos collègues alémaniques et PRESSE SUISSE en août.

L'AFC se déclare d'accord de réexaminer les reprises, « à condition que les prestataires n'aient pas facturé l'impôt ouvertement aux bénéficiaires ». Si tel devait être le cas et si une entreprise souhaite néanmoins faire revoir les résultats du contrôle, elle doit corriger ses factures et émettre des notes de crédit.

La lettre évoque enfin un « intérêt rémunérateur » pour les entreprises qui auraient payé à tort.

Concernant le moment de la perception de la TVA lors du renouvellement des abonnements, l'affaire a été portée par des éditeurs devant le Tribunal Fédéral qui tranchera.

Loi contre la concurrence déloyale Ambush marketing – Consultation du seco

Consultée, PRESSE SUISSE a pris position comme suit.

Le rapport explicatif du 10 mai 2006, établi par le seco, évoque les doléances de

L'UEFA par rapport à la législation suisse : « l'UEFA a précisé à l'Administration fédérale les lacunes du droit suisse qu'il lui semblait nécessaire de combler afin de protéger ses droits commerciaux » pour l'Euro 2008.

L'UEFA invite l'Etat suisse à intervenir contre l'utilisation illicite des billets d'entrée et sollicite la participation à tous les niveaux de l'Etat afin d'obtenir la garantie de « l'interdiction aux partenaires non officiels de faire de la publicité dans les lieux publics » proches des manifestations.

De façon plus spécifique, elle désire obtenir une disposition législative ancrée dans la LCD afin de se prémunir, respectivement prémunir ses sponsors principaux, contre le marketing sauvage.

L'UEFA demande l'introduction d'une série de « maximes d'office » s'agissant de poursuivre certaines infractions.

Dans sa prise de position, PRESSE SUISSE rappelle que la Constitution fédérale garantit expressément « les libertés d'opinion et d'information ». Il s'agit de droits fondamentaux. Il est possible de les restreindre, mais à certaines conditions :

- *La restriction doit être justifiée par un intérêt public*
- *ou par la protection d'un droit fondamental d'autrui*
- *elle doit être proportionnée au but visé.*

Dans les demandes de l'UEFA, on peine à observer quelque intérêt public que ce soit.

Enfin, en restreignant le droit des tiers de communiquer commercialement dans les rues, les bus, les gares, les aéroports, etc. seuls des intérêts privés justifieraient la mesure et ne seraient pas proportionnels au but visé.

La Loi sur la concurrence déloyale sanctionne l'abus de concurrence économique. Elle n'accorde donc pas un droit individuel à tout un chacun. Tout concurrent peut donc agir librement dans le cadre d'un environnement économique donné, à condition que ses agissements demeurent loyaux.

La clause générale de l'art. 2 LCD offre des possibilités suffisantes à tout concurrent sur le marché.

Les règles de droits immatériels précisent quels sont les prestations ou autres signes protégés. Elles visent donc des objets juridiques sur lesquels les titulaires disposent de droits quasi-monopolistiques.

Si l'un ou l'autre des droits immatériels venait à être transgressé, chaque titulaire pourrait faire valoir ses droits.

Le renforcement d'une législation particulière dans l'intérêt d'un seul acteur n'est en soi pas admissible car, de facto, elle restreint la concurrence d'une manière disproportionnée par rapport au but recherché.

Ce projet soulève d'autres points d'interrogation, par exemple :

La tentation des organisations faïtières du football à vouloir maîtriser tous les droits découlant d'une manifestation, dont elles sont certes organisatrices et détentrices de divers droits, nous paraît une démarche dangereuse.

Rappelons à cet égard la FIFA qui, au début de cette année, entendait restreindre les droits de retransmission des matches du Championnat du monde 2006.

Dans le domaine de la presse, toute référence à une manifestation – en l'occurrence à l'Euro 2008 – sera-elle encore possible sans autorisation de l'organisateur ? Sera-t-il encore possible de référencer une rubrique au moyen d'un trophée ou d'un logo ? Sera-t-il encore possible de publier dans les délais des comptes-rendus ?

Résultats 2005 et premier semestre 2006 de PubliGroupe

PubliGroupe a annoncé un résultat d'exploitation de 72 millions avec une hausse de 1,7 % du chiffre d'affaires pour 2005. Des ressources importantes pour renforcer ses positions dans les marchés en croissance tels que les médias électroniques sont prévues dès 2006.

Pour le premier semestre 2006, PubliGroupe a annoncé un chiffre d'affaire

consolidé en progression de 2,9%. En revanche, le chiffre d'affaires de PubliPresse a reculé de 0,9 %.

BIBLIOGRAPHIE

Catalogue ASSP de la presse suisse 2006

Le catalogue de la presse suisse 2006 – éditions journaux – est sorti récemment de presse. On peut à nouveau y trouver toutes les données de base essentielles pour la disposition des annonces dans les journaux, feuilles officielles, feuilles d'annonces et presse grand public, financière et économique. Toutes les données ont été relevées jusqu'au 15 janvier 2006.

Dans le catalogue figurent tous les titres connus de l'ASSP, indépendamment de leur grandeur et importance. Figurent également pour chaque titre des informations sur le tirage, la parution, la surface de composition, la disposition des colonnes, les tarifs unitaires, ainsi que les prix de la page entière pour une page n/b, en 2 et en 4 couleurs. Le catalogue est non seulement conçu de manière à offrir un résumé clair et concis, mais peut également être utilisé pour de simples planifications budgétaires (prix de la page entière).

Pour commander : Association des Sociétés Suisses de Publicité ASSP, Centre de documentation, Avenue des Mousquines 4, Case postale 339, 1001 Lausanne (tél. 021 213 61 41, fax 021 312 67 09) ou directement via la page d'accueil ASSP: www.vsw-assp.ch (prix: Fr. 35.- + TVA + frais d'expédition).

Der Journalist als « Homo oeconomicus »

Pour mieux comprendre les effets de la commercialisation accrue du monde des médias, il paraît indispensable aux deux auteurs de soumettre également les journalistes et les rédacteurs à une analyse économique.

Tous deux observent que, pratiquement, tous les groupes professionnels ont fait l'objet de pareille analyse, à l'exception du journalisme. L'ouvrage s'adresse avant tout à des journalistes qui s'intéressent à l'économie. Pourquoi les économistes et les scientifiques de la communication n'ont jusqu'à présent pas « revêtu les lunettes de l'économiste ». Un chapitre permet à celui qui s'y intéresse à débiter dans cette discipline, un chapitre examine les conditions – cadre et l'environnement. Qui devrait alors devenir un « Homo œconomicus matusus ». Le dernier chapitre est consacré au rôle du bien-être dans une analyse économique.

L'ouvrage est en allemand. Soit. Il est également rédigé par deux chercheurs chevronnés qui apportent certes un éclairage académique. Mais qui a le mérite de rehausser le débat sur le journalisme économique.

Suzanne Fengler & Stephan Russ-Mohl : Der Journalist als « Homo œconomicus » UVK Verlagsgesellschaft, 222 pages

Die lauterkeitsrechtlichen Grenzen des Wirtschaftsjournalismus

Eh, oui, encore un ouvrage en allemand !

Sur un marché économique tendu, les concurrents sont sensibles à ce qui est écrit ou dit par les médias sur leurs produits ou services. Très facilement, ils taxent les comptes-rendus de déloyaux.

Philipp Sieber a consacré un ouvrage à ce problème d'actualité. L'auteur examine dans quelle mesure les comptes-rendus des journalistes économiques constituent des actes de concurrence déloyale. En principe, ils le sont lorsqu'ils sont en mesure d'influencer les rapports de concurrence. Chacun se souviendra de l'arrêt Bernina.

Le rapport de concurrence ou la faute d'un journaliste économique sont sans importance. En effet, des comptes-rendus rédactionnels diffusés sans intention de concurrence peuvent également tomber sous le coup de la LCD.

Sieber compare ensuite la pratique suisse à celle de l'étranger ; il conclut que la pratique suisse correspond à celle des législations française, allemande ou anglaise.

Quelles sont les possibilités d'influer sur le marché ? Certains peuvent l'être a priori, par exemple les comptes-rendus sur les rapports annuels d'entreprises, le journalisme concernant la consommation, les comptes-rendus sur les entreprises de médias et leur produit. A l'inverse, ne constituent pas a priori un acte de concurrence, la publication d'indicateurs économiques ou des comptes-rendus de politique économique.

On apprécie dans l'ouvrage de Philipp Sieber la structure claire, une langue allemande aisément lisible et compréhensible et la richesse des exemples.

L'ouvrage est en outre agrémenté de tableaux méthodologiques. Cet ouvrage complet répond incontestablement aux besoins des professionnels de la presse.

Philipp Sieber : Die lauterkeitsrechtlichen Grenzen des Wirtschaftsjournalismus, 2006, Stämpfli Verlag AG, Berne, 235 pages. Fr. 72.00

Ordonnance sur la publicité pour les médicaments (Arzneimittel-Werbeverordnung)

Ursula Eggenberger Stöckli a accompli deux formations qui la qualifient parfaitement pour rédiger ce commentaire: licenciée en droit, avocate et pharmacienne. Elle a publié un commentaire détaillé sur le sujet.

Nous reviendrons en détail dans notre prochaine publication.

Ursula Eggenberger Stöckli : Arzneimittel-Werbeverordnung, Stämpfli Verlag Berne, 390 p. Fr. 148.00

STATISTIQUES

Indice Publicitas sur l'évolution des dépenses publicitaires dans la presse quotidienne

Pour le mois de juillet, l'indice Publicitas compte le même nombre d'éditions qu'en juillet de l'année passée. Par rapport au mois de juin dernier, il conserve le même niveau, soit 92,4 points.

Souffrant toujours d'une certaine carence en dynamisme, les annonces commerciales se ressentent d'une baisse des investissements des importateurs d'automobiles et des entreprises de télécommunications, mais aussi d'un chiffre d'affaires des encarts significativement inférieur à celui de l'année précédente. De leur côté, les annonces occasionnelles pâtissent du recul des avis financiers et des annonces politiques. Ce sont ainsi les annonces immobilières, et surtout les offres d'emploi, qui permettent de compenser la baisse de régime des autres catégories d'annonces.

Sous-indice offres d'emploi

Le sous-indice des offres d'emploi conserve une excellente tenue et passe de 145,3 à 147,3 points, soit une progression de 2,0 points.

Sous-indice immobilier

Le sous-indice immobilier passe de 96,1 à 96,4 points, ce qui représente une hausse de 0,3 point.

