

E DITES-NOUS

François
Gross est
chroniqueur
au „Tems“

EDITO: La NZZ vient de lancer sa nouvelle formule en fanfare et les réactions sont partagées. Coup marketing, vraie refonte du journal? Quels sont les changements notables?

François Gross: Les changements graphiques qui nous ont été annoncés, me semblent moins marqués que ce que l'on était en droit d'espérer. Certes, on observe qu'une plus grande place est faite à la photographie. Le choix de réunir les rubriques suisse et internationale me semble logique et bien pensé, car il y a interdépendance entre les deux. Enfin, l'introduction des signatures en toutes lettres est assez révolutionnaire: cette „personnalisation“ du journal est aussi dans l'air du temps.

Ces changements sont nécessaires, même s'ils fâchent le lectorat de base?

Comme tous les journaux traditionnels, la NZZ a sa vieille garde qui l'observe attentivement et réagit au moindre changement. C'est une véritable institution, qui s'est toujours bien démarquée des autres journaux, en particulier du „Tages-Anzeiger“. Mais on en vient de plus en plus à se demander qui a le temps de lire la NZZ intégralement? Peut être une génération en voie de disparition ...

Certains parlent d'un „emplâtre sur une jambe de bois“?

La crise que nous vivons rend certains choix inévitables. La presse dite sérieuse doit impérativement laisser tomber les news pour faire davantage de place au commentaire, à l'investigation, au reportage et à tout ce que l'on ne trouve pas ailleurs. Les journaux devraient aussi se poser un certain nombre de questions fondamentales: est-il nécessaire de publier tous les jours toutes ces pages boursières, de même que tous les numéros de services? Ils ont peut-être trop tardé à revoir leur mode de fonctionnement et ceux qui ne peuvent se le permettre disparaîtront. Au prix de quelques remises en question, certains journaux plus consistants ont des chances de durer. Car il est faux de dire que le lecteur est un béotien qui peut se contenter de comptes-rendus sans intérêt. Il y a en Suisse beaucoup de gens bien formés, qui cherchent des lectures correspondant à leur soif de connaissance.

Propos recueillis par **Anne-Sylvie Mariéthoz**.

Par Médiateur

Logo. Emirats en vue! La SSR est sur pied de guerre en vue de la Coupe de l'America. Mais quel casting adopter? Et comment le financer sans le logo d'Alinghi sur tous les micros de la TSR?

Novo. „Blick“ a changé de tête le 14 octobre. Histoire de fêter son 50^e anniversaire en fanfare. Et devinez quoi: le tabloïd devient sérieux pour relancer ses ventes. Tout en restant hot et sexy. Le grand écart, quoi. Tenté?

Barreau. M6 viole la loi. La chaîne française devait cesser ses émissions suisses après sa condamnation par le tribunal d'appel civil cantonal de Fribourg. Elle était accusée, à juste titre, de diffuser des émissions sans avoir acheté les droits pour la Suisse. Or les fenêtres publicitaires „Suisse“ n'ont pas disparu. On la comprend, remarquez: M6 réaliserait un chiffre d'affaires de 50 millions de francs par an de ce côté-ci de la frontière. Mais que fait l'OFCOM?

Cerveau. TF1 en chute libre. C'est l'avis de Credit Suisse qui a dégradé l'action de la première chaîne française et premier groupe de médias européen. La raison: Credit Suisse juge TF1 très chère par rapport à ses recettes publicitaires. L'espace disponible dans le cerveau des téléspectateurs est-il moins extensible que prévu?

Ego. Mais pourquoi la télé Vaud-Fribourg tient-elle absolument à nous faire connaître Jack Lang? „Quel rapport avec nous“, grognent des Fribourgeois qui ont l'impression d'être les dindons de l'ego des patrons de la nouvelle chaîne. Vous prendrez un peu de micro locale ou de macro globale?

Bingo. Coup sur coup sont parus deux ouvrages consacrés à un secret bancaire bien mal en point. Un troisième serait en préparation. Les auteurs? Tous les journalistes romands. Les malheur des banquiers ferait-il le bonheur des éditeurs?

Stylos. Dans le segment luxe, les grandes marques de montres ne paieraient plus leurs pubs en francs, mais en montres. Un écran LCD ou une tonne de stylos: à quand des salaires en nature pour les journalistes?

Show. Sven Epiney, 37 ans, gagne bien sa vie. Le présentateur vedette de la télévision alémanique toucherait plus de 600 000 francs par an pour animer une émission de cuisine. Un saladier, vous dit-on. Que dirait Annick Jeanmair et si elle apprenait ça?

Boulot. La Chine veut s'offrir un grand groupe de médias, digne de News corps. Oui, parfaitement, l'atelier du monde veut corriger sa mauvaise image à l'étranger. Et c'est le boulot des journalistes d'y contribuer. Redorer par la presse le blason des pays mal aimés, mais pour-quoi Kadhafi n'y a pas encore pensé?

Chassot. La SSR cherche un successeur à Armin Walpen. Les noms d'Isabelle Chassot, conseillère d'Etat fribourgeoise, de Tibère Adler, patron d'Edipresse, et de Filippo Leutenegger, conseiller national radical zurichois et ancien journaliste, circulent déjà. Or pour ne pas se tromper, la grande maison s'est offert les services d'un conseil en recrutement. On va m'augmenter la redevance?

Oro. Ringier rachète l'événement „la Rose d'Or“, l'un des plus importants festivals de télévision en Europe. Le montant de la transaction n'a pas été divulgué. Quel intérêt pour l'éditeur zurichois: Renforcer son engagement dans le domaine du divertissement ou s'offrir des lauriers?

Ecolo. Mais que vont devenir les caissettes du „Matin Bleu“, feu le gratuit englouti par „20 Minutes“ sans que nul ne bouge le petit doigt? Des poubelles? Et si tout cela n'avait été que du vent pour les recycler en éoliennes (les caissettes)?

Photos. La „Tribune de Genève“ encaisse l'argent de l'UDC en publiant une publicité qui dénigre la „racaille“ d'Annemasse. Et la „Julie“ encaisse... les coups quand ses lecteurs crient au scandale. Affaire de démocratie, se défend la rédaction en chef. Et les photos d'Hannibal, pendant que deux Suisses sont encore pris en otage à Tripoli: c'est aussi de la démocratie?



Le Blick: sérieux et sexy. Sven Epiney: un saladier pour lui.



Une info pour EDITOÔOH? Ecrivez:

redaction@edito-online.ch