

JOURNAL D'UNE FUSION

et Gazette d'un sophisme



Dominique Flaux

Editions Touch & Carloutch

Appelé en juillet 1996 par Marian Stepczynski pour diriger le marketing du *Journal de Genève et Gazette de Lausanne*, j'ai été d'abord participé, puis assisté avec frayeur au laborieux processus qui aboutira en mars 1998 à la disparition des deux quotidiens romands au bénéfice du journal *Le Temps*.

A travers le récit des nombreux événements qui ont malmené le vénérable quotidien de la rue de Hesse durant plus d'une année, on découvre les enjeux économiques et politiques, les manipulations, les coups de théâtre, les petites et les grandes trahisons de la presse romande, souvent connus d'un cercle étroit de professionnels mais rarement exposés aux lecteurs.

Pourquoi et comment le Journal a-t-il été sabordé par ses actionnaires alors que sa santé financière s'améliorait de jour en jour? Quelle était la réelle espérance de vie du *Nouveau Quotidien*? Le *Temps* a-t-il un avenir? Qui impose la loi du silence? Pour obtenir quelques débuts de réponses à ces questions, il faut nécessairement plonger dans les chiffres et visiter les arrières-cuisines douteuses de notre presse et de notre publicité.

Il s'agit de se prémunir d'une désinformation de plus en plus banalisée et d'un conditionnement marketing qui est en train de devenir, par certains aspects, totalitaire.

Dominique Flaux

JOURNAL D'UNE FUSION

et Gazette d'un sophisme

A la profession,



Ce livre ne prétend pas couvrir l'ensemble des événements liés à la fusion des deux quotidiens. Il apporte simplement un témoignage et offre quelques clés aux lecteurs de Suisse romande qui voudraient mieux comprendre l'évolution de leur presse. D'autres auraient pu l'écrire à ma place avec davantage de professionnalisme, de documentation ou de crédit. Ils ont préféré se taire, ou bien ne s'exprimer que dans des cercles protégés. Ils justifient leur extrême prudence par la puissance des promoteurs de la fusion. Pourtant le groupe Edipresse, si important soit-il, est encore loin d'employer la moitié des journalistes romands. Quant aux banquiers privés, peints sur la muraille, ils ne pèsent finalement «que» quinze pour cent de la petite place financière genevoise. Si dans ce pays la diversité des pensées est aujourd'hui menacée, c'est moins par les fantasmes d'une poignée de financiers que par le manque de courage politique et intellectuel qui leur est opposé. Si, forts du soutien massif de ses lecteurs, la société des rédacteurs du *Journal de Genève et Gazette de Lausanne* avait sanctionné le projet d'un «non» ou d'un «oui mais» bien motivé, c'est toute presse qui aurait gagné en crédibilité et respect. Ceci dit, la déroute financière du *Nouveau Quotidien* est un secret de polichinelle. Il n'y a pourtant pas de honte à le reconnaître. Qu'au pays de la gestion de fortune une société florissante parie plus de quarante millions sur le talent d'un homme plutôt que sur des fonds de placement, semble plus que méritant. Fallait-il, sachant cela, attendre la déconfiture du NQ pour ouvrir un boulevard au JdG? Sans doute pas. Le bon sens dictait le rapprochement des deux équipes. De là à jeter l'essentiel aux orties pour s'abandonner à une nouvelle expérience qui emprunte exactement les mêmes chemins que celle qui vient d'échouer, il y a un monde de vanité et

d'incompétences. Car le plus grand journal que nous puissions éditer, la fameuse «NZZ romande», ne peut résulter que de deux évolutions: d'une part que la Suisse romande, à commencer par Lausanne, reconnaisse le rôle prépondérant de Genève, et d'autre part que la Suisse romande, à commencer par Genève, se réjouisse de posséder un groupe de presse parmi les plus entreprenants d'Europe. Sans satisfaire l'une et l'autre de ces conditions, le projet sera automatiquement réduit aux deux tiers de ses ambitions. C'est ce qui menace le *Temps* dont la première contre-performance consiste à n'en satisfaire aucune des deux. Chaque communication de ses promoteurs provoque exactement l'inverse de ce qu'ils visent: doutes, railleries, divisions. Plus maladroit n'était pas possible.

Il faudra pourtant tôt ou tard se rendre à l'évidence, notre marché est minuscule. Il n'existe pas en Suisse - et à plus forte raison il ne peut exister en Suisse romande - un seul journal quotidien de prétention nationale qui ne soit préalablement assis sur un grand marché local. Et ce marché local suisse et francophone est nécessairement celui de Genève, première ville de Romandie, seconde agglomération de Suisse, la seule qui puisse opposer quelque argument de poids au centralisme zurichois.

Un tel journal doit également s'appuyer sur une solide entreprise de presse pour assumer sa partie industrielle et éclairer son actionnariat. Le groupe Edipresse répond à la définition, à ceci près qu'il possède déjà un quotidien sur le marché genevois et qu'il devrait ainsi assumer un sérieux risque de cannibalisme.

Il est enfin absurde que le mot «Genève» ne figure pas au titre de ce journal. La Cité de Calvin jouit d'un immense capital image. Et d'une prétention proportionnelle qu'elle ne peut

plus et ne doit plus assumer seule. Sa notoriété, les institutions qu'elle accueille, son aéroport international sont les atouts majeurs de la promotion économique, culturelle et touristique de toute la Suisse romande. Son capital et son ambition doivent être aujourd'hui portés par l'ensemble des cantons francophones.

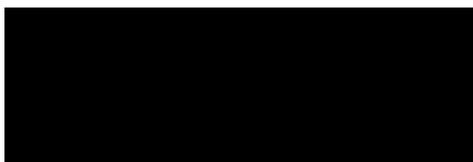
Quant aux orgueils ethniques, ils sont d'un autre âge. Cela fait belle lurette que Genève est profondément romande, dans son Conseil d'État comme dans son Journal.

Les promoteurs de cette fusion se trompent. Et s'il ne veulent parler que de l'avenir, ce n'est pas parce qu'ils sont visionnaires, c'est simplement parce que le passé ne leur donne pas raison. Alors ne pas partager leur point de vue ne vous range pas automatiquement parmi les nostalgiques ou les candidats à la retraite anticipée. Car leur ambition médiatique est désespérément balourde et leur conception d'une «presse de élitaire de qualité» appartient à un siècle qui s'achève dans moins de deux ans.

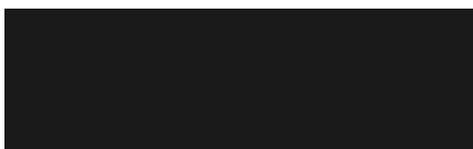
«Tout le monde sait que les dés sont pipés. Tout le monde roule en croisant les doigts. Tout le monde sait que le bateau prend l'eau. Tout le monde sait que le capitaine a menti. Tout le monde a ce sentiment de malaise comme si son père ou son chien était mort. Tout le monde parle seul. Ça se passe comme ça. Tout le monde le sait».

Léonard Cohen, *Everybody knows*

Les actionnaires du Journal au 25.06.97.



Fondation de famille Sandoz,
représentée par Maître Olivier
Verrey (1) (16,7%)



Bourse de Genève, représentée
par Georges Urban (15,6%)



**Fédération des Syndicats
Patronaux**, représentée par Michel
Barde (15,3%)



Banquiers privés genevois (2)
Pictet, Lombard Odier, Darier Hentsch,
Ferrier Lullin, Mirabaud (14,5%)



Grandes banques: Crédit Suisse,
SBS, UBS (7,8%)



Autres Banques ou sociétés
financières (6,8%) (3)



Pierre Keller (3,25%)



Genève Place Financière (2,5%)



Georges Urban (2,25%)



Ofa Orell Fusli Werbe SA (2,1%)



Entreprises diverses (2,9%)



**Environ 900 petits actionnaires
privés** (10,3 %)

(1)Le père d'Olivier Verrey fut Président de la Gazette de Lausanne, absorbée par le Journal en 1992. (2) Les banques et institutions financières représentent donc un total de 47,2% du capital du Journal (dont 14,5% aux banquiers privés genevois).

(3) Banques: Cantonale GE, Cantonale VD, UBP, BSI, Rothschild, Baring, Financière de la Cité, Morval et Cie, Paribas, Pasche, Piguët, Somafa AG, Discount Bank, FTI, Gonet, Tardy de Watteville, Travinvest.

1

En juillet 1993 Roland Ray (Groupe Quorum Communications ⁽¹⁾) me confie une nouvelle mission de développement:

«J'ai soumis à Marian Stepczynski ⁽²⁾ l'idée d'un supplément immobilier dans le Journal de Genève. Ofa ⁽³⁾ prétend qu'il n'y a pas le marché. Monte le dossier: concept, maquette, prévisionnel, etc. On verra bien qui a raison».

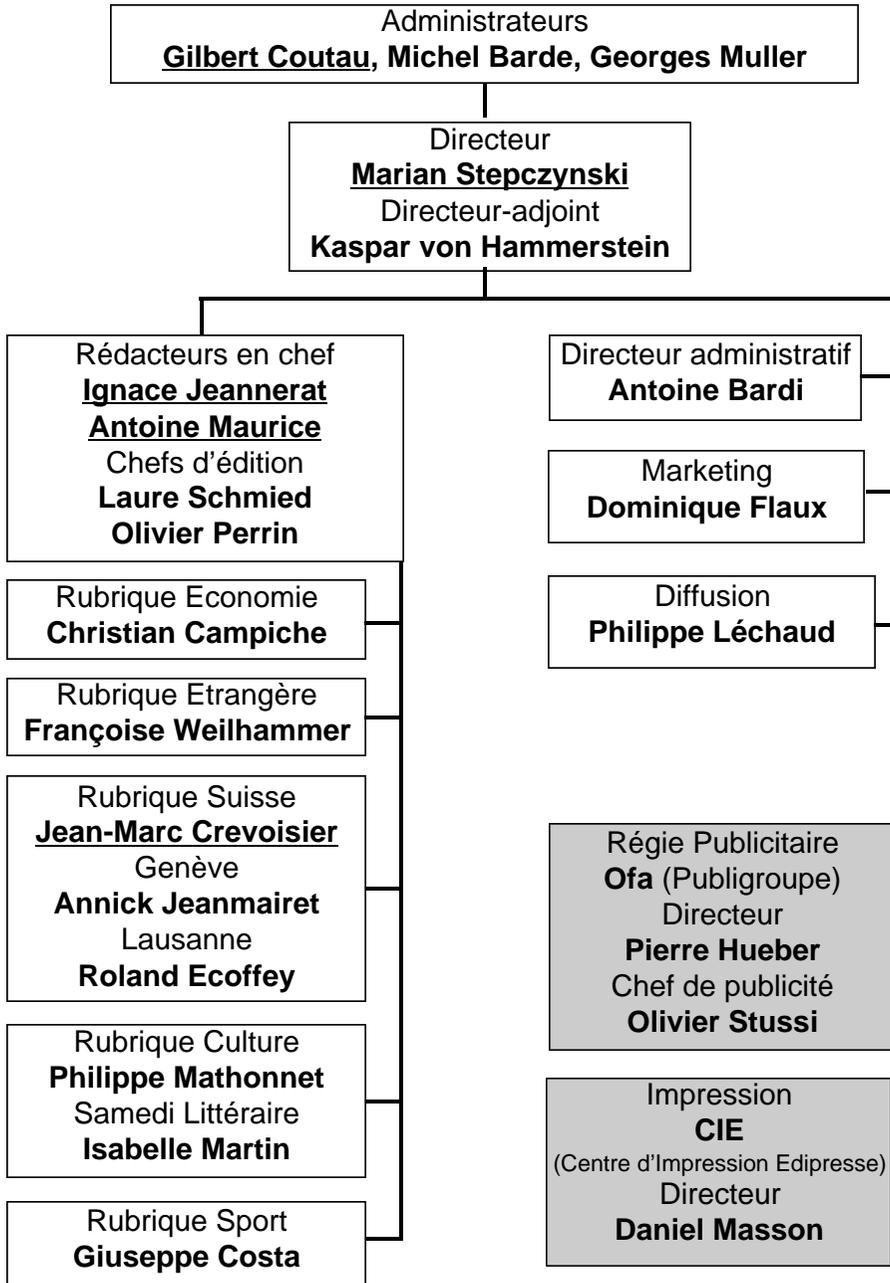
Trois mois plus tard, nous invitons le «top ten» des régisseurs et promoteurs immobiliers de Suisse romande au Café du Théâtre à Genève afin de leur présenter la maquette du *Journal de l'Immobilier*. La présentation terminée, Thierry

(1) Les magazines *Banque & Finance*, *Presse et Communication*, *Année Horlogère Suisse*, *Le Festival du film de Genève*, *Les Quais de l'Immobilier*, *Cinélaç*, etc.

(2) Directeur de la publication *Journal de Genève et Gazette de Lausanne*.

(3) Régie publicitaire du *Journal de Genève*, filiale de Publigruppe (groupe de Publicitas).

L'organigramme du Journal



Barbier-Mueller annonce spontanément son adhésion, suivi de plusieurs de ses pairs. En moins d'une heure, sans aucune mise en scène commerciale, sans autre investissement que quelques cafés croissants, le *Journal de Genève* prend trois millions de Fr. d'annonces immobilières à ses concurrents. Comment Ofa a-t-il pu dire à son éditeur que le marché n'existe pas? Je n'ai encore jamais rencontré un titre de presse possédant un tel potentiel de développement, un tel capital à ce point inexploité. Ce vieux Journal déficitaire, que l'on dit finissant, me semble assis sur un tas d'or. Depuis ce jour je le lis et je l'observe attentivement.

En octobre 95, le directeur du Journal, Marian Stepczynski m'invite à quitter Promoguide pour diriger son marketing. Je suis très tenté. Je prends toutefois quelques avis. Celui de Claude Monnier⁽¹⁾ me dissuade:

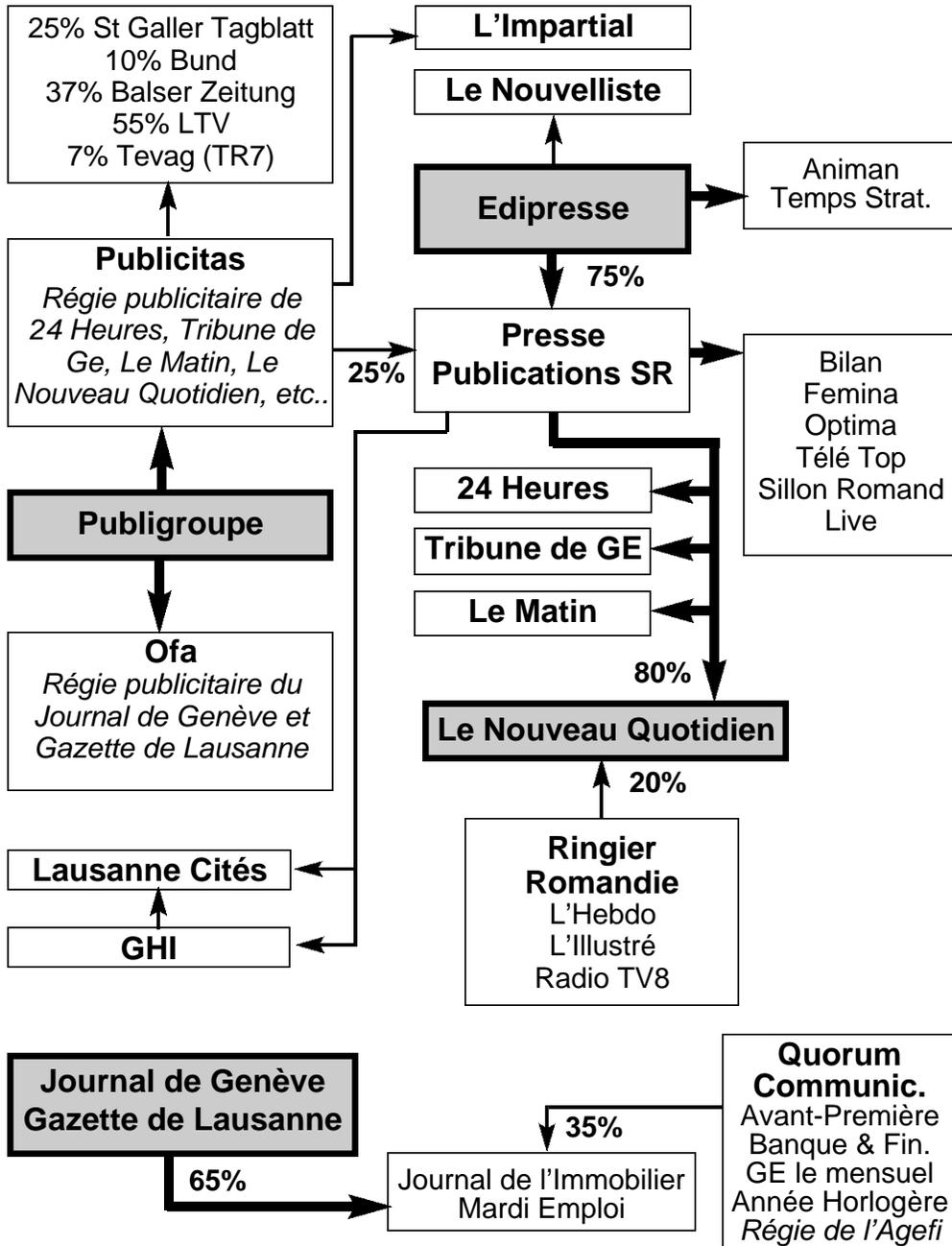
«Vous n'êtes pas du sérail, ce n'est pas votre culture. Vous serez toujours un corps étranger. La rédaction n'admettra jamais un marketing dynamique. Le modernisme est absent du Journal de Genève».

Je reste chez Roland Ray qui me gratifie d'une augmentation de salaire. Je suis consolé, pour un petit moment. En effet, quelques mois plus tard, début 1996, le groupe Quorum, qui vient de connaître une très forte croissance, entame une cure d'assainissement financier. Plus question de lancer de nouveaux produits avant quelques années. On envisage de suspendre mon service de développement. Pendant ce temps, au Journal, la situation semble évoluer: un jeune jour-

(1) Directeur de la revue Le Temps Stratégique (titre Edipresse, anciennement Sonor). Ex-rédacteur en chef du Journal de Genève.

Sociétés en présence

participation majoritaire →
participation minoritaire →



naliste, Ignace Jeannerat⁽¹⁾, va bientôt devenir rédacteur en chef, la Fondation de famille Sandoz entre massivement dans la capital dans le but déclaré de préserver la pluralité de la presse et la régie publicitaire Ofa Romandie change de direction.

Marian Stepczynski me réitère son offre à Fr. 26'000 de moins que chez Roland Ray. Je plonge quand même.

Le marketing du Journal est dirigé par Arno Clavel. Mon engagement implique son licenciement. Il conserve un mandat de représentation sur la France voisine. Il aura géré tant bien que mal le tout petit crédit que la rédaction voulait bien accorder à sa fonction. Il n'a pas su ou pas voulu se battre pour s'imposer aux journalistes. Il est assisté de Carine Dichy qui gère les parrainages économiques, politiques et culturels et de Charles-Henri Cosandey qui anime les ventes sur le réseau des kiosques Naville. En réalité, si le marketing du Journal est notoirement faible, c'est avant tout parce qu'il n'est pas considéré par la majorité des journalistes convaincus pour la plupart que «l'excellence» de leur travail suffit à faire vendre.

Marian Stepczynski paie doublement son indépendance d'esprit. Il met parfois en doute la supériorité rédactionnelle du Journal sur ses concurrents plus populaires. Il fustige ceux qu'il appelle les «*tricoteurs de dépêches*» qui cherchent trop rarement l'information hors des téléscripteurs. Il n'hésite pas à souligner certaines qualités journalistiques du *Nouveau Quotidien*. La grande majorité des rédacteurs lui est hostile. Quant aux administrateurs, ils lui reprochent de «ne pas tenir

(1) Chef de la rubrique économie, concepteur du supplément *Jeudi Economie*.

Comment se financent nos journaux ?

Un journal quotidien en Suisse romande repose essentiellement sur deux sources de financement inégales: les recettes lecteurs pour environ 1/3 et les recettes publicitaires pour environ 2/3.

Les recettes lecteurs sont composées des recettes d'**abonnements** et des recettes nettes de ventes dans les **kiosques** (environ 50% sur les exemplaires vendus) et dans les **caisettes** (70 à 40% de vol suivant les titres). Les recettes publicitaires proviennent pour une part d'**annonceurs locaux ou régionaux** (distribution, immobilier, emploi, services de proximité, etc.) et pour une autre part des **campagnes nationales** (marques et grandes sociétés). Pour assumer la commercialisation et l'administration de leurs espaces publicitaires les éditeurs font généralement appel à des régies de publicité qui se rémunèrent à la commission sur le chiffre d'affaires (Publicitas, Ofa, De Senger, Promoguide, etc...). Les investissements publicitaires des annonceurs sont en grande partie déterminés par l'audience quantitative du journal et par les critères socio-économiques de ses lecteurs (enquêtes REMP).

Les charges de l'éditeur

Rédaction: Il est d'usage dans la presse quotidienne de compter un poste de journaliste par millier d'exemplaires vendus chaque jour. Selon ce raisonnement la rédaction du Journal devrait se composer au maximum de 32 personnes. Avec plus de 60 rédacteurs titulaires et un budget rédaction proche de 10 millions par année, on peut mesurer la difficulté qu'il y a à équilibrer le compte d'exploitation.

Production: mise en page, litho, papier et imprimerie représentent pour le Journal environ 6 millions par année.

Régie de publicité: selon les contrats qui lient un éditeur et sa régie, la commission commerciale peut varier entre 15% et 35% du chiffre d'affaires. Ofa administre la publicité du Journal moyennant une commission de 30%, soit 5,4 millions en 1996.

Diffusion: les tarifs PTT sont déterminants pour ce poste qui compte pour près de 3,6 millions dans les charges du Journal.

Administration et gestion des abonnés totalisent environ 3 millions.

Marketing: ce poste couvre essentiellement les frais de promotion et de recrutement des nouveaux abonnés. Pour le Journal il représente 1,2 millions.

sa rédaction», de tolérer d'inadmissibles dérapages dans le traitement des informations et de courir plusieurs lièvres à la fois (Présidence du Conseil d'administration de Migros Genève, etc...). Ce qu'ils oublient parfois c'est que par leurs interventions, leurs indiscretions, leurs relations directes avec de nombreux salariés du Journal, ils sont bien souvent les premiers à affaiblir l'autorité et la motivation du directeur de la publication.

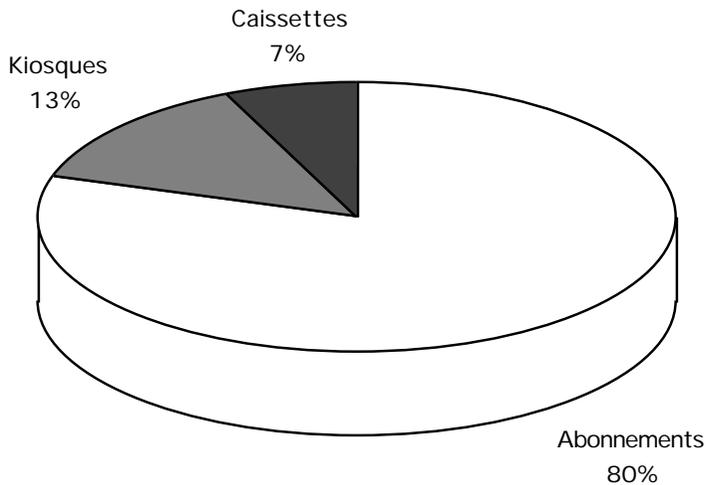
La nomination d'Ignace Jeannerat au poste de rédacteur en chef amorce une nouvelle dynamique. Il comprend bien les règles de gestion et assimile sans aucune difficulté la technique commerciale. Sa sensibilité et sa modération lui valent la confiance unanime du personnel. Il contribue beaucoup à faire de ce Journal une entreprise à part entière dont la culture se modernise chaque jour.

Depuis le printemps 1996, Kaspar von Hammerstein⁽¹⁾, directeur-adjoint, intelligent et pragmatique, est l'interlocuteur direct des administrateurs qui ainsi court-circuitent un peu plus le directeur. Il met en place toutes les mesures d'économies préconisées par l'Institut Mac Kinsey⁽²⁾, qui permettront cette année-là, sans effectuer de licenciements, une réduction des pertes d'exploitation de 3,5 millions en 1995 à 2,1 en 1996.

(1) Ingénieur en arts graphiques, tout d'abord responsable de l'informatique, puis directeur-adjoint chargé essentiellement de la technique et de la gestion.

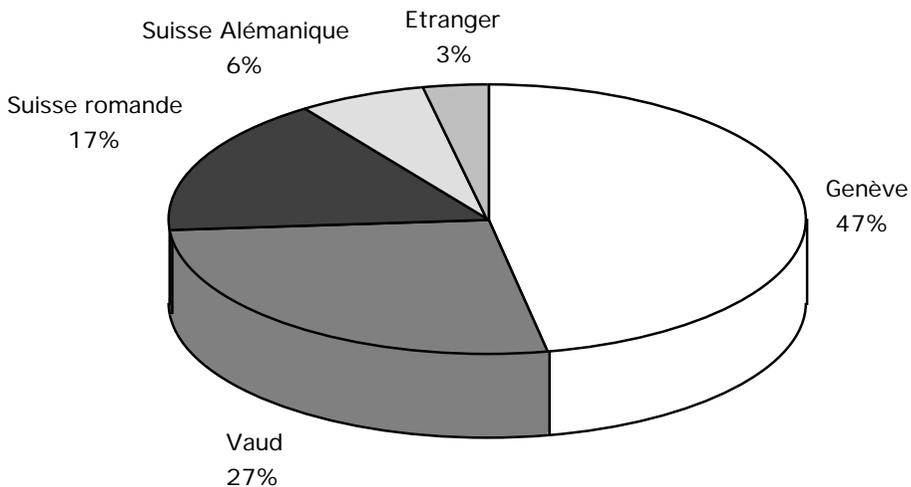
(2) Société mandatée en 1995 par les grands actionnaires pour auditer le Journal, évaluer sa viabilité économique et préconiser des mesures à court, moyen et long terme. L'expert qui a dirigé cette étude, Remi Best, travaille désormais chez Pictet.

Structure des recettes lecteurs du JdG



Les recettes d'abonnement sont d'une exceptionnelle stabilité, avec chaque année environ 18% de désabonnement et presque autant de nouveaux abonnements spontanés. La moitié des abonnés le sont depuis plus de 11 ans et un quart depuis plus de 30 ans...

Répartition géographique des abonnés du JdG



Malgré son ancrage genevois, c'est sur le canton de Vaud que le lectorat du Journal n'a cessé de progresser depuis cinq années.

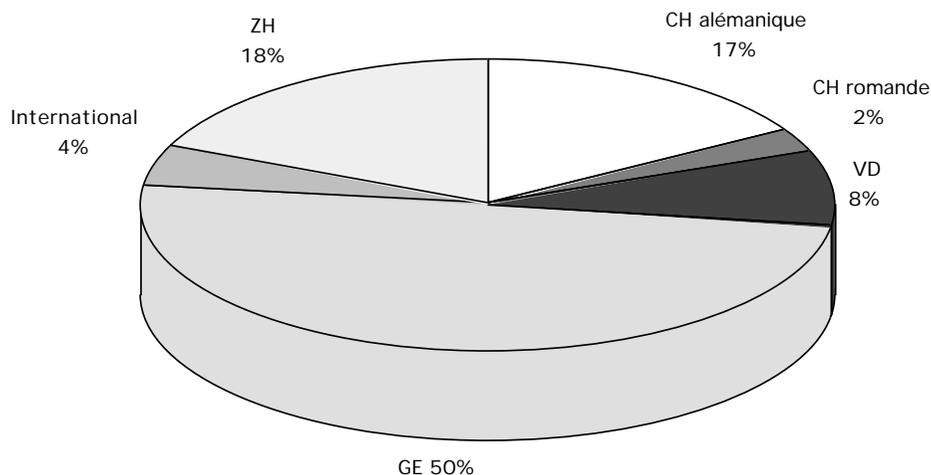
D'août à octobre 1996, j'apprends à connaître le Journal, ses lecteurs, sa régie de publicité, ses annonceurs, ses amis. Ce qui le distingue des autres titres, c'est essentiellement son culte du lecteur. L'annonceur, le fournisseur et même l'actionnaire passent bien après le lecteur-roi. Au journal, le comble de la grossièreté consiste à prendre le lecteur pour un simple consommateur. Les entorses existent mais elles sont rares. Un désabonnement motivé y est ressenti plus durement qu'une annulation de publicité.

Justement, au service marketing, nous préparons l'année 1997 qui verra la création d'une cellule de télévente destinée à relancer systématiquement tout le désabonnement (dissuader les abonnés de quitter le Journal coûte 25% moins cher que d'en recruter de nouveaux). Nous envisageons par ailleurs la transformation de *Références*⁽¹⁾ en un magazine financier trimestriel, la multiplication des actions de vente d'abonnements aux hôtels, bistrotts, entreprises et compagnies aériennes, et surtout le développement de séminaires professionnels destinés à renforcer notre position de leader sur les secteurs «business to business». Dans le domaine du marketing financier, le nom *Journal de Genève* a valeur de sésame et notre marge de progression me semble considérable. Les banques étrangères en Suisse sont très demandeuses.

Le *Nouveau Quotidien*, notre principal concurrent sur le plan romand, enregistre déjà depuis un certain temps une chute sensible de ses recettes publicitaires et parmi les professionnels de la communication le doute commence à se

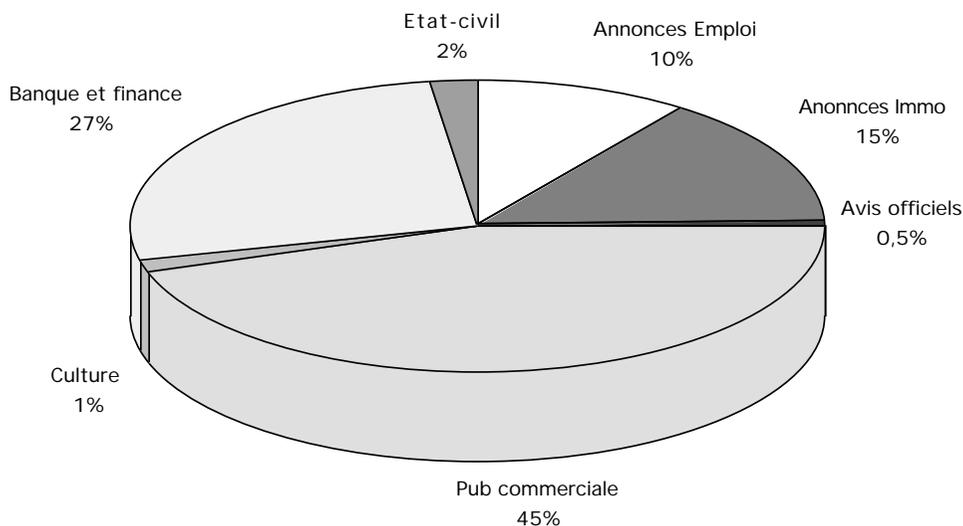
(1) Publications financières du Journal, dirigées par Paul Coudret. Les premières éditions étaient thématiques (Fonds de Placement, Produits Financiers, Bourse de Genève) et diffusées uniquement sur demande.

Provenance géographique de la publicité JdG



La publicité nationale provient essentiellement de Suisse alémanique (concurrent: le *Nouveau Quotidien*). Mais la publicité genevoise (près de 12 millions par an) est avant tout liée à l'ancrage local du titre (concurrent: *La Tribune de Genève*).

La publicité JdG par rubriques



Contrairement à ce que l'on pourrait imaginer, la publicité des banques et de la finance provient aux trois quarts de Zurich et de l'étranger. La place financière genevoise investit moins d'un million par an dans le JdG.

répandre quant à la crédibilité de ses chiffres de lectorat. Parallèlement, de nombreux annonceurs locaux de la *Tribune de Genève* se plaignent de n'être pas bien traités et laissent entendre qu'ils soutiendraient volontiers un *Journal de Genève* un peu moins condescendant à leur égard, un peu plus proche du terrain.

Durant la même période Ofa met en place une véritable machine de guerre commerciale. Fini la monoculture administrative, des vendeurs sont embauchés ⁽¹⁾. Une partie d'entre eux s'appuie sur l'aura locale du Journal pour proposer des services d'agence média⁽²⁾. Ils se voient peu à peu confier la gestion de budgets publicitaires de banques, d'assurances ou de grandes enseignes genevoises. Le Journal en est naturellement le premier bénéficiaire. L'autre partie des vendeurs démarche directement pour le titre, développant ainsi le portefeuille des petits annonceurs locaux. Ofa joue donc à fond la double carte de l'implantation genevoise et de l'image économique et financière du Journal. On verra combien, dès l'année suivante, cette vision était parfaitement juste.

(1) Ofa fait naître ainsi au sein de Publigroupe une vraie concurrence interne, voire une contre-culture face au géant Publicitas.

(2) Gestion des budgets de promotion dans les medias: sélection des titres appropriés, réservation des espaces, fourniture des films publicitaires aux divers formats et dans les délais, etc.

Journal de Genève Parution du 4 octobre 1996

«Le moins que l'on puisse dire, c'est que Georges Urban, après la fin de sa carrière d'associé de MM. Hentsch & Cie, n'a pas passé jusqu'ici une retraite inactive. Déjà engagé dans la Fondation Genève Place Financière et dans la préparation de la Bourse électronique suisse, il s'est aussi plongé dans le monde de la presse en acceptant la présidence du *Journal de Genève et Gazette de Lausanne*. Il l'a fait dans des conditions particulièrement difficiles. C'est en effet largement à lui que nous devons d'avoir persuadé les principaux anciens actionnaires – et quelques nouveaux – d'apporter les importantes ressources nouvelles indispensables à la survie de notre titre. Il a su évoquer avec une intime conviction, qui a porté tous ses fruits, les valeurs essentielles que cultive ce journal dans le paysage médiatique romand. Fermement attaché lui-même à ces valeurs de rigueur, de tradition, de qualité journalistique, d'éthique professionnelle, il en a assuré la pérennité. Mais il ne s'est pas borné à récolter les appuis financiers correspondants. Il a aussi communiqué sa conviction à tous ceux qui – à un titre ou à un autre – exercent une fonction dans ce journal: directeur et rédacteurs surtout, mais aussi administrateurs et techniciens de toutes professions. Son engagement personnel a permis de retrouver la confiance. Sa courtoisie a fait accepter les critiques, sa bienveillance apprécier ses encouragements. Ce serait toutefois une grave erreur de voir en Georges Urban seulement un homme de devoir et de tradition. Il est aussi celui des méthodes modernes de gestion, plus précises, plus rationnelles. Il est encore celui qui nous a mis sur les voies infiniment prometteuses de l'informatique et du multimédia. Aujourd'hui, la survie du Journal une fois encore sauvegardée et ces voies d'avenir engagées, il demande de souffler un peu. Nous aurions mauvaise grâce à lui contester ce droit légitime. Et si tous, nous reprenons le témoin, nous savons combien Georges Urban restera attaché à ce journal et combien sa présidence aura suscité respect, gratitude et amitié. Nous lui souhaitons une longue retraite – enfin un peu plus calme. Et nous espérons qu'il retrouvera dans ces pages et dans toutes celles qui suivront jour après jour la marque de son exigence à l'égard des valeurs d'information et de culture qu'il a privilégiées».

Gilbert Coutau

2

Alors que tout s'organise pour permettre au *Journal de Genève* un spectaculaire redressement économique, un véritable coup de tonnerre éclate **le 1er novembre**. Selon leur président, Gilbert Coutau, les administrateurs viennent de mandater David de Pury pour négocier un rapprochement avec le *Nouveau Quotidien*.

Cette nouvelle contient deux informations essentielles: primo les principaux actionnaires du Journal ne sont plus attachés à leur titre. Secundo, leur intention, souvent annoncée, jamais appliquée, de ne plus recapitaliser le Journal une nouvelle fois est maintenant tout à fait crédible. Ce qui oblige (enfin) l'entreprise *Journal de Genève* à se trouver rapidement une solution financièrement viable.

Deux attitudes dominent dans l'entreprise. La première consiste à s'opposer activement à ce projet de fusion. On

De: Esther Mamarbachi (4.11.1996)
A: France Badel, Philippe Bendal, Katia Berger, Christian Bernat,
Sylvain Besson, Patricia Briel, Emmanuelle Brossin, Laura Bucciarelli, Eric
Budry,
Christian Campiche, Igor Chlebny, Marilisa Copetti, Pierre Cormon, Giuseppe
Costa, Paul Coudret,
Jean-Marc Crevoisier, Alain Croubalian, Collab. Culture, Philippa de Roten,
Olivier Dessimoz,
Carinne Dichey, Nicolas Dufour, Roland Ecoffey, Sandrine Fabbri, Justin Favre
od,
Isabel Garcia-Gill, Mehmet Gultas, Francis Haller, Valérie Hoffmeyer, Marie
lle Hollender,
M. Jaques-Dalcroze, Annick Jeanmairet, Jacques Jeannerat, Anne Kauffmann, F
rédéric Koeller,
Culture Lausanne, Luis Lena, Anne-Marie Ley, Esther Mamarbachi, Giancarlo M
ariani,
Isabelle Martin, Philippe Mathonnet, Thierzy Mertenat, François Modoux, Alb
erto Montesissa,
Pierre Novello, Patrick Oberli, Technique PAO, M.-C. Petit-Pierre, Pascal P
raplan, Marc Ramon,
Mikhail Ramseier, Raoul Riesen, Christophe Roulet, Anja Siebold, André Vall
ana, Fr. Weillhammer

A PROPOS DE PV séance de rédaction du 4 novembre 1996
On aurait dû parler de la nouvelle rédaction en chef ainsi que du système d
e
sentinelles. C'est finalement de l'avenir de notre journal dont il a été
question... et de celui de notre cher concurrent mais néanmoins ami L'ANQ. M
algré
les affres qui semblent s'abattre sur nous, je crois qu'il est important d
e
continuer à faire le meilleur journal qui soit, quand bien même la situati
on ne
soit pas des plus stimulantes. Voilà pour le moral des troupes.
On pourrait résumer la discussion de ce matin en reprenant une phrase bien
sentie
de ce matin: «on est fait comme des rats». Et cela sans faire de défaitism
e
aucun, mais en restant tout simplement très pragmatique. Les cartes ne son
t tout
simplement pas entre nos mains. Il a donc été décidé d'alerter un maximum
de
journalistes pour rétablir la vérité sur certains faits. Il nous semble en
effet
primordial de couper court à la rumeur voulant faire du JdG un quotidien a
ux
abois. Il faut à tout prix faire comprendre à l'opinion public que s'il es
t un
canard au bord du gouffre, c'est bien le NQ qui ne survit que grâce aux mi
llions
d'Écipresse. Les estimations font systématiquement état de pertes variant
entre 4
et 6 millions de francs. Christian Campiche devrait prendre contact avec l
es
correspondants du Bund (Evelyne Kobelt) et de la Berner Zeitung. J'ai moi-
même
reçu tout à l'heure un appel de l'hebdomadaire Facts et JMC a parlé avec l
e
correspondant du Tagi en Suisse romande. C'est ainsi psut-être que la véri
té sera
rétablie. Christian Campiche devrait aussi rencontrer Michel Barde

Le 4 novembre 1996 Esther Mamarbachi, présidente de la société des rédacteurs du Journal envoie un message électronique à tous les journalistes JdG.

adopte les réflexes habituels en ce genre de circonstances: assemblées générales, pétitions, apostrophes, mur de lamentations, etc... La seconde tend vers la résignation, reconnaissant qu'une voie en solitaire condamnerait de toute façon le Journal à moyen terme. On tente d'imaginer ce que pourrait être un nouveau titre, né du *Journal de Genève*, de la *Gazette de Lausanne* et du *Nouveau Quotidien*. On s'oriente, sans grand enthousiasme, vers un journal national suisse de langue française.

Le 4 novembre 1996 Esther Mamarbachi, présidente de la société des rédacteurs du Journal envoie un courrier électronique à tous les journalistes JdG (voir ci-contre):

«On est faits comme des rats (...). Il a été décidé d'alerter un maximum de journalistes pour rétablir la vérité sur certains faits: il nous semble en effet prioritaire de couper court à la rumeur voulant faire du JdG un quotidien aux abois. Il faut à tout prix faire comprendre à l'opinion publique que s'il est un canard au bord du gouffre, c'est bien le NQ qui ne survit que grâce aux millions d'Edipresse. Les estimations font systématiquement état de pertes variant entre 4 et 6 millions de francs (...).»

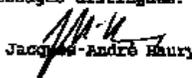
S'en suit une répartition entre journalistes des contacts à prendre d'urgence auprès de leurs confrères romands et alémaniques. Elle conclut:

«C'est ainsi peut-être que la vérité sera rétablie».

Le 27 novembre Jacques-André Haury nous communique par fax la position du bureau exécutif du Parti Libéral Vaudois à propos d'une éventuelle fusion entre les deux titres

L'assurance que le nouveau journal né de la fusion qui se prépare conservera la ligne rédactionnelle du JdG et GdL. Lorsque des garanties auront pu lui être données, il vous invite à prendre directement contact avec M. Philippe Leuba, Secrétaire général, pour régler les modalités, dans le sens de votre proposition du 11.11.96. A défaut, il sera contraint de la refuser.

J'imagine, cher Monsieur, que, au terme des discussions que j'ai eu le plaisir d'avoir avec vous, cette position ne vous surprendra pas, et j'espère très vivement qu'il vous sera possible de nous apporter les garanties demandées. Dans cette attente, je vous adresse mes messages distingués.


Jacques-André Haury

JACQUES-ANDRÉ HAURY
5, AVE. DE RIVIERE
1005 LAUSANNE
Tél. 021 323 82 42
fax 323 40 84

Monsieur Dominique Flaux
Journal de Genève et
Gazette de Lausanne
12, rue de Heese
1211 Genève

Lausanne, 27 novembre 1996

Concerne : accès au fichier du Forum libéral

Cher Monsieur,

Votre lettre du 11 ct. m'est bien parvenue, et je vous en remercie. Le Bureau exécutif du Parti libéral vaudois s'est penché sur cette question lors de sa séance du 25 ct. De ses discussions, je dégage les points suivants :

1. Le parti libéral vaudois a toujours considéré que le Journal de Genève et Gazette de Lausanne exprime un courant de pensée dont il se sent proche. Il trouve donc naturel que ses membres soient invités à s'abonner à votre journal, s'ils ne figurent pas déjà au nombre des abonnés. Dans le principe, le Bureau exécutif envisage donc volontiers de mettre le fichier Forum - plus de 15'000 adresses - à votre disposition.

2. La perspective d'une fusion avec le Nouveau Quotidien suscite, parmi les libéraux vaudois, une certaine crainte. Ils expriment une vive réticence à l'endroit de la ligne rédactionnelle du Nouveau quotidien, réticence qui porte sur certaines options politiques, mais davantage encore sur un style journalistique particulièrement agressif. Les libéraux les premiers admettent que la presse exerce son rôle critique, aussi bien à leur endroit qu'à l'égard de quiconque. Mais ils ne pensent pas que l'harmonie sociale, surtout en des temps difficiles, soit possible si les divers pouvoirs - et la presse constitue l'un d'eux - ne manifeste pas un certain respect à l'égard des autres partenaires. Dans son souci de créer l'événement et de le gonfler, quelle que soit l'importance réelle des faits rapportés, le Nouveau Quotidien ne paraît pas partager ce souci éthique.

3. Le Bureau exécutif du Parti libéral vaudois est donc disposé à soutenir le JdG et GdL, mais pas le NQ. C'est la raison pour laquelle, il décide de mettre le fichier du Forum libéral à votre disposition lorsqu'il aura acquis

Le 27 novembre Jacques-André Haury nous communique par fax la position du Bureau exécutif du Parti libéral Vaudois à propos d'une éventuelle fusion entre les deux titres

Ils énumèrent leurs griefs à l'encontre du *Nouveau Quotidien*:

«Dans son souci de créer l'événement et de le gonfler, quelle que soit l'importance réelle des faits rapportés, le Nouveau Quotidien ne paraît pas partager ce souci éthique»

Puis ils annoncent la suspension de notre collaboration marketing (mailings en préparation à l'attention des libéraux vaudois).

«Le bureau exécutif du Parti Libéral Vaudois est donc disposé à soutenir le JdG /GdL, mais pas le NQ».

Ainsi, le fossé qui sépare les deux titres de presse n'est pas la Versoix. Il est bel et bien politique et culturel.

Un comité de négociation est mis en place. Il regroupe les directions des deux titres à fusionner. Antoine Maurice apprend qu'il n'en fait pas partie. Il ressent très durement cette négation de sa fonction de rédacteur en chef.

Le nom de Jacques Pilet, avancé pour la direction de ce nouveau journal, attise considérablement les oppositions. Les négociateurs cafouillent, ils semblent manquer de vision d'avenir. Aux rumeurs les plus alarmantes, ils n'opposent aucune explication rassurante.

Au retour de la première séance du comité de négociation, Ignace Jeannerat tire la sonnette d'alarme auprès de quelques journalistes. Il craint que nos administrateurs, néophytes en matière de presse, ne soient pas en mesure de défendre correctement les intérêts du Journal face à Pierre Lamunière et à ses collaborateurs directs. La nouvelle se propage comme une traînée de poudre.

Le 5 décembre une pétition circule. L'entreprise se bloque. Elle est à deux doigts de la grève quand Edipresse annonce son retrait des négociations. Pour la rédaction du Journal, c'est une victoire fêtée bruyamment avec force champagne, au nez et à la barbe de Gilbert Coutau. Pour les administrateurs, c'est un échec offensant qui annonce des lendemains douloureux.

Le fossé se creuse dangereusement entre l'entreprise et ses principaux actionnaires. Ces derniers se réunissent pour tirer la leçon des événements. Ils signent une convention qui prévoit, entre autres, de supprimer à moyen terme le poste de directeur de la publication. Marian Stepczynski est en effet désigné responsable de leur échec. Dans un second temps, le conseil d'administration exige des mesures instantanées pour assurer un million d'économies sur le budget 1997. Toutes les rationalisations techniques ayant été effectuées en 1996, ce million ne peut plus se trouver que dans les salaires et charges. Un plan d'une dizaine de licenciements est donc agendé pour le début 1997. C'est le coût immédiat de la rébellion.

Le 20 décembre, Kaspar von Hammerstein me confie la décision des administrateurs de sortir Marian Stepczynski du jeu et de mettre en place une direction à trois «à la NZZ»: un directeur-rédacteur en chef (Ignace Jeannerat), un directeur administratif (lui) et un directeur commercial que, dit-il, je pourrais être. Il me précise qu'Ignace Jeannerat et lui ont déjà donné leur accord de principe. Je propose que cette hypothèse soit abordée en face à face avec Marian Stepczynski. Finalement en présence de leur directeur, Ignace Jeannerat et

Kaspar von Hammerstein conviennent avec moi qu'«*aucun de nous trois ne fait le poids*» et que nous avons absolument besoin d'une autorité intellectuelle (qu'ils n'ont pas encore) pour assurer notre indépendance. Ils s'engagent à co-signer un petit mot en ces termes à Gilbert Coutau.

Ils n'en feront rien et demanderont seulement que l'application de cette décision soit reportée à des jours plus propices.

Déclarations après l'échec des négociations

«*Il faudra entre 8 et 10 ans pour que le Nouveau Quotidien équilibre ses comptes*». **Jacques Pilet**, le 5.12.96 au Teletext Suisse.

«*Ce journal d'envergure devrait naturellement disposer de moyens considérables. La Suisse romande est-elle capable de nourrir un tel journal ? Je n'en suis, hélas, pas certain. Nous sommes en train de prendre conscience que cette région est extrêmement petite, et qu'elle condamne un certain nombre de projets*». **Guillaume Chenevière**, le 12.12.97 à l'Hebdo.

«*Je suis convaincu que cette région a une force de proposition importante. Il lui manque simplement un relais*». **Bénédict Hentsch**, le 12.12.96 à l'Hebdo.

«*Les travaux exploratoires ont fait apparaître qu'une telle opération aurait inévitablement entraîné une centaine de licenciements (...). Une mesure aussi rude, dans le marasme que connaît la Suisse romande aujourd'hui, ne peut se justifier qu'en cas de nécessité absolue*». **Jacques Pilet**, le 6.12.96 dans Le Nouveau Quotidien.

Le 5J: explication

1) Abandon de l'édition généraliste du Samedi. Il faut savoir que le Journal est lu à 60% dans les entreprises. C'est donc plus de la moitié du tirage qui reste chaque samedi dans les cases postales ou sur les bureaux jusqu'au lundi matin. Quant à l'autre moitié, elle est majoritairement composée de lecteurs du *Samedi Littéraire*. L'abandon de l'édition généraliste du samedi nous permettait ainsi de réaliser une économie annuelle proche de 1,5 mios sans porter préjudice au titre.

2) Autonomie du *Samedi Littéraire*. Pour les mêmes raisons, tirer le *Samedi Littéraire* à 32000 exemplaires était inutilement coûteux en papier et en impression. Le proposer en option aux abonnés nous permettait d'ajuster son tirage au volume utile (entre 15 et 20'000 ex.) et de baisser les tarifs publicitaires en conséquence. De ce fait, il devenait un hebdomadaire attractif pour les annonceurs culturels, pour les éditeurs et pour certaines marques haut-de-gamme visant une clientèle cultivée.

3) *Lundi Finance*. Ce supplément donnait du corps à l'édition du lundi, notoirement faible. Elle renforçait le leadership du Journal sur le secteur des annonces financières et bancaires. De plus, une page était mise à la disposition des entreprises suisses pour publier leurs résultats financiers, leurs informations de management ou de stratégies.

4) *Sortir*. Très axé sur le septième art, ce supplément a rencontré l'adhésion immédiate du groupement des cinémas genevois, de plusieurs exploitants de salles romandes et de distributeurs de films en Suisse. Il ouvrait le Journal à un lectorat plus jeune, plus hédoniste et, par conséquent, à des annonceurs nouveaux (Levis, BAT, etc.). Son financement était acquis avant le premier numéro, rien que par la publicité.

5) *Vendredi International*. Cinq à six pages d'informations internationales, de dossiers et d'enquêtes offraient une lecture de week-end très appréciée. Le Journal pouvait ainsi capter des parts de lectorat ou de publicité internationale réservées jusqu'à lors aux titres anglophones, au *Courier International*, au *Monde Diplomatique*, etc.

Toutes les estimations, même les plus conservatrices, ont confirmé nos hypothèses de base à savoir que le 5J permettait une réduction des coûts d'exploitation de fr. 800'000 et des recettes supplémentaires pour un montant minimum de fr. 900'000. Ce qui garantissait au Journal la sortie des chiffres rouges en 1998.

3

Durant les fêtes de fin d'année, je travaille à la maison sur un projet de repositionnement du Journal.

Le 5 janvier 1997, dès la rentrée, je sollicite une réunion de direction (Marian Stepczynski, Ignace Jeannerat, Kaspar von Hammerstein, Antoine Maurice, et les deux chefs d'édition, Laure Schmied et Olivier Perrin) afin de présenter un train de propositions dont certaines avaient déjà été évoquées avant les fêtes: remplacer l'édition généraliste du samedi par un Samedi Littéraire autonome, renforcé et vendu en kiosques toute la semaine, puis dynamiser les éditions quotidiennes du lundi au vendredi par la création de suppléments ou de cahiers spéciaux (*Lundi Finance, Sortir et Vendredi International*).

Même sur la base de prévisionnels pessimistes, ce train de mesures doit nous sortir des chiffres rouges en moins d'une



Les maquettes du Samedi Littéraire,
de Sortir et de Vendredi International

année. Kaspar von Hammerstein reprend tous mes calculs. Ofa vérifie toutes mes hypothèses de recettes publicitaires. L'opération s'avère effectivement jouable. La direction décide de proposer ce projet dénommé «5J» au prochain conseil d'administration. Avant cela un avis supplémentaire est demandé à Remi Best, qui avait mené en 1995 l'audit du Journal pour le compte de Mac Kinsey. Il donne également son approbation. Le 5J est officiellement validé le **25 février 1997**. Gilbert Coutau s'adresse à l'ensemble du personnel du Journal pour affirmer son soutien et sa pleine confiance dans la mise en place de cette nouvelle formule. Il précise même que «*pour la première fois depuis fort longtemps, le conseil d'administration, la direction et le personnel du Journal peuvent se rassembler sur une vision commune*». La dynamique 5J se met en place.

Dès les premiers mois de l'année 1997, nous constatons une augmentation très sensible de nos recettes de publicité, alors que le *Nouveau Quotidien* poursuit sa chute. Les agences de publicité commencent à réviser leur préavis favorable à l'égard du titre de Jacques Pilet. Les vendeurs d'Ofa entrent dans une dynamique de succès et de foi dans ce produit qui devient de plus en plus leur Journal. La Banque Édouard Constant⁽¹⁾ nous consacre une large part de son budget de lancement. Les avis financiers, y compris internationaux, se multiplient. La publicité locale genevoise progresse, particulièrement sur les suppléments immobilier et emploi.

Les travaux de conception de la nouvelle formule vont bon train. Malgré le blocage des salaires, les dix récents licenciés

(1) Ex-Banque Scandinave en Suisse, appartenant à la Fondation de famille Sandoz



Le thème général de la campagne 5J dont le lancement était agendé au premier septembre. (d'après Roy Lichtenstein)

ments et le manque de moyens, chacun assume cette charge en plus de réaliser un journal quotidien. La fatigue se fait souvent sentir, mais les bons résultats redonnent espoir.

Le groupement des cinémas genevois et plusieurs exploitants romands soutiennent notre projet de supplément «Sortir» à paraître le jeudi, essentiellement consacré à l'actualité et aux programmes de cinéma.

Une maquette est réalisée par le studio graphique de Daniel Hostettler. Ofa la présente à Levis et la BAT, deux grands annonceurs qui n'avaient encore jamais investi dans le Journal: ils garantissent sans hésiter leur participation publicitaire.

Des rumeurs ne cessent de circuler à propos d'une secrète reprise des négociations JdG-NQ. Forts de la parole de Gilbert Coutau, nous les balayons d'un revers de main et continuons notre travail sans états d'âme.

Par sa charge symbolique, l'annonce du départ d'Antoine Maurice pour la *Tribune de Genève* affecte beaucoup l'entreprise. S'ensuit alors une fuite à propos d'un autre départ programmé depuis décembre, celui de Marian Stepczynski. La rumeur dit que l'information est passée de Gilbert Coutau à Antoine Maurice qui l'aurait rapportée à Guy Mettan⁽¹⁾. Le bateau tangué. Personne ne comprend ce qui peut bien motiver nos administrateurs à déstabiliser pareillement l'entreprise alors que nous préparons la nouvelle formule et que nos résultats s'améliorent de jours en jours.

Nous sommes sans cesse interrogés par l'ensemble de nos interlocuteurs et nous engageons tout notre crédit à démentir

(1) Directeur-rédacteur en chef de la Tribune de Genève

les rumeurs à propos d'une prochaine fusion.

Pourtant la promotion de Jacques Pilet à la direction des publications d'Edipresse Suisse inquiète les plus méfiants d'entre nous. Les obstacles à la fusion semblent s'éliminer peu à peu. Ignace Jeannerat demande au conseil d'administration des assurances quant à la non reprise des négociations. On les lui donne. Il relaie personnellement les promesses qui lui sont faites: «*Je fais voeu d'aller jusqu'à Lourdes à pied si la fusion intervient avant deux ans!*».

Afin de renforcer les chances de survie et d'indépendance rédactionnelle du Journal, Paul Coudret et moi décidons d'initier une «société de lecteurs du Journal». Le but est en fait de regrouper les petits actionnaires attachés au titre et de proposer leur représentation au conseil d'administration.

Une première réunion se tient le **16 juin** au carnotzet de l'International. Elle rassemble essentiellement des membres ou ex-membres du personnel du Journal, dont Ignace Jeannerat, Jean-Marc Crevoisier (chef de la rubrique Suisse), Christian Campiche (chef de la rubrique Économie), Françoise Buffat... Nous décidons de faire appel à quelques personnalités de confiance pour lancer avec nous cette proposition. Paul Coudret approche Jaques Vernet qui manifeste un intérêt pour la présidence de cette société. D'autres envisagent de solliciter Olivier Vodoz.

Le 20 juin, les premières maquettes de la nouvelle formule sont achevées dans les délais prévus. Nous terminons le montage d'un film publicitaire de trente secondes, tourné à Genthod, destiné à Cinélaç et aux salles romandes de cinéma Independent Pictures (label de qualité).

Deux jours plus tard nous recevons les chiffres de la comptabilité: pour le premier semestre 1997 nous enregistrons un bénéfice d'exploitation proche de Fr. 300'000.-.

Les abonnements progressent de 400 unités sur le seul mois de juin. Notre lectorat semble bien accepter le projet 5J et le remplacement de l'édition généraliste du samedi par un *Samedi Littéraire* autonome. Les réservations publicitaires de juillet s'annoncent plutôt bonnes. Nous en sommes maintenant convaincus. En 1998, le Journal sera sorti d'affaires.

D'autant que, selon nos informations, confirmées par les statistiques mensuelles de la REMP, les chiffres de publicité du *Nouveau Quotidien* poursuivent leur inexorable baisse.

En six ans Edipresse aura donc dépensé probablement plus de quarante millions pour déloger le Journal. Durant la même période, nos actionnaires en auront opposé un peu plus de vingt pour sauvegarder leur titre.

Le 24 juin, un brusque message sur tous les ordinateurs du Journal nous invite à rejoindre la salle de conférence pour une information de Gilbert Coutau.

Accompagné de Maître Verrey, secrétaire de la Fondation de famille Sandoz, notre Président lit sa déclaration. Nous apprenons qu'il vient de signer avec Pierre Lamunière une lettre d'intention dans le but d'organiser la fusion du *Journal de Genève* et du *Nouveau Quotidien*. Après la séance, dans les couloirs on entend les mots «trahison», «humiliation» «dégoût». La blessure est profonde.

Le 26 juin nous sommes tous assommés. J'annule la campagne publicitaire réservée pour septembre et j'écris à Eric Hoesli pour lui expliquer combien il serait absurde sur le plan

Extraits de presse et déclarations à chaud

Trente, quarante millions, peut-être plus, ont été engloutis dans le projet «Nouveau Quotidien». Sans que celui-ci, malgré une qualité certaine, ne parvienne à l'équilibre. On parlait déjà, comme aujourd'hui d'une NZZ romande. **Alain Fabarez** (Agefi, 25.06.97)

Le Nouveau Quotidien et le Journal de Genève meurent. Place au Nouveau Journal. Opération d'avenir ? cela reste à voir... **Stéphane Sieber** (L'Express 25.06.97)

L'addition des deux tirages ne se retrouvera pas pour le Nouveau Journal qui devrait atteindre la masse critique de 50'000 ex. mais qui serait bienheureux d'en récupérer 40'000 en attendant de faire ses preuves. **Gil Baillod** (L'Impartial 25.06.97)

Chaque journal qui disparaît entraîne dans sa mort la plupart de ses lecteurs. La Suisse a été l'exemple le plus frappant de ces dernières années. La Tribune de Genève et le Journal de Genève étaient persuadés de pouvoir récupérer les lecteurs de leur concurrent disparu. Or à peine un sixième d'entre eux a modifié ses habitudes de lectures en se reportant sur d'autres titres. **Drago Arsenijevic** (Nord Vaudois 26.06.97).

On veut bien voir venir, mais des précédents et les contraintes économiques et financières risquent bien d'avoir raison de l'ambition des promoteurs du Nouveau Journal. **Gracchus** (Le Peuple Valaisan 04.07.97)

Je suis tout à fait favorable à l'objectif que nous nous sommes fixés. Mais je crains que certains ne confondent les journaux avec des entreprises de savonnettes. **Michel Barde**, le 28.06 au Matin.

«L'ambition de faire du NQ un organe supra cantonal a été couronnée de succès. La fusion au sein du Nouveau Journal permet d'ancrer cette idée initiale avec une force extraordinaire». **Jacques Pilet**, le 25.06.97 à l'ATS

Ce qui me choque dans ce projet, c'est la concentration de l'offre publicitaire. Une énorme partie du marché est déjà dans les mains de Publicitas et on est en droit de se demander si, avec cette nouvelle étape, on reste dans le cadre de la loi. **Pierre-François Unger** (Président du PDC Genève), le 26.06.97 au Journal de Genève et Gazette de Lausanne.

marketing de ne pas reprendre le nom *Journal de Genève*. Il part en vacances pour un mois. Il ne répondra jamais à cette lettre.

Le 27 juin, l'assemblée générale des actionnaires du Journal illustre le paradoxe. Le directeur de la publication annonce le redressement en cours et les bonnes perspectives. Le Président annonce la mise à mort du titre.

Il parle d'un nouveau journal qui visera entre 50 et 60'000 exemplaires et dont le projet sera soumis aux actionnaires lors d'une prochaine assemblée générale extraordinaire. Jaques Vernet exprime son mécontentement. Il n'accepte pas «cette politique de la table rase» et se pose en ferme défenseur du nom *Journal de Genève*. Il dénonce le déséquilibre des forces au sein du comité de pilotage et la mainmise d'Edipresse sur ce projet de nouveau journal.

D'autres interventions de petits actionnaires se succèdent, toutes dans le même sens, opposées à la fusion. Gilbert Coutau quémande alors quelques interventions de soutien. Pierre Darier se lève pour fustiger la rédaction du Journal et ses récentes déclarations «passéistes». En écho, Michel Barde adresse un hommage à cette même rédaction «*qui se bat pour son titre et pour ses convictions*». Un autre intervenant souligne que le Journal ayant cessé de soutenir la pensée libérale, il est juste que cette dernière cesse de le soutenir.

Malgré les nombreuses oppositions exprimées, in fine, l'Assemblée entérine les nouvelles nominations au Conseil d'administration: Bénédict Hentsch, Claude Demole et Olivier Verrey sont élus. Il est précisé que Michel Barde et Georges Muller ne se représenteront pas l'an prochain.

LA MACH BASIC, LA REMP ET LE NQ

En Suisse, pour choisir un titre de presse les grands acheteurs de publicité se réfèrent à une statistique essentielle: la «MACH BASIC» qui est l'évaluation officielle de l'audience des journaux. Une société indépendante (REMP) mène un sondage régulier sur l'année auprès d'échantillons d'habitants d'une région donnée quant à leurs habitudes de lecture (en l'occurrence, la Suisse romande). Elle établit ensuite une projection de ces résultats sur l'ensemble de la population concernée et délivre alors les chiffres d'audience MACH BASIC. Ce chiffre est attendu chaque année en septembre par les éditeurs de journaux comme la sanction suprême. Il est hautement stratégique puisqu'il oriente une majeure partie des investissements publicitaires des grandes marques et des sociétés nationales.

Pour 1996 la Mach Basic **Suisse romande** attribuait au JdG 126 000 lecteurs quotidiens et au NQ, 206 000. Ces résultats très en faveur du NQ ont toujours semblé inexplicables. En effet, les deux journaux vendent en moyenne chaque jour un nombre presque identique d'exemplaires en Suisse romande, 27'000 et 29'000 (le tirage contrôlé moins les gratuits ou assimilés, moins les ventes en Suisse alémanique et à l'étranger). Comment le NQ pouvait obtenir 63 % de lecteurs de plus que le JdG avec un nombre presque équivalent de ventes d'exemplaires ? Comment peut-il y avoir en Suisse romande plus de sept lecteurs pour un *Nouveau Quotidien* vendu ? L'explication possible tient dans les investissements pharaoniques que le NQ déployait dans le marketing direct: par exemple, sur les 9 premiers mois de 1997 le planning marketing prévoyait plus de 5,5 millions d'offres d'abonnement dans les boîtes aux lettres et dans tous les magazines romands amis ou concurrents (plus d'un par mois et par foyer). Peut-être s'agissait-il alors moins de réaliser de nouveaux abonnements (qui, au vu du taux de retour, coûtent en recrutement deux à trois fois leur prix annuel) que d'amplifier la notoriété du titre et ainsi influencer sur les sondages de la Mach Basic. Si on ajoute à cela une campagne de publicité (affichage, radio, etc.) le sondé n'a plus qu'un titre de journal en tête: le NQ. Les grands instituts de sondage connaissent bien ce phénomène de distorsion sur les intentions de vote et pondèrent généralement les résultats en fonction de la notoriété des candidats, différente de l'adhésion. La chute des recettes publicitaires du NQ, régulière depuis bientôt deux années, tient peut-être à cette analyse partagée par une grande partie de la profession de la presse et de la publicité.

4

Le 1er juillet je rencontre, à sa demande, Valérie Boagno⁽¹⁾. Nous déjeunons au Lyrique. Elle semble parfaitement connaître son métier. Au terme de cet échange je lui confie la partie de l'étude Mac Kinsey qui concerne le marketing du Journal, avec promesse de confidentialité et de réciprocité. S'en suit durant la semaine une nouvelle réunion de travail au Journal avec les responsables de la publicité des deux titres ainsi que plusieurs échanges de fax et de courriers.

Roland Ray m'apprend qu'Alain Fabarez⁽²⁾ envisage de lancer un hebdomadaire romand économique et financier, sur papier saumon.

Le 8 juillet la première commission marketing et publicité «officielle» se réunit à Rolle (Hôtel RiveRolle) avec Paul

(1) Directrice commerciale du *Nouveau Quotidien*

(2) Editeur du quotidien financier l'*Agefi*

Miskiewicz⁽¹⁾, Jacques Pilet, Ignace Jeannerat, Kaspar von Hammerstein et les chefs de marketing et de pub des deux titres. Jacques Pilet mène la séance.

Au final, il est décidé de concevoir un pool publicitaire⁽²⁾ entre les deux titres, à mettre le cas échéant sur le marché dès septembre ou octobre. Un planning de travail est établi.

Le 9 juillet la société des rédacteurs entame la grève des signatures. Cette démarche n'est pas suivie par les journalistes du *Nouveau Quotidien*.

Premier accroc à la collaboration: alors que j'ai fourni au NQ dès le début du mois tous les chiffres et statistiques de lectorat du JdG, il me faut attendre **le 14 juillet** pour recevoir de leur service marketing, un vague état de leurs abonnés non consolidé, avec un total de 35500 exemplaires, absolument pas crédible. Je demande par retour de fax un tableur moins approximatif. On me rappelle pour me dire qu'une panne informatique interdit d'être plus précis. L'échange devient plus vif. Dans la journée on me faxe un nouvel état des abonnés NQ portant sur des périodes incomplètes et dont la moitié des chiffres est illisible. Le «document» est inexploitable.

Un scénario parfaitement identique se produit entre les régies. Olivier Stussi⁽³⁾ et moi attendons jour après jour les chiffres de publicité des deux titres, indispensables à toute réflexion. On nous les promet toujours pour demain. Nous

(1) Directeur d'Edipresse Suisse

(2) achat simultané d'espaces dans les deux titres à un prix favorable. Il était même question de proposer dès septembre les deux quotidiens au tarif du futur journal. Les mises au point de la Commission de la concurrence ont eu raison de cet élan commercial.

(3) responsable du marketing annonceurs chez Ofa Genève.

attendons une semaine. Puis nous apprenons qu'il faudra patienter encore un peu suite à une panne informatique (!) chez Consultas (société informatique qui appartient à Publigroupe) et que, *«de toute façon, les chiffres NQ ne seront communiqués qu'au NQ et les chiffres du JdG ne seront communiqués qu'au JdG»*. Il est donc impossible d'avoir une vision globale de la fusion sinon chez Publigroupe qui dispose des deux sources.

Ainsi au 16 juillet je ne dispose toujours d'aucun élément fiable, ni en lectorat, ni en publicité, qui me permettrait de d'évaluer la faisabilité de ce nouveau journal. Ce jour là, Ignace Jeannerat réunit l'entreprise pour une séance d'information générale. Il dresse un tableau idyllique des démarches en cours. J'interviens pour dénoncer la rétention d'informations pratiquée par nos partenaires et exprimer mes interrogations sur la viabilité d'une fusion avec un titre dont on ne connaît pas la situation réelle.

Quelques heures plus tard, je suis appelé par Kaspar von Hammerstein et par Ignace Jeannerat - récemment nommés co-directeurs du Journal - pour une ferme mise au point. Kaspar von Hammerstein, excédé, me précise d'entrée de jeu que *«ceux qui ne sont pas d'accord avec la fusion peuvent partir»*. Ignace Jeannerat m'explique qu'il travaille beaucoup à *«convaincre sa rédaction d'entrer dans la logique de fusion»* et que *«mon intervention de ce matin l'a fait reculer de trois cases»*. Il ajoute que si notre rédaction persiste à s'opposer à ce nouveau journal, *«Eric Hoesli ira chercher ses plumes au Nouveau Quotidien où les gens collaborent déjà avec enthousiasme»*. On me dit que *«je ne dois pas communi -*

quer mes craintes, mes doutes, mes suspicions à la rédaction, car je la déstabilise».

Le 17 juillet j'avertis les deux co-directeurs que si je ne dispose pas des chiffres nécessaires le 18 au plus tard, je demanderai à être dispensé des commissions marketing et publicité et j'en informerai la société des rédacteurs. En début d'après-midi, Pierre Hueber, directeur d'Ofa Romandie, vient au Journal annoncer qu'il se trouve également dans l'impossibilité de travailler sur le projet, faute de disposer des informations utiles. Il est furieux. Kaspar von Hammerstein tire enfin la sonnette d'alarme auprès de Gilbert Coutau qui le renvoie à Paul Miskiewicz, directeur d'Edipresse. Une heure après, c'est David de Pury qui téléphone à Ignace Jeannerat. Il promet d'intervenir dès demain auprès de la direction d'Edipresse pour que les chiffres du NQ nous soient fournis sans délai. L'auteur du *Livre blanc* informe également notre rédacteur en chef que les membres du comité de pilotage acceptent qu'un représentant de la société des rédacteurs, Daniel Miéville, assiste à leurs séances en observateur. Ignace Jeannerat lui propose spontanément de faire de cette heureuse décision *«une monnaie d'échange pour la levée de la grève des signatures»*. Il y a quelques mois il disait haut et fort à ses journalistes que l'entrée de David de Pury au conseil d'administration du Journal serait catastrophique pour notre image, qu'elle *«nous collerait une étiquette ultra-droite»* et il suggérait à Marian Stepczynski d'en avertir nos administrateurs.

A ce propos, le soir-même, je téléphone à notre ex-directeur de publication (en congé mais encore en titre) pour lui

demander conseil. Il approuve mon intention de quitter les commissions si je n'obtiens pas les chiffres du NQ. Il me suggère de parler à Georges Urban, à Thierry Lombard⁽¹⁾ ou encore à Michel Barde.

Le 18 juillet je contacte Georges Urban qui me reçoit sans délai. Je lui expose la situation, sans rien lui cacher. Il semble parfaitement comprendre mes craintes et suggère que nous agendions au plus vite une séance avec Michel Barde. Je déduis des quelques phrases qu'il lâche au détour de la conversation que des actionnaires importants sont en train de préparer une alternative à la fusion.

En fin de journée Olivier Stussi m'annonce qu'il vient enfin de recevoir un e-mail avec une partie des chiffres publicitaires du JdG et du NQ. Il recevra lundi matin le logiciel de transcodage et nous pourrons alors commencer à travailler sérieusement sur la viabilité de cette fusion.

Le 19 juillet je suis invité par le NQ au Festival de jazz de Montreux. Dans une petite tente-restaurant «VIP» d'une trentaine de couverts, Valérie Boagno et Marianna di Rocco⁽²⁾ accueillent chaque soir quelques clients. Tout le monde est souriant, tout le monde semble se connaître de longue date. C'est en réalité un club de publicitaires. Je prends la mesure du fossé qui sépare les deux titres. A la différence du Journal centré sur le lecteur, la culture marketing du NQ est centrée sur l'annonceur. Je fais part à Valérie Boagno du profond

(1) Associé de la Banque Lombard Odier, auquel de nombreuses personnes prêtent une opinion plus mesurée quant à l'opportunité de cette fusion. Ses déclarations publiques ne laissent cependant pas transparaître de divergences avec ses confrères.

(2) cheffe de publicité du *Nouveau Quotidien*.

scepticisme qui règne à Genève à propos de la fusion. Je lui confie mes doutes quant à la viabilité de ce nouveau journal dont l'un des deux actionnaires est également le principal concurrent. Elle me répond que «*Jacques a parfaitement compris que les actionnaires du Journal ont sacrifié leur titre parce qu'ils ne parvenaient plus à le contrôler*», mais «*qu'ils se trompent lourdement s'ils croient qu'ils le contrôleront davantage en le confiant à Edipresse*». Elle ajoute qu'il faut avoir confiance car «*Jacques veut l'indépendance de ce nouveau journal et il ne leur fera pas de cadeau*». Elle croit sans doute me rassurer.

Le 21 juillet, justement, Jacques Pilet me téléphone... Il m'assure que je recevrai prochainement les chiffres du NQ et que leur retard n'est dû qu'à des problèmes informatiques ajoutés à la charge que représente le Jazz Montreux Festival pour son équipe de marketing.

Le 22 juillet a lieu à la tour Edipresse, dans la grande salle d'état-major de vitres et de métal, une séance intitulée «*spéciale Roland Ray*» avec Gilbert Coutau, Paul Miskiewicz, Antonin Gross⁽¹⁾, Kaspar von Hammerstein et Ignace Jeannerat. L'ordre du jour consiste à examiner l'avenir des suppléments *Journal de l'Immobilier* et *Mardi Emploi*, coédités par le Journal et par le groupe Quorum. Le consensus se fait rapidement sur la nécessité de préserver le portefeuille d'annonces du *Journal de l'Immobilier*, à l'exception d'Antonin Gross qui précise que ce portefeuille est lié en grande partie à l'implantation locale genevoise du JdG, qui ne sera pas nécessairement une caractéristique du nouveau

(1) Cadre de direction d'Edipresse.

journal. Ignace Jeannerat souligne que la rédaction en chef oppose son veto formel à toute délégation rédactionnelle, ajoutant que cette exigence est encore plus marquée au NQ. En ce qui concerne Roland Ray, tout le monde serait en revanche favorable à lui proposer la régie publicitaire d'un nouveau supplément immobilier. Selon Paul Miskiewicz, Edipresse pourrait lui concéder quelques compensations, s'il renonce sans trop de difficultés aux coéditions et à son portefeuille d'annonces «emploi». Il envisage, par exemple, de consentir au retour d'*Avant-Première* dans les salles Métrociné⁽¹⁾. Antonin Gross suggère une attitude plus offensive. Sa stratégie repose sur le fait que la société simple JdG-Roland Ray exige l'accord des deux parties sur l'ensemble des décisions de management. Il suffit donc, selon lui, de créer un différend suffisamment fort pour que la société simple soit bloquée et fasse l'objet d'une dissolution par jugement. Sa méthode, toute en nuances, ne fait pas l'unanimité. Ignace Jeannerat est désigné directeur de publication des deux suppléments en lieu et place de Marian Stepczynski. Il est tout de même étonnant de constater que, moins d'un mois après l'annonce de la fusion, une telle nomination qui relève de la stricte compétence du conseil d'administration du Journal, soit décidée chez Edipresse.

Autour d'un buffet, après la séance, on échange les petits

(1) Edipresse est un actionnaire majeur de Métrociné. Lors du lancement du magazine *Live* (titre Edipresse), Métrociné a purement et simplement interdit la diffusion d'*Avant-Première* dans toutes ses salles de cinéma. A noter que dans le milieu professionnel, il a souvent été rapporté qu'Edipresse a lancé ce concurrent à *Avant-Première* pour répondre à Roland Ray qui venait de réaliser le *Journal de l'Immobilier*, concurrent de la *Tribune Immo*.

potins de la profession: Alain Fabarez et les raisons pour lesquelles, l'an passé, Edipresse s'est finalement retiré in extremis de l'Agefi, Métrociné qui ne parvient pas à imposer ses salles de cinéma dans le projet de nouveau centre Balexert à Genève. Les cadres d'Edipresse attribuent ces difficultés à Marian Stepczynski⁽¹⁾ qui, selon eux, «*mène une croisade personnelle contre Edipresse*»⁽²⁾. Puis, avec le café, viennent les confessions. Paul Miskiewicz craint que la commission de la concurrence n'assortisse son autorisation d'une ou plusieurs conditions inacceptables pour Edipresse. Ce qui signifie que, jusqu'à décembre, date à laquelle la dite commission rendra son verdict, il est préférable de garder profil bas. Gilbert Coutau sait que des actionnaires importants s'activent contre la fusion, mais il précise qu'il n'ont guère de chances de faire basculer la majorité en leur faveur. Enfin Antonin Gross souligne qu'il faut surveiller de très près ce Pierre Engel qui vient de monter une association des amis du *Journal de Genève*. Selon lui, un professeur de droit à la retraite, «*c'est ce qu'il y a de plus dangereux*».

Le 23 juillet, à l'invitation de Georges Urban, je téléphone à Michel Barde qui souhaite quelques informations quant aux statistiques de publicité du Journal. Je lui explique, chiffres à l'appui, qu'au vu du volume d'annonceurs dupliqués⁽³⁾, si en plus nous perdons notre portefeuille d'annonceurs exclusifs

(1) Marian Stepczynski est Président du conseil d'administration de Migros Genève et de Balexert

(2) Accusation qu'Eric Hoesli portera sur moi quelques semaines plus tard exactement dans les mêmes termes.

(3) les annonceurs communs aux deux titres représentent 20 mios, soit la moitié du portefeuille publicitaire total.

lié à l'ancrage genevois du titre, la fusion donnera naissance à un journal à peine plus important que le JdG ou le NQ. Il s'emporte en affirmant qu'il a toujours pensé cela, que cette analyse ne le surprend pas et qu'il faut «*impérativement arrêter ce pillage*». Lorsque je lui décris toutes les difficultés que je rencontre pour obtenir du NQ des chiffres crédibles en abonnements et en publicité, il répond que, selon lui, les chiffres communiqués par le NQ ne sont pas justes et qu'il faut absolument parvenir à le démontrer. Il ajoute que «*tout cela s'est fait derrière son dos*», qu'il est d'accord pour une recherche de solution à long terme avec Edipresse, mais qu'il désapprouve l'ensemble du dispositif mis en place actuellement. Il me demande enfin, «*en sa qualité d'administrateur*», de «*ne plus transmettre aucune donnée, aucun élément d'information à Edipresse*».

Je propose de lui faxer mes premières analyses (édifiantes) du portefeuille publicitaire du Journal. Il refuse avec vigueur. Je me souviens alors que la veille, Gilbert Coutau n'a pas saisi ce même document que je lui tendais.

Jean-Paul Chassot, responsable de la logistique chez Edipresse confie à Kaspar von Hammerstein que tous les chiffres d'abonnement NQ sont en sa possession et qu'il peut sans aucune difficulté nous fournir les informations utiles. Il précise que son informatique n'était pas en panne et qu'aucune demande de statistiques n'a été formulée par le NQ ces dernières semaines. Paul Miskiewicz l'autorise à me fournir tous les chiffres que je souhaite connaître.

A 16 heures, Ignace Jeannerat réunit l'entreprise pour annoncer que Jean-Jacques Roth, rédacteur en chef adjoint de

De: Ignace Jeannerat (23.07.97)

A: Dominique Fleux, Kaspar v. Hammerstein

19:50
23.7.1997

PROJET Lettre Coutau de Pury

Monsieur le Président du Conseil de pilotage,
Monsieur le Président du Conseil d'administration,

Vous avez confié aux soussignés la mission de préparer le contenu et l'environnement du nouveau Journal, une tâche importante, ambitieuse et riche d'expériences et de rencontres. Nous l'avons endossé avec abnégation et espoir.

Malheureusement, le constat intermédiaire après un mois de travaux est préoccupant. Aujourd'hui, nous tenons à vous dire que nous constatons une perte de confiance manifeste de l'ensemble de l'entreprise du Journal de Genève face à ce projet. Un malaise croissant s'installe. En nous-mêmes, nos interrogations se font de plus en plus vives.

Il y a perte de confiance, disons-nous, et nous craignons vivement un blocage de l'ensemble de l'entreprise, blocage qui serait très préjudiciable pour la suite des événements.

Aussi, humblement, nous vous demandons un arrêt provisoire des travaux des différents groupes de travail, arrêt destiné à restaurer les conditions favorables d'une poursuite de l'œuvre engagée.

La difficulté à obtenir des éléments chiffrés fiables, l'annonce de renfort(s) extérieurs au sein de l'équipe de rédaction, l'absence d'une analyse fine sur le potentiel de recettes, voilà autant d'éléments qui hypothèquent et perturbent notre action dans les différents groupes de travail.

Avec vous, les membres du Conseil d'administration et toutes les personnes de bonne volonté, nous souhaitons que se réunisse autour d'une table une équipe pour conduire une rapide étude de marché qui détermine le potentiel et les conditions de réussite du Nouveau Journal.

Sans une clarification de l'horizon, notre progression est entravée et surtout notre position au sein de l'entreprise de plus en plus inconfortable.

Nous vous remercions de l'attention que vous porterez à notre requête et vous prions de croire,

Monsieur le Président du Conseil de pilotage,

Monsieur le Président du Conseil d'administration, à notre considération distinguée.

Proposition de texte d'Ignace Jeannerat

l'Hebdo, vient d'être engagé au nouveau journal. Les journalistes sont choqués. Alors que nous ignorons combien de personnes seront licenciées, le rédacteur en chef virtuel engage déjà du personnel hors des deux entreprises, sans même demander l'avis de ses deux adjoints. La position d'Ignace Jeannerat devient insupportable. A 19 heures nous improvisons une réunion de crise avec Kaspar von Hammerstein. Nous constatons que la situation devient ingérable, que l'entreprise se bloque, que la confiance s'évanouit. Nous décidons d'écrire une lettre à Gilbert Coutau et à David de Pury demandant la suspension des travaux de mise en place du nouveau journal et la redéfinition des règles de collaboration. Nous convenons d'y ajouter la nécessité d'une étude de marché qui permettrait d'évaluer les réelles conditions de succès du nouveau journal. Ignace Jeannerat écrit la lettre. Nous la signons tous les trois.

Le 24 juillet, Jean-Paul Chassot me faxe les chiffres d'abonnement du NQ (voir page suivante). On arrive au grand maximum à 29000 abonnés annuels réellement payants, loin des 35500 que m'avait communiqué le service marketing NQ. Nous ne renonçons toutefois pas à envoyer notre lettre après y avoir retiré une phrase concernant la rétention des chiffres par Edipresse. Il semble en effet que cet incident ne soit pas du fait de Paul Miskiewicz. Ce dernier serait par ailleurs furieux contre Eric Hoesli qui n'a pas tenu sa parole et qui a engagé Jean-Jacques Roth malgré les interdictions qui lui ont été signifiées. Edipresse n'est peut-être pas un bloc monolithique...

Nous apprenons également que la nouvelle maquette de

Etat abonnements forfait Nouveau Quotidien à fin juin 1997

	Canton										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Abonnements Forfaitaires Nouriel	1512	182	522	4207	641	846	968	182	228	0	5211
Abonnements Forfaitaires K&S&V autres	282	32	130	76	128	82	61	13	27	0	1530
Autres Forfaitaires K&S&V	1438	892	208	2863	827	428	873	352	448	1	8278
Autres Forfaitaires	801	103	480	1878	488	256	271	86	130	0	4701
Autres Forfaitaires	459	20	79	482	259	111	48	9	31	0	1488
Autres Forfaitaires	218	10	42	278	14	44	77	30	94	0	950
Autres Forfaitaires	81	3	16	69	22	18	9	2	4	0	179
Autres Forfaitaires	19	4	11	62	16	8	11	3	3	0	128
Autres Forfaitaires	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7
Autres Forfaitaires	207	38	184	522	314	70	188	68	83	0	1440
Autres Forfaitaires	6	0	6	9	1	2	3	1	2	0	42
Autres Forfaitaires	9	0	6	12	3	4	1	6	1	0	44
Autres Forfaitaires	846	90	282	1134	248	327	257	177	185	2	3168
Autres Forfaitaires	371	50	87	530	86	93	302	267	165	188	1900
Total forfait	5699	718	2767	12661	3161	1929	2753	1213	1318	318	32505

Moyenne abonnements à l'exemplaire Nouveau Quotidien juin 1997

Abonnements Forfaitaires Nouriel	010	0	0	0	0	0	28	200	0	0	1638
Abonnements Forfaitaires K&S&V autres	60	24	24	160	20	108	43	14	24	0	361
Autres Forfaitaires K&S&V	170	0	40	477	85	148	80	0	0	0	878
Autres Forfaitaires	145	5	10	691	13	11	4	30	1	0	815
Total à l'exemplaire	1305	28	73	1327	148	230	82	744	25	6	3979

l'*Hebdo*, qu'Eric Hoesli avait conçue et qu'il s'apprêtait à lancer en septembre, n'a pas soulevé l'enthousiasme des panels de lecteurs. Cette nouvelle n'est pas de bonne augure pour le nouveau journal.

Le 28 juillet au petit matin Pierre Engel me téléphone chez moi. Il a entendu dire que des cadres d'Edipresse seraient déjà dans les murs du Journal en train de réaliser un numéro 0. Je le rassure.

Le 29 juillet Kaspar von Hammerstein téléphone à David de Pury qui accuse réception de notre lettre co-signée. Il lui confie que cette réaction est très opportune car lui-même pense qu'il y a urgence à réaliser une sérieuse étude de marché. Ce point sera, ajoute-t-il, à l'ordre du jour de la première séance du comité de pilotage du lundi 4 août. Kaspar von Hammerstein propose qu'un budget soit mis à disposition des services marketing des deux titres et qu'une totale accessibilité aux chiffres soit ordonnée. David de Pury semble approuver cette voie.

Le 30 juillet se déroule à Nyon la première assemblée générale conjointe des personnels JdG-NQ . Après maintes discussions concernant la participation de Daniel Miéville au comité de pilotage, nous votons tous à l'unanimité une motion qui affirme que le personnel des deux titres refusera de collaborer à la mise en place du nouveau journal jusqu'à ce que des chiffres fiables précisent le budget et les effectifs retenus. Je propose que nous ajoutions une définition de «chiffres fiables». Frédéric Montanya, syndicaliste, me répond qu'il s'agira de «*chiffres audités par des personnes compétentes*».

Le 31 juillet Eric Hoesli apprend à Ignace Jeannerat que «*Pierre Lamunière est d'accord pour annoncer un journal à 85-90 journalistes*». Comment peut-on déjà fixer les effectifs puisque l'étude de marché reste à faire et que le positionnement n'est pas encore défini ?

Ofa nous communique le chiffre d'affaires publicitaire du Journal pour le mois de juillet: 1,05 million soit fr. 200'000 de plus que budget prévu. La progression du Journal se confirme, même dans ce contexte impossible.

5

Le 2 août l'association de Pierre Engel fait paraître dans le Journal un appel à soutenir son action anti-fusion.

Le 3 août je remets à Ignace Jeannerat une analyse précise du portefeuille pub du Journal et une mise en garde quant à la réalité des chiffres Mach Basic du NQ.

Le 4 août, c'est la grande réception au château des Micheli (du Crest) à Jussy. Le comité de pilotage accueille l'ensemble des membres des commissions de travail pour un apéritif suivi d'un repas. David de Pury introduit la rencontre par une vigoureuse invitation à l'enthousiasme. Il fustige ceux qui restent tournés vers le passé. Eric Hoesli enchaîne par une longue et fastidieuse description du contenu rédactionnel qu'il veut pour le nouveau journal: le meilleur qui puisse être en politique nationale et internationale, en économie, en culture, en société, etc.. Puis il s'envole: «*Chaque grand jour -*

nal est né d'une époque exceptionnelle. Le Monde est né de l'après-guerre, Libération de mai 68, etc.»... Les sourires de Paul Miskiewicz et de quelques autres en disent long sur l'illusion qui anime le futur directeur-rédacteur en chef.

Le repas débute (nous avons convenu au préalable, entre cadres du Journal, de nous répartir aux différentes tables afin d'échanger immédiatement après nos impressions et informations). Gilbert Coutau m'invite à le rejoindre avec Paul Miskiewicz, Antonin Gross, Patrick Morier-Genoud et Jean-Paul Chassot. Entre deux plats les cadres d'Edipresse se soucient des conclusions de la Commission de la concurrence. Gilbert Coutau est davantage préoccupé par la prochaine assemblée extraordinaire des actionnaires et plus encore par les conséquences politiques de cette fusion sur les élections genevoises de cet automne. Il semble très mal à l'aise.

A une autre table, David de Pury et Olivier Verrey montrent les dents. Les propos sont très sévères quant au *Journal de Genève*, son attitude passéiste, son égocentrisme et sa qualité rédactionnelle qui n'est plus ce qu'elle était. Cette entreprise est devenue, selon eux, «un collègue autogéré». Les règlements de comptes et la mise au pas semblent programmés. On songe déjà à un certain nombre de plumes extérieures qu'il faudra engager (ou réengager). On parle d'un présentateur du journal télévisé qui aurait annoncé son intérêt. On évoque Jean-Luc Lederrey qui s'ennuie probablement dans sa banque, etc. Quant à Pierre Engel, fondateur et président de l'association des amis du JdG, il devra tôt ou tard apprendre ce qu'il en coûte de s'opposer à leurs desseins! Un convive de bonne famille envisage même de le «broyer».

A une autre table, Jacques Pilet ne doute pas un instant des conclusions favorables de la Commission de la concurrence, «*résultat d'un véritable travail de lobbying*». Le dossier a pour cela été confié à Maître Venturi, «*un avocat très proche du Président Tercier*». Le père du NQ voit le siège de la rédaction du nouveau journal à Lausanne et considère la perte du portefeuille publicitaire genevois du JdG comme un mal nécessaire. Il assure la main sur le coeur que le NQ était lui aussi à deux doigts de l'équilibre financier. Quant à Pierre Lamunière, plus modéré et sans doute plus fin, il loue les qualités du JdG et du *Samedi Littéraire* et rappelle son origine genevoise. Il pense qu'il est préférable d'imprimer ce nouveau journal à Lausanne, parce qu'à Genève les licenciements sont davantage acceptables «*d'autant qu'il s'agit surtout de français frontaliers*».

Enfin, Ignace Jeannerat est invité à reprendre en main sa rédaction et à faire cesser cette stupide grève des signatures. Des évaluations circulent à propos d'un journal à 90 rédacteurs et d'un chiffre d'affaires publicitaire à 35 mios. «*36 à 37*», précise même Marianna di Rocco, grande experte en marchés publicitaires.

De cette journée champêtre et conviviale, on peut déduire essentiellement deux choses: tout d'abord, les promoteurs de la fusion se moquent de perdre le portefeuille de publicité genevois du JdG. Ils pensent que sur la base du NQ, un apport de 20 à 25 % du capital du JdG suffit pour faire un nouveau journal. Secondo, après avoir «vendu» la fusion au personnels, aux actionnaires et aux lecteurs des deux titres, ils tenteront de composer l'équipe rédactionnelle de leur rêves et

la réduiront à la taille de son marché (une soixantaine de journalistes).

Ce même jour, l'association des amis du Journal m'apprend que Jean-Marc Payot vient de les rejoindre.

Le 5 août est à marquer d'une pierre blanche. Ignace Jeannerat, dans un instant de grâce, me transmet les comptes d'exploitation du *Nouveau Quotidien* et les analyses personnelles de Kaspar von Hammerstein qui font apparaître sur 1996 un déficit d'exploitation de 5,7 millions (3,592 pour le quotidien et 2,118 pour le *V Magazine*), pas exactement «à deux doigts de l'équilibre».

Le 6 août un courrier électronique de la rédaction à tout le personnel nous apprend que le comité de pilotage de l'avant-veille a nommé Valérie Boagno directrice commerciale du nouveau journal. L'information vient de Daniel Miéville, représentant de la société des rédacteurs au comité de pilotage. Cette nomination de mon homologue du NQ a été décidée sans que je sois auditionné. Au delà de l'indélicatesse du geste, il me paraît choquant d'établir neuf mois avant la fusion un rapport hiérarchique entre les services marketing des deux titres. En réalité, cette décision revient à confier le positionnement et la stratégie commerciale du nouveau journal à des employés d'Edipresse. Ignace Jeannerat me confirme la nouvelle en précisant qu'il a protesté énergiquement à cette annonce... J'appelle Gilbert Coutau. Il m'assure qu'il n'en est rien. Selon lui, sur la demande de Jacques Pilet, Valérie Boagno a simplement été mandatée pour rassurer quelques annonceurs inquiets. Devant tant d'informations ambiguës, voire contradictoires, j'adresse un fax à David de

	Journal de Genève et Gazette de Lausanne		Nouveau Quotidien	
CA total réglés (vs supplémentaires) 1996	21 964 812.00	100.0%	18 027 088.00	100.0%
CA total réglés 1er semestre 97 - 2e semestre 96	22 183 572.55	100.0%	18 604 881.28	100.0%
CA Annonceurs exclusifs	8 188 270.95	35.4%	8 214 638.00	32.5%
CA Suppléments JdG-Promoguide (96 + 300'0)	6 697 666.00	24.1%		
CA Annonceurs dupliqués JdG - NQ	8 388 635.70	40.5%	11 083 343.28	60.0%
CA Annonceurs V-Magazine			1 300 000.00	8.9%

TVV 07/08/97

RECAP.WKA

LE NOUVEAU QUOTIDIEN

Fax

A : c/o Quel Partil Publicité SA

Fax No :

A l'at. de :

Pages : 1

Concerné : chiffres exclusifs du Nouveau Quotidien

Cher Monsieur,

Nous vous remercions de vos chiffres et vous en remercions. Veuillez recevoir ci-dessous les chiffres d'affaires du Nouveau Quotidien. Le nombre d'annonces n'a pas été commandé à Consulta. Il devra donc faire l'objet d'une commande supplémentaire.

CHIFFRE D'AFFAIRES NET EXCLUSIF DU NOUVEAU QUOTIDIEN

	1996	1997
1er trimestre	1'644'638	1'191'178
2e trimestre	1'723'337	1'727'449
3e trimestre	1'053'974	
4e trimestre	2'219'937	
Total	6'664'885	2'918'627

Veuillez recevoir, cher Monsieur, nos meilleures salutations.

Espace Pub
Marianna di Rocco

M. di Rocco

Espace Pub - Publicitas - Monthly 78 - Case postale - 1061 Lausanne
Tel. 021 626 15 80 Fax. 021 626 15 78

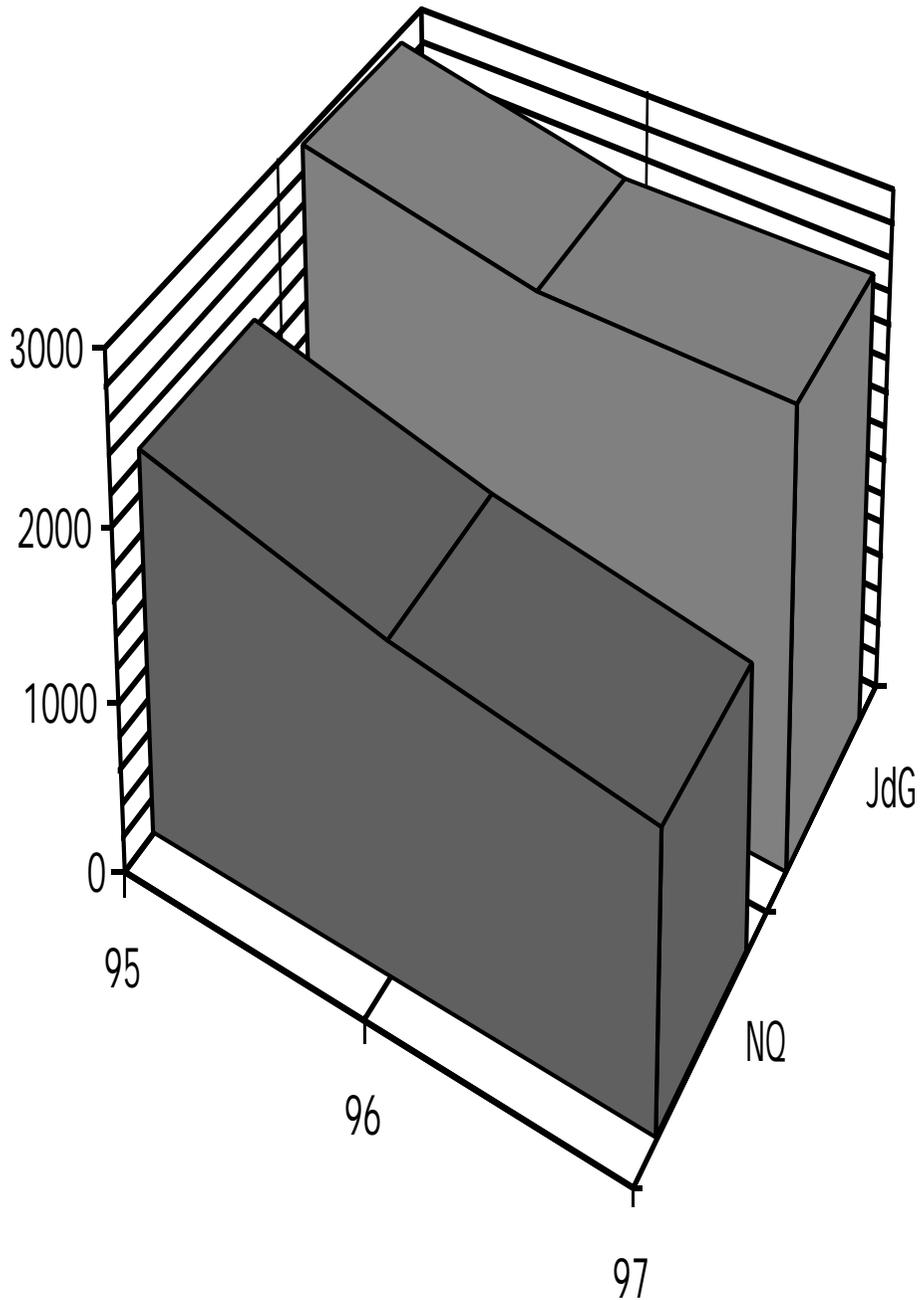
Pury pour connaître l'avis du président. Il me rappelle dans l'après-midi pour me présenter «*les excuses du comité de pilotage*» et m'assurer que ma place de travail n'est pas menacée. Je profite de cette ouverture pour lui confier mes doutes sur la faisabilité de cette fusion, doutes qui reposent sur des données chiffrées et sur des analyses vérifiées. Je lui dis également mon étonnement de voir ce point de vue balayé d'un revers de main et classé sans examen au rayon des «*négatifs*» ou des «*nostalgiques*». Il me propose alors de rencontrer Eric Hoesli en tête à tête et de lui expliquer mon point de vue. Il ajoute enfin que sur ce dossier «*il n'est entouré que de gens enthousiastes et qu'il n'a pas les compétences techniques pour juger du bien fondé de cet optimisme*». Aussi aurait-il «*grand intérêt à ce que nous nous rencontrions lors d'un prochain déplacement qu'il fera à Genève*».

Un quart d'heure plus tard la secrétaire d'Eric Hoesli me propose de déjeuner vendredi midi avec son patron.

Après un mois d'attente Ofa obtient enfin la dernière pièce qui manquait à notre puzzle: le chiffre publicitaire 1996-1997 des annonceurs exclusifs du NQ⁽¹⁾: il ne représente que 6,7 millions et il est en baisse depuis le début de l'année. Nous sommes stupéfaits. C'est à peine plus que le chiffre d'affaires des suppléments immobilier et emploi du Journal. Le portefeuille publicitaire net était donc de 17,7 millions et non de 20,7 comme cela a été communiqué à Kaspar von Hammerstein, aux administrateurs du Journal et, peut-être

(1) Le chiffre publicitaire 1996 des annonceurs exclusifs du NQ (ceux qui annoncent dans le NQ et pas du tout dans le Journal) totalisent 6,7 mios. A l'inverse, le chiffre publicitaire des annonceurs exclusifs du JdG est supérieur à 13 millions (presque le double).

Volumes comparés des pages publicitaires en 1995, 1996 et 1997 (source REMP)



même, à la Commission de la concurrence.

Ce constat est tout de même très inquiétant car il signifie que Publigroupe, qui est en charge de la régie publicitaire des deux titres prélevait en réalité 30% sur le chiffre d'affaire du *Journal de Genève* et moins de 20% sur celui du *Nouveau Quotidien*⁽¹⁾. Une telle disparité de traitement donne à son bénéficiaire un avantage considérable sur son concurrent. Il est aisé de constater que si le Journal avait obtenu de Publigroupe les mêmes conditions de régie que le *Nouveau Quotidien*, il serait sorti des chiffres rouges dès 1996. A contrario, le NQ, plombé par 30% de commission régie aurait perdu la même année plus de 8 millions. En conséquence, le quasi-monopole de Publigroupe sur le marché de la publicité est finalement plus liberticide que la position dominante d'Edipresse dans l'édition romande. Publigroupe dispose de fait d'un droit d'arbitrage, de vie et de mort sur un titre de presse en Suisse romande.

Le 7 août je travaille le matin avec Marian Stepczynski. Nous refaisons les calculs et parvenons aux mêmes conclusions. J'entame ensuite la rédaction d'un memo qui analyse les chiffres des deux titres, qui souligne un certain nombre de risques pesant sur le projet et qui réclame quelques moyens pour réaliser une étude de marché minimale (moins de fr. 40'000 selon un devis de Ipsos).

(1) On objectera peut-être que les frais liés à la promotion du titre auprès des annonceurs était dans un cas à la charge de la régie, dans l'autre à la charge de l'éditeur. Or ces frais ne représentent usuellement que 1,5% du chiffre d'affaires. L'argument est donc loin de justifier une telle différence de traitement entre les deux titres.

Recettes comparées des deux titres en 1996, selon la version « officielle »

**JOURNAL DE GENEVE
LE NOUVEAU QUOTIDIEN**

REFERENCES HISTORIQUES 1996

PRODUITS		JDG Journal	JDG Supplément	JDG Supplément	LNQ Journal	LNQ "V" Magazine
		KFr.	KFr.	KFr.	KFr.	KFr.
Publicité	Produits bruts	17'256	3'634	1'664	20'797	1'305
	- Commissions	-4'633	-1'316	-585	-6'081	-142
Publicité nette		12'625	2'318	1'079	14'716	1'123
Abonnements		6'297			5'132	0
Total des Numéros						
	Numéros (Petite, dimanche)	1'142			1'214	
	Calculées	457			251	
	Ventes nettes	1'629	0	0	1'465	0
Autres produits		236	0	0	243	0
TOTAL PRODUITS		22'416	2'318	1'079	21'576	1'123

Sur la ligne « produits bruts de publicité » on attribue au JdG un total de 22,5 mios (quotidien + les suppléments de Roland Ray)

Sur la même ligne, on attribue 22,1 mios au NQ (quotidien + V magazine).

Cette « présentation » des chiffres accrédite ainsi le postulat de la fusion à savoir que « les deux journaux sont d'égale valeur », condition préalable probablement exigée par Edipresse. Elle laisse également croire que les commissions commerciales retenues à chacun des deux titres sont à peu de choses près équivalentes (entre 26 et 29%).

Mais ces chiffres mentent car les 22,5 mios du portefeuille JdG correspondent au net facturé client, c'est à dire au total des montants réellement facturés aux annonceurs. Alors que les 22,1 mios du NQ résultent de l'addition virtuelle de factures plein tarif avant les rabais aux clients. Quand on sait que le rabais moyen d'un quotidien comme le NQ est compris entre 12 et 15% il est aisé de déduire que le chiffre annoncé est surévalué d'environ 3 mios. Cette somme est sans doute prise en charges par Publigruppe dont la commission n'est donc pas de 6 mios mais de 3.

Mais en toute intimité, Ernst Grab et Jacques Pilet s'échangent d'autres chiffres.

Recettes publicitaires des deux titres en 1996

	LE NOUVEAU QUOTIDIEN *)	JOURNAL DE GENEVE **)
Total annonces	19,520 mio.	22,219 mio.
Par catégories:		
- commerciales	16,660	14,395
- offres d'emploi	1,365	2,300 ***)
- immobilier	0,338	4,077 ****)
- occasionnelles	1,158	1,447
Par provenances:		
- Genève	2,488	12,948
- Lausanne	2,909	0,970
- Suisse romande	0,715	0,519
- Suisse allemande *****)	13,409	7,783

- *) y.c. "V-Magazine" (fr. 1,6 mio.)
 **) y.c. "Références" (fr. 0,299 mio.)
 ***) y.c. suppléments "Mardi Emploi" (fr. 1,864mio.)
 ****) y.c. suppléments "Journal de l'immobilier" (fr. 3,834 mio.)
 *****) y.c. Tessin et international

La démonstration ci-contre, qui m'a valu d'être traité de menteur par Eric Hoesli au journal télévisé de la TSR est confirmée par les propres chiffres de Publicitas dans ce rapport confidentiel de Ernst Grab (DG de Publicitas) à Jacques Pilet. Lorsqu'il s'agit de s'engager sur des hypothèses de recettes, Publicitas utilise des chiffres nettement plus réalistes. Seul le chiffre de V magazine y sembleun peu élevé.

Avant de communiquer mon memo aux administrateurs je le présente chez Ofa, à Philippe Gex⁽¹⁾ et à Pierre Hueber, qui me confirment notre totale convergence de vues et leur soutien.

Le 8 août le personnel des deux quotidiens est invité à la grande salle du Buffet de la Gare de Genève pour une présentation du concept rédactionnel du nouveau journal. David de Pury et Eric Hoesli dressent une fresque de l'ambitieux projet pour lequel seront retenus 90 journalistes titulaires.

En fin de séance je remets mon memo à David de Pury qui m'annonce que je serai reçu lors du prochain comité de pilotage pour exposer mon point de vue et mes réserves quant au succès de cette fusion⁽²⁾.

Puis je partage, comme convenu, le repas de midi avec Eric Hoesli. Il ne semble pas vouloir entrer sur une quelconque analyse des chiffres réels du NQ et du JdG. Tout ceci relève pour lui de la préhistoire. Lorsque deux entreprises fusionnent, savoir pourquoi l'une sort des chiffres rouges et pourquoi l'autre s'y enfonce ne semble pas essentiel au patron de la future entité. Lui expliquer qu'il est en train de s'engager dangereusement sur le chemin de la seconde est reçu comme une résistance au changement, une opposition au modernisme de sa pensée, un dernier soubresaut de nostalgie. Il estime possible de réaliser 35 mios de publicité sur le nouveau journal mais n'a visiblement aucune idée de ce que représente une ponction de cette importance sur le minuscule marché publicitaire Suisse romand. Il déclare également son

(1) Directeur de la publicité du *Journal de Genève* chez Ofa. Anciennement responsable de la communication de la Bourse de Genève.

(2) Cette audition, proposée par David de Pury, ne sera jamais réalisée.

intention de prendre dans le portefeuille de l'*Hebdo* (dont il est encore le rédacteur en chef jusqu'en septembre), ce qui n'est pas le signe d'une très grande loyauté envers son actuel employeur. On sent par ailleurs dans ses propos un profond ressentiment à l'égard d'une certaine Genève: «*le Journal a tort de publier les courriers de ses lecteurs qui ne parlent que de Genève. On voit maintenant combien ces Genevois méprisaient le reste de la Suisse romande!*»

De mes propositions, il accepte l'idée de visites auprès de grands annonceurs, mais refuse toute étude en direction du lectorat, justifiant cette position par le fait que «*si on avait écouté les études de lectorat, on n'aurait jamais fait l'Hebdo*». En ce qui concerne les oppositions juridiques qui se constituent pour faire obstacle au projet, il précise que si la fusion est empêchée, «*le nouveau journal verra quand même le jour car, dans cette hypothèse, ses promoteurs se sont déclarés fermement décidés à monter une autre société d'édition. Le Journal de Genève n'aurait plus qu'à se chercher de nouveaux actionnaires*».

Il me confirme que Valérie Boagno a bien été nommée directrice commerciale lors de la dernière réunion du comité de pilotage sur la demande de Pierre Lamunière. Il m'annonce, pour la semaine prochaine, une rencontre avec David de Pury, Ignace Jeannerat, lui et moi afin de régler ce différend⁽¹⁾.

Le 9 août, je déjeune chez Roland Ray. Dans l'hypothèse où je renoncerais au nouveau journal il me propose de collaborer à nouveau avec lui comme directeur de Promoévénement (*Festival du film de Genève, Quais de*

(1) La réunion sera annulée, Eric Hoesli ayant «*des choses beaucoup plus urgentes à régler*»

l'Immobilier, Cinélaç, etc.)

Le 11 août j'adresse mon rapport en recommandé avec accusé de réception à chacun des administrateurs du Journal. En conclusion, je leur demande simplement d'intervenir afin que des moyens me soient accordés pour réaliser une étude de marché.

J'apprends par Philippe Gex que Thierry Lombard «*aurait basculé dans le camp des opposants à la fusion*». Si cette information est confirmée cela signifie que la minorité de blocage est constituée.

Paul Coudret rentre de vacances. En temps que Président de la Caisse de pension du JdG, il compte bien ajouter un nouvel obstacle à cette fusion.

Ofa nous passe un message à propos de Darier Hentsch & Cie qui aurait entamé un boycott du JdG. Une annonce d'une demi-page pour la recherche d'un cadre aurait été achetée par notre actionnaire au NQ, à la *Tribune de Genève* et à *24 Heures* «à l'exclusion de tout autre titre de la presse romande».

Imprimé par: Dominique Flaux	Page: 1	11.08.97 10:58
------------------------------	---------	----------------

De: Orell Fussli (11.08.97)
A: Dominique Flaux, Ignace Jeannerat

A PROPOS DE JdG exclu
Confidential

Darier Hentsch passe une annonce à col x 160 sous la rubrique offre d'emploi pour rechercher un responsable de la logistique. Cette annonce passera 2x dans chacun des titres suivants: TG, 24H, NQ + Luxembourg: Wort... Rien pour le JdG pour un tel poste ! Après intervention, nous avons reçu confirmation du maintien des 4 titres sus-cités à l'exclusion de tout autre.

...

Le 12 août, suite à l'envoi de mon rapport, Gilbert Coutau me propose une séance de travail avant la prochaine réunion du comité de pilotage qui aura lieu lundi. Il veut la présence

de Kaspar von Hammerstein qui ne rentre de congé que le 15 au soir.

La commission marketing et publicité se réunit à nouveau à l'hôtel RiveRolle, cette fois-ci en présence d'Eric Hoesli. Mais c'est toujours Jacques Pilet qui mène la séance.

Avec Ignace Jeannerat et les cadres d'Ofa nous nous sommes préalablement entendus pour jouer la résistance passive et botter en touche aussi souvent que possible. A toutes les propositions finement amenées par Jacques Pilet et par Valérie Boagno nous répondons par une grande expectative, par «*la nécessité de ne pas aller trop vite*» ou encore par «*le grand intérêt qu'il y aurait à étudier davantage la chose*»... En ce qui concerne la promotion du titre, ils essaient tout de même de nous convaincre qu'il n'est pas nécessaire de procéder à un concours d'agences de publicité et suggèrent que nous mandations directement Publicis (agence du NQ). Nous objectons que nous travaillons avec Euro RSCG et qu'il n'est pas possible d'évacuer cette agence sans même la consulter. Ils recommandent également que nous renoncions purement et simplement à la diffusion par caissettes. On comprend par là qu'Edipresse souhaite faire disparaître ce système de distribution d'ici quelque temps et qu'il ne voudraient pas ce jour là que le nouveau journal vienne à marquer son indépendance en maintenant seul sa présence dans la rue. Je réclame à nouveau et avec insistance quelques moyens pour réaliser une étude de marché, tout au moins de lectorat. Jacques Pilet, agacé, finit par me promettre «*deux ou trois dizaines de milliers de francs pour faire ma petite étude⁽¹⁾*». Puis il évoque

(1) Je les attends encore.

brièvement le risque lié à la Commission de la concurrence et précise qu'aux alentours de mi-octobre, nous aurons une première indication quant à la décision finale. Si elle s'avère négative, Edipresse se retirera de l'affaire. Il ajoute que la commission a déjà adressé aux deux sociétés un avertissement suite à l'annonce de vendredi dernier concernant les 90 rédacteurs et la décision d'imprimer à Bussigny. Il leur a été signifié qu'ils n'étaient pas en droit de procéder à des entretiens d'embauche et moins encore à des nominations de cadres ou de chefs de rubrique.

Sur le chemin du retour, Ignace Jeannerat me confie que de nombreux journalistes du NQ ont déjà obtenu des garanties d'embauche en annonçant à Eric Hoesli qu'ils avaient reçu d'autres propositions de travail et qu'ils voulaient une réponse immédiate. Ignace Jeannerat s'inquiète pour sa rédaction car il voit «*les cases se remplir de noms de journalistes NQ*».

La direction du nouveau journal communique à la société des rédacteurs une esquisse de budget à 34 millions. Christian Campiche, très dubitatif quant à ce montant, m'invite à participer au plus vite à une séance avec les journalistes des deux titres pour échanger quelques avis à propos des (vraies) chances du nouveau journal.

Le 13 août, je demande à Ignace Jeannerat ce qu'il penserait d'une telle séance. Il me laisse juge tout en me rappelant mon engagement de confidentialité et les risques de dérapage. J'appelle ensuite Gilbert Coutau qui me conseille de différer cette séance après le retour de Kaspar von Hammerstein. Il souhaite que ce dernier effectue une ultime vérification de

mes analyses chiffrées avant de diffuser de telles informations. J'adhère à son point de vue.

Le 14 août, Eric Hoesli vient s'adresser au personnel du Journal. Il est extrêmement tendu. Il annonce que la fusion est en danger et probablement même déjà compromise. Marc Lamunière (le père) serait excédé par l'attitude des Genevois (les journalistes, les lecteurs, les actionnaires, les politiques, la TSR, etc..). Edipresse aurait quasiment décidé de se retirer. Il ajoute que la réunion du comité de pilotage de lundi prochain sera décisive et qu'il vient aujourd'hui tenter une ultime conciliation. Il demande au personnel de lui accorder la confiance et de lui donner un vrai signe d'adhésion au projet de nouveau journal en renonçant à la grève des signatures et en acceptant de participer aux entretiens d'embauche. Le débat est vif, particulièrement entre Eric Hoesli et Raoul Riesen. Après deux bonnes heures de séance très animée, le directeur virtuel quitte la salle sans le blanc-seing qu'il était venu chercher.

L'après-midi, la société des rédacteurs JdG-NQ déclare qu'elle «*a obtenu des chiffres crédibles de la part de la rédaction en chef du nouveau journal et qu'elle accepte d'entrer en matière pour des entretiens d'embauche*». Les journalistes du JdG n'entendent cependant pas lever la grève des signatures. En fait de chiffres crédibles, ils n'ont reçu que des promesses de budgets, sans aucune indication fiable quant aux perspectives de recettes. Les tensions montent. Les avis divergent de plus en plus au sein de la rédaction du Journal. Certains ont maintenant très peur de l'échec de la fusion, jusqu'à fustiger les actionnaires récalcitrants (G. Urban, M.

KOPIE

Personnelle
Monsieur
Jacques Pilet
Directeur des publications
Edipresse Suisse
Avenue de la Gare 33
1001 Lausanne

1. Estimation du potentiel de chiffre d'affaires 1998 du NJ

Aussi longtemps que le concept rédactionnel n'est pas défini et le nombre approximatif de lecteurs connu, il est hasardeux de procéder à une estimation réaliste du chiffre d'affaire présumé de deux titres fusionnés aussi typés que le NQ et le Journal de Genève (cf. tableau annexé de la composition du chiffre d'affaires publicitaire des deux titres).

Quelques repères historiques peuvent cependant servir de jalon: ainsi la fusion récente de la Luzerner Zeitung avec les Luzerner Neueste Nachrichten et celle du Badener Tagblatt avec l'Aargauer Tagblatt ont entraîné une baisse du volume publicitaire de plus de 30 %. Rappelons aussi qu'à peine la moitié du chiffre d'affaires de la défunte La Suisse a pu être récupérée par ses concurrents.

Deux approches globales sont possibles.

- a) En se basant sur l'hypothèse d'une perte de fusion relativement modeste de 25 %, le chiffre d'affaires net du NJ atteindrait, ceteris paribus, quelque fr. 31 mio. la première année.
- b) En partant de l'hypothèse que le chiffre d'affaires actuel du NQ puisse être maintenu, que la quasi totalité des annonces financières de provenance nationale dans le Journal de Genève puissent être transférées dans le NJ, que les 2/3 de la publicité d'annonces financières

CA NQ 1996:	fr. 19,5 mio.
- CA annonces financières:	fr. 3,5 mio.
- 2/3 CA annonces locales:	fr. 8,5 mio.
- CA supplémentaire:	fr. 2,5 mio.
CA total estimé NJ 1998:	fr. 34,0 mio.

- CA total estimé

ouveau Journal"

l'organisation proje-
s très sommaires qui

voix le 4 août prochain
et samedi à mon do-

plaisir de vous recon-
timents les meilleurs.



Barde, P. Engel, etc.) *«qui compromettent le projet mais qui n'assumeront pas financièrement une relance du Journal»*. Un vent de panique souffle sur la rue de Hesse. En fait, la menace de retrait d'Edipresse est sans doute motivée par bien d'autres facteurs: le ferme rappel à l'ordre de la Commission de la concurrence, la tension politique et syndicale qui monte à propos des licenciements au centre d'impression de Vernier, l'expertise fiscale des deux journaux (qui permettra à David de Pury de vérifier les chiffres du NQ), l'impopularité de la fusion à Genève et ailleurs, la facture finale, les obstacles juridiques dressés par l'association de Pierre Engel et, très accessoirement, la frilosité du personnel du Journal.

Le 15 août, Ignace Jeannerat m'avertit que je suis *«sur la liste rouge vif d'Edipresse avec Raoul Riesen et quelques autres»*. Il paraît que mes chiffres ont circulé et qu'*«ils les ont entendus hors du cercle des administrateurs et du comité de pilotage»*. Il cite notamment Marian Stepczynski et le Conseil d'Etat genevois.

Dans l'après-midi Gilbert Coutau me téléphone pour me dire que mon rapport *«fait grand bruit.»*, que *«certains chiffres commencent à circuler»*, qu'*«ils viennent de tomber dans les mains de quelqu'un qui ne devait surtout pas les connaître»*. Il agenda une séance de travail pour le 19 à 16h30 avec Kaspar von Hammerstein et Michel Barde *«qui tient absolument à participer»*, précise-t-il.

J'informe Ignace Jeannerat de cette séance: *«laisse tomber, lâche-t-il découragé, elle n'aura probablement pas lieu»*. J'en conclus que le clash est très proche.

Dans l'après-midi une rumeur annonce que Gilbert Coutau

fera paraître un message dans le Journal de demain pour annoncer que près de 70% de l'actionnariat du Journal reste favorable à la fusion.

En fin de journée un(e) ami(e) me procure le fameux rapport de Publicitas, signé par Ernst Grab et adressé à Jacques Pilet. L'étude est simple, pour ne pas dire simpliste: on prend le portefeuille du NQ en entier, on y ajoute les annonces financières du Journal, un peu d'annonces locales des deux titres et 2,5 millions «*d'annonces supplémentaires locales, régionales ou étrangères*» (sans autre précision). On arrive ainsi, sur papier, aux 34 millions nécessaires pour financer un journal de 90 rédacteurs.

L'étude précise tout de même que les expériences de fusion menées par Publicitas (Lucerne, Aarau...) ont généralement montré que sur des titres aux positionnements compatibles, $1 + 1 = 1,3$ à $1,4$ en terme de volumes publicitaires. Ce qui n'empêche pas M. Grab, sans aucune analyse du marché, de projeter pour la fusion de deux titres aussi différents que le JdG et le NQ: $1 + 1 = 1,7$.

Le 16 août, le communiqué de Gilbert Coutau paraît comme prévu. Il réaffirme que la voie solitaire n'est pas viable à long terme pour le JdG et que la fusion est nécessaire. Il précise que les actionnaires du JdG qui soutiennent cette démarche représentent près de 70 % du capital.

Dans la *Tribune de Genève* le PDC genevois demande à Gilbert Coutau de tout faire pour préserver le titre du Journal et les emplois.

Le 18 août, dans la matinée je travaille avec Kaspar von Hammerstein sur le contenu de mon rapport. Mis à part

quelques points de détails très mineurs, nous sommes en parfait accord sur les chiffres et sur leur lecture. Il reconnaît que les chiffres de publicité du NQ communiqués à la commission budget ne sont pas exacts et que ce constat est très choquant.

Vers midi toute l'entreprise est subitement convoquée en salle de conférence. David de Pury, Claude Demole, Gilbert Coutau, Pierre Darier et Eric Hoesli avertissent solennellement la rédaction que si la grève des signatures ne cesse pas immédiatement, ils considéreront que le personnel du Journal s'oppose à la fusion avec toutes les conséquences qui peuvent s'en suivre. Gilbert Coutau informe que des actionnaires du Journal représentant 68,8 % du capital adhèrent à la fusion et que par conséquent le nouveau journal se fera, *«même si quelques avis divergent quant aux modalités de ce projet»*.

Claude Demole rappelle que lui et ses amis de la même génération ont été élevés *«dans le culte du Journal de Genève»*. Il évoque son enfance, quand René Payot venait déjeuner chaque semaine chez lui. Pierre Darier, moins lyrique, ajoute que la dernière recapitalisation a coûté 14 millions et qu'ils ont décidé d'utiliser cet argent pour la fusion. En réponse à une question de Jean-Marc Crevoisier à propos de Georges Urban, il déclare qu'il ne faut pas *«prêter attention à une personne âgée qui ne peut admettre de voir disparaître ce qui a fait l'essentiel de sa vie (Bourse et Journal de Genève) et qui reste tournée vers le passé»*. Ce manque de respect glace l'assistance. Georges Urban est une personnalité très estimée au Journal (voir page 20). Dans l'envolée et avec la même délicatesse, il avertit les journalistes que lors de la

fusion des banques Darier et Hentsch, certains employés étaient sceptiques et ont opposé une résistance passive. Ceux-là aujourd'hui ne travaillent pas pour la florissante entité Darier Hentsch et Cie. Le message a le mérite de la clarté.

Vient ensuite une prise de bec entre Christian Campiche et David de Pury à propos du Livre Blanc. David de Pury reproche amèrement au Journal d'avoir très fraîchement accueilli la parution de son livre et «*de l'avoir couvert superficiellement*». Il est difficile de ne pas faire la relation entre cette blessure de l'auteur (visiblement pas cicatrisée) et son rôle majeur dans la mise à mort du titre.

In fine, la rédaction demande un délai de réflexion et les actionnaires repartent visiblement irrités.

Le 19 août, la rédaction du JdG est déchirée. Il faut dire que la grosse artillerie a été utilisée pour inquiéter les hésitants: après l'intervention des actionnaires hier midi, Jacques-Simon Eggly annonce à l'assemblée générale que si la grève des signatures n'est pas levée, Edipresse se retirera, le Journal cessera de paraître et ses journalistes ne retrouveront pas de travail dans la presse. Daniel Miéville ajoute que si la fusion échoue, le nouveau journal se fera sans le *Journal de Genève*.

Marc-Antoine Schaub, avocat et vice-président de l'association des amis du Journal, adresse un fax urgent aux rédacteurs pour leur rappeler que personne n'est à ce jour juridiquement autorisé à prendre des engagements au nom du nouveau journal.

L'assemblée, terrorisée et déchirée, finit par voter à bulletin secret l'arrêt de la grève des signatures (41 contre 22) moyennant un engagement écrit d'Eric Hoesli sur un vague

volume de postes hors rédaction (administration, technique et marketing).

Vers midi Olivier Stussi revient étonné d'une séance avec ses homologues du NQ. Ses deux interlocuteurs sont tout à coup devenus plus prudents, confirmant qu'il y a un réel risque à propos de la Mach Basic, préconisant même de partir sur une hypothèse à 200'000 lecteurs. Ils reconnaissent que certaines sections du portefeuille publicitaire du JdG doivent être impérativement analysées, que l'objectif à 34 mios est peut-être optimiste.

L'après-midi a lieu la séance prévue avec Gilbert Coutau, Michel Barde, et Kaspar von Hammerstein. Il s'agit d'examiner en détail le rapport confidentiel que j'ai adressé aux administrateurs. Gilbert Coutau m'apprend que le Conseil d'État dispose des chiffres cités dans ce rapport et que *«l'affaire fait des vagues»*. Nous en examinons ensuite le contenu que Jacques Pilet juge, selon Gilbert Coutau, diffamatoire. Chiffre après chiffre nous le vérifions et le confirmons par les documents que je produis. Nous constatons finalement que tout est juste et justifié. La question de la probité d'Edipresse est posée, de même que le rôle de Publigroupe qui a arbitré la concurrence en défaveur du JdG. Nous supposons que cette situation serait désapprouvée par la Commission de la concurrence si elle venait à la connaître.

Nous convenons par ailleurs de la nécessité d'un sondage lecteurs pour vérifier l'acceptabilité ou le rejet du mot «Genève» en Suisse romande et pour mesurer l'intérêt des rubriques locales genevoises et vaudoises.

Kaspar von Hammerstein et moi demandons également

Ce que dit réellement le rapport que j'ai adressé aux administrateurs du Journal....

- 1 Le portefeuille publicitaire du Nouveau Quotidien pèse **3 millions** de moins que ce que laiss(ai)ent croire les chiffres officiels (*voir documents p. 62 et 63*). Trois millions, c'est tout de même une trentaine de postes de travail.
- 2 Les annonceurs communs aux deux titres (dits annonceurs dupliqués) représentent **20,3 millions**, soit environ la moitié du portefeuille total (*voir document p.58*). Un annonceur qui plaçait une page de publicité dans l'un **et** dans l'autre des deux journaux achètera-t-il vraiment deux pages dans le nouveau journal ? profitera-t-il de cette opportunité pour n'acheter qu'une page et investir ailleurs? ou bien réduira-t-il son budget de publicité? Vu la somme en jeu, j'ai pris la liberté de proposer que nous analysions la chose avec une attention particulière.
- 3 Le portefeuille publicitaire du Journal provient pour moitié de Genève. Il représente **11,3 millions** (*voir document p.58*). Cette publicité est liée en grande partie à l'ancrage local du titre (annonces immobilières et d'emploi, annonces d'état civil, communiqués officiels, publicité de commerces, etc.). Le projet qui consiste à éditer un journal romand sans ancrage local spécifique fait peser sur cette part importante du portefeuille une incertitude que j'ai eu l'outrecuidance de relever.
- 4 Les avis financiers sont souvent insérés dans le Journal de Genève par tradition, du fait de l'image financière du titre, voire par prescriptions statutaires pour certaines sociétés. Cette manne de **4 millions** ne prendra pas automatiquement le chemin du nouveau journal.

J'osais donc conclure, pour ce qui est de la publicité, que sur un portefeuille total de 41,8 millions, le volume à risque en dépasse la moitié.

... et qui m'a valu tant de gentillesse médiatisées de la part de Jacques Pilet et d'Eric Hoesli.

5 En ce qui concerne les recettes lecteurs le JdG enregistrait 6,3 millions de recettes d'abonnement et 1,6 millions de recettes nettes de ventes, en kiosques ou en caissettes. Le tout pour un budget de promotion de 0,9 millions. Ce qui laissait une marge brute de **7 millions**. Le NQ, vendu moins cher puisque paraissant du lundi au vendredi, enregistrait 5,1 millions de recettes d'abonnement et 1,4 millions de recettes de vente en kiosques et en caissettes. Le tout pour un budget de promotion proche de 3 millions. Ce qui laissait une marge brute inférieure à **4 millions**. (*voir document p.62*)

J'en concluais donc que le portefeuille lecteur du NQ n'était peut-être pas aussi rentable qu'on pouvait l'imaginer.

6 Le prix de l'abonnement du nouveau journal était prévu à cette époque à fr. 285.-, j'attirais l'attention de mes employeurs sur le fait qu'une réduction de fr. 30 sur les abonnements JdG correspondait à une perte de rentabilité de notre portefeuille lecteur de fr. 700'000.- (je ne savais pas encore que le *Temps* proposerait l'abonnement à fr. 236 pour les plus de 63 ans. Ce qui, vu l'âge moyen de nos abonnés, coûtera encore à peu près autant).

7 A l'inverse, que dire des abonnés NQ, peut-être pas aussi fortunés que ceux du JdG, qui vont voir leur facture augmenter de 25% afin qu'apparaisse dans leurs colonnes une volumineuse rubrique économique et financière ?

8 Je me permettais de rappeler à nos éditeurs le doute très largement répandu dans la profession quant à la consistance des chiffres de lectorat du NQ (*voir encadré p.38*).

En conclusion, je soulignais que s'il est relativement aisé de calculer la somme des déficits des deux titres en 1996 (5,7 + 2,1), il serait bien imprudent de faire, de la même manière, une simple addition des recettes tant les zones de risques sont immenses et inexploitées. Au comble de l'impertinence, je sollicitais quelques moyens pour tenter de réduire cet inconnu.

que Jacques Pilet se retire de la commission marketing et publicité. Il nous paraît inadmissible que la mise en place commerciale du nouveau journal soit menée de fait par le directeur des publications d'Edipresse, qui est certes notre partenaire mais aussi notre principal concurrent.

Pour finir Gilbert Coutau annonce qu'il valide mon rapport et qu'il demandera des explications au prochain comité de pilotage. Le conflit semble inéluctable.

Le 20 août, les signatures des rédacteurs réapparaissent dans le Journal. Il règne un climat détestable. Eric Hoesli prend des engagements sans savoir s'il pourra vraiment les tenir. Ignace Jeannerat censure le courrier des lecteurs et filtre les billets de Raoul Riesen. Publigroupe émet des hypothèses de recettes sans fondement sérieux. Ce nouveau journal est en train de se construire sur un amas de mensonges et de manipulations auquel les journalistes des deux camps tentent de s'accommoder.

6

Le 21 août, Kaspar von Hammerstein parle avec Alan Blackburne, contrôleur de gestion d'Edipresse qui est formel: les chiffres NQ transmis à la commission budget de la fusion sont ceux de la comptabilité officielle d'Edipresse.

Le 22 août, je déjeune avec Claude Monnier. Je lui fais part de mes tourments. Il ne voit pas en quoi la Commission de la concurrence devrait sanctionner Publigroupe ou les éditeurs du NQ au sujet du soutien à perte du premier aux seconds. Selon lui aucune loi économique n'a été violée et la vocation de cette commission n'est pas de garantir la pluralité de la presse. Quand j'évoque l'éthique, il me demande «*quel but je poursuis en évoquant l'éthique*». En revanche il ne semble pas croire aux ambitieux objectifs que se sont fixés les promoteurs de la fusion. Il reconnaît volontiers que le marché réduira rapidement ce nouveau journal à une taille à

peine plus grande que celle d'un des deux titres actuels. Mais il n'a visiblement plus envie de se battre. Il me demande mon âge et me fait remarquer que j'ai «*encore pas mal d'années à tirer*». J'ignore s'il s'agit d'une invitation à la prudence face aux puissants ou à l'économie d'énergie en vue de combats plus importants. Me voyant étonné d'une réflexion de sa part à ce point résignée, il ajoute :«*Énormément de gens tiennent ce type de raisonnement, car plus personne ne sait de quoi demain sera fait*».

Le 25 août, je travaille avec Kaspar von Hammerstein sur les hypothèses de budget recettes du nouveau journal. Selon nos estimations le chiffre probable sera inférieur à 30 millions, en comptant tous les suppléments actuels des deux titres. Quand on sait que le budget dépenses pour un journal à 90 rédacteurs approche les 40 millions (en comptant les coûts de réalisation des suppléments), on peut d'ores et déjà programmer les licenciements. A noter que les estimations qu'Ofa établit de son côté sont parfaitement concordantes avec les nôtres.

Le 26 août nous recevons un fax laconique de Valérie Boagno:

«Le comité de pilotage souhaite modifier l'organisation des travaux préparatoires. Il fera part de ses propositions cette semaine encore. Dès lors, la séance du vendredi 29 août est annulée. Les partenaires seront informés de la manière dont les choses se poursuivront».

En fait les commissions de travail mises en place pour organiser la fusion sont jugées trop collégiales. Elles sont dis-

soutes et un comité de direction est mis en place.

Peu de temps après je reçois un téléphone de Frédéric Decazes, un éditeur français possédant, entre autres, un titre de presse polonais. C'est un ami de Christian Campiche. Il serait intéressé à entrer dans le capital du Journal et souhaite quelques précisions sur le titre, son positionnement, son univers de concurrence, son poids réel face au NQ, etc. Nous échangeons longuement.

Le 27 août, Frédéric Decazes me rappelle. La communication dure environ une heure. Il semble très bien connaître l'univers des banquiers privés genevois ainsi que les rouages de la presse en Suisse.

Le 28 août, Kaspar von Hammerstein me communique les estimations officielles qui lui ont été présentées hier chez Edipresse en présence de Paul Miskiewicz, d'Olivier Verrey, de Valérie Boagno, d'Alan Blackburne et de Jacques Pilet.

Le budget dépenses atteint 36,6 millions sans compter les suppléments. Le budget recettes est évalué à 36,2 millions. Ils budgettent 29,4 millions de recettes publicitaires (net client), sans les 2 suppléments de Roland Ray, sans *Références* et sans *V Magazine* (ces quatre suppléments pèsent à ce jour 7,2 millions). En ce qui concerne les recettes d'abonnement ils ont monté le tarif à fr. 295 et baissé la moyenne de rabais à 23% pour atteindre les 9 mios (alors qu'initialement mes évaluations et celles de Valérie Boagno se rejoignaient à 7,4 millions). Pour estimer les ventes en kiosques ils ont simplement additionné les chiffres d'affaires des deux titres, en kiosques et en caissettes. A cela ils ont ajouté près d'un million de recettes «autres» pour arriver près de l'équilibre. A mon avis,

qui rejoint celui de très nombreux professionnels, ce budget recettes est surévalué de 5 à 6 millions (et il atteint à peine l'équilibre).

Selon Kaspar von Hammerstein, les cadres d'Edipresse reconnaissent finalement que le chiffre d'affaires publicitaire du NQ en 1996 qu'ils lui ont communiqué est bien le chiffre avant rabais clients. La régie Espace Pub prend bien à sa charge ce rabais, ce qui ramène sa commission de vente réelle à moins de 20%. Mais, auraient-ils ajouté, «*il n'y a rien à changer à cela car tous les titres d'Edipresse sont gérés selon ce même schéma*». Seule concession de leur part, ils admettent que le chiffre net que nous avons annoncé n'aurait pas dû être comparé à leur chiffre brut. Ils nous invitent à réévaluer le nôtre en y ajoutant les rabais clients.

Roger de Diesbach, rédacteur en chef de *la Liberté*, me téléphone. Il a eu vent de mon rapport et voudrait quelques informations. Il m'assure qu'il ne s'agit pas de faire un papier, mais simplement d'être mieux informé car il sera prochainement entendu par la Commission de la concurrence. Je lui explique l'essentiel. Le problème de la commission de régie publicitaire l'intéresse particulièrement.

Dans l'après-midi, Ignace Jeannerat confirme que le nouveau journal ne paraîtra finalement pas avant le mois de mars. La Commission de la concurrence vient de donner un coup de semonce et d'interdire toute publicité pour le nouveau journal et tout engagement formel avant la conclusion de son enquête. De plus, Pierre Engel surveille les moindres faits et gestes de tous les acteurs de la fusion. A chaque écart, il les rappelle à l'ordre par lettre recommandée.

Pierre Hueber, directeur d'Ofa Romandie, annonce à Kaspar von Hammerstein que ses meilleurs vendeurs sont sollicités par la concurrence et qu'il ne pourra pas les retenir encore très longtemps dans une telle incertitude.

En fin d'après-midi Kaspar von Hammerstein m'avertit que Jacques Pilet réclame *«ma mise à l'écart»* car il a fort peu apprécié mon rapport aux administrateurs qu'il juge dif-famatoire. Il m'accuse également de l'avoir transmis au Conseil d'État. Selon lui, Jean-Philippe Maître fait circuler un montant du déficit NQ en 1996 qui correspond à mes éva-luations. Kaspar von Hammerstein m'assure de son soutien et de son amitié. Il me conseille davantage de prudence: *«tu passes ton temps à soulever des pierres et tu soulèves très souvent les bonnes pierres, mais les gens n'aiment pas forcé-ment ceux qui soulèvent les pierres»*. Il ajoute qu'Eric Hoesli va bientôt me contacter pour un entretien et que *«je ferais bien de témoigner à cette occasion un peu d'enthousiasme pour le projet»*. Il pense que le mouvement vers la fusion est irréversible. Pour lui, même si cela peut paraître injuste, déplorable, voire scandaleux, la réalité c'est que le Journal ne pourra pas se remettre de ce séisme: Ignace Jeannerat est épuisé, il n'a plus de jugement, plus de distances, et l'essen-tiel de la rédaction et des actionnaires ont renoncé au titre.

Le 29 août Eric Hoesli intervient au Journal pour présen-ter l'état des travaux. Il explique que les engagements qu'il a pris le mois dernier auprès de la société des rédacteurs sont maintenant validés par une étude détaillée (?). Il lance quelques chiffres surréalistes et prend Kaspar von Hammerstein à témoin. Ce dernier semble mal à l'aise et

n'acquiesce que par son silence. Puis le directeur virtuel annonce qu'un sondage Démoscope a été commandé par Edipresse afin d'évaluer l'accueil du projet et que les résultats sont très favorables.

Il entame ensuite une charge contre la TSR, «*télévision dite romande incapable de filmer à plus de 500 mètres autour de sa tour*». Enfin il nous rappelle que si la fusion échoue les deux journaux ne s'en relèveront pas.

Aussitôt après son départ, Kaspar von Hammerstein, mal à l'aise, me prend à part pour me dire qu'il ne faut pas tenir compte des chiffres cités par Eric Hoesli, qu'il s'est trompé, qu'il a confondu plusieurs éléments. Il dit ne pas être intervenu pour ne pas semer la zizanie. Quant au sondage réalisé par Edipresse, il aurait fait l'objet d'une violente prise de bec entre Jacques Pilet et Gilbert Coutau.

Ce sondage, que je réclamaï à corps et cri depuis des semaines a été court-circuité. Edipresse l'a réalisé sans même en informer nos actionnaires, notre direction ou notre service de marketing, et en ne posant pas les questions qui nous importaïent le plus .

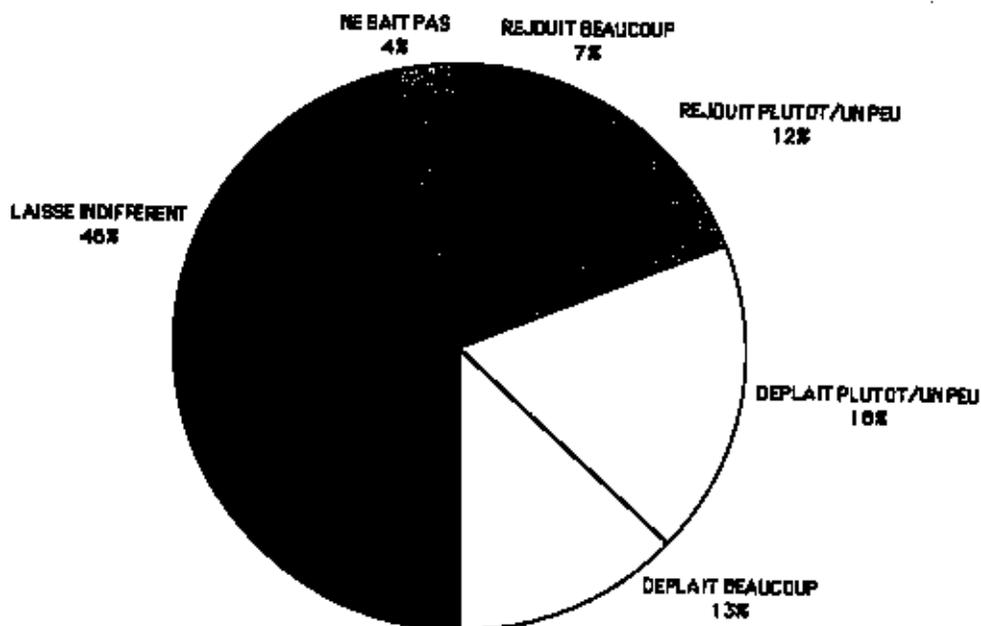
Kaspar von Hammerstein me demande de patienter encore un peu, faisant valoir qu'il entre maintenant au comité de direction et qu'il pourra ainsi peser davantage sur les décisions.

Le soir le journal télévisé présente un sujet à propos d'une centaine d'intellectuels suisses signataires d'une pétition contre la fusion et contre «*la pensée unique imposée par un groupe qui maîtrise les journaux, l'imprimerie et la diffusion en Suisse romande*». Il annonce également la constitution

d'une «Fondation pour le *Journal de Genève et Gazette de Lausanne*» réunissant deux gros actionnaires du JdG (FSP et Bourse de Genève) dont la vocation annoncée est d'assurer le meilleur passage possible vers un grand journal romand de qualité.

SONDAGE DEMOSCOPE - NOUVEAU JOURNAL

QUESTION 2 - ACCUEIL DU PROJET



En réalité, selon le fameux sondage Demoscope, présenté par Eric Hoesli comme «très favorable», le projet de nouveau journal déplaît à 31% des sondés, en laisse 45% indifférents et en réjouit 19%.

Tribune de Genève, Samedi 30 août. Extraits de la chronique du XXI^e siècle par Guy Mettan

L'univers est contre vous. Conseils pour conjurer le mauvais sort

Votre femme vous quitte le jour où l'on vous licencie? Ne vous inquiétez pas, un malheur ne vient jamais seul et vous êtes la victime privilégiée de la loi des probabilités. On s'en remet très bien.

surpassé votre voiture lancée-telle en panne le jour d'un tel-vous important? Pourquoi s'il toujours quand vous êtes votre possibilité et au pied-là lorsque vous l'avez terminée avec? Plus grave encore: pourquoi votre femme l'a-t-elle quitté ou côté du lit? Et pourquoi le fils d'aîné n'est-elle plus vive que la e ou supermarché, à la fin, lorsque et sur le vu? Pourquoi n'y a-t-il plus de travail pour moi vous vous délecter à prendre sur l'extérieur et le mal-est le rétrograde, qui s'écou-vent les des sens, enche-stra au moment où vous en l'humain pour de bon? Et en-est tout est fait, cette ques-tion à rendre flu la mobilité humaine; pourquoi le temps d'attente-là s'éternise-t-il le week-end pour se re-

Les remèdes simples pour s'en sortir, beaucoup de gens vont consulter leur astrologue, leur horoscope, leur médium ou leur sorcier. C'est bon pour la coexistence économique mais catas-trophique pour eux-mêmes car ils ne font qu'entrer dans ce que les psychologues appellent le cercle vicieux de la dépense gâchée. Le-



GUY METTAN

quel conseil à dépeindre toujours plus dans l'esprit de compassion une première dépense inutile (se-ryptique; une vieille voiture qu'on se refuse à liquider parce qu'on veut de changer l'ambulance et dans les autres colères se multi-plier; une fois défectueux) mais

Or, un jour de 1946, il constata que les faits sus relatés étaient faux parce que son assistant avait systématiquement inversé les rôles des électrodes. Murphy conclut: «S'il existe deux façons ou plus de faire quelque chose et que l'une d'elles mène à la catastrophe, alors c'est celle-là qui sera choisie». Cette assertion fut ensuite présen-tée dans des conférences séculé-fiques afin d'attirer l'attention des supérieurs hiérarchiques sur le néces-saire révers des expériences.

Mais contrairement à ce loi, Edward Murphy devint la pre-mière victime de sa rétroactivité: à son grand dam, elle lui échappa et fut la déroute pour l'aviation que tributaire de la vie de tous les jours.

La loi de Murphy

Corrigé par des décrets

vous à. La notion réelle des vices cachés; 2. Cette affirmation veut que vous refusiez nécessairement de concevoir le futur est une séque. Ce qui rappelle qu'en français la théorie de Murphy s'appelle la loi de l'insuccès manifeste.

Une fois ces principes bien di-gérés et après avoir cumulé le maximum de bénéfices, s'effor-ciez pas à persévérer dans votre projet, car c'est à ce moment que vous avez toutes les chances de réussir. En effet, vous allez oc-cuper le principal: par définition, il est pratiquement certain que toutes les probabilités négatives surgiront au même endroit et en même temps deux fois de suite. La chance est donc avec vous.

Le principe de Peter

Depuis les années 1940, la loi de Murphy a été paraphrased par

révère au sein repus de fatigue d'avoir tant travaillé. Alors que si vous avez tant travaillé pendant à dire, vous le ferez en quelques heures et abandonnez la partie sans et depuis. Ce principe est basé dans les autres de la résolu-tion, où on l'appelle aussi ap-rouve de la procrastination. En fait, cela consiste à reporter chaque fois le moment où l'on va se mettre au travail jusqu'à ce que le dernier délai soit passé.

Le second principe de l'insuccès

Le second principe est ceci: «Le temps consacré par un candidat (ou candidat, ou candidat d'industrialisation, ou candidat, ou candidat de direction) à concevoir un projet est inversement proportionnel au moment du succès. En clair: plus le succès est important, plus le délai est bref; plus le succès est

30
TRIBUNE
DE GENÈVE
SAMEDI 30 AOÛT 1997

CHRONIQUE DU
XXI^e SIÈCLE

«Le cercle vicieux de la dépense gâchée consiste à dépenser toujours plus dans l'espoir de compenser une première dépense inutile»

«Il est plus facile de faire de millions de déficit que cent mille francs de pertes; plus facile d'embaucher quatre-vingt dix personnes qu'une seule»

«Le phénomène de la dépense gâchée apparaît chaque fois qu'un individu reste sur une stratégie ou sur une ligne de conduite dans laquelle il a préalablement investi, et ceci au détriment d'autres stratégies ou lignes de conduite plus avantageuses»

«Le piège abscons procède de notre tendance à persévérer dans une action même lorsqu'elle devient déraisonnablement coûteuse et ne permet plus d'atteindre les objectifs fixés».

«La meilleure solution consiste à prendre la décision active d'interrompre le cercle vicieux. Mais c'est difficile quand on est soi-même à l'origine de la décision de départ. On peut alors confier ce soin à une personne extérieure, dans le cas d'une entreprise, par exemple. Car c'est presque impossible pour un patron de droit divin de reconnaître qu'il fait fausse route. C'est ce qu'un chercheur a résumé par la formule «trop investi pour pouvoir abandonner».

Le 30 août je rédige une lettre à l'attention de Pierre Tercier, président de la Commission de la concurrence. Avant de l'envoyer j'appelle Marian Stepczynski pour connaître son avis. Il me met en garde. Ce serait selon lui prendre beaucoup trop de risques car la commission n'est pas en mesure de me protéger ou de garantir mon anonymat. Lui-même n'est d'ailleurs pas entendu par la commission. Il ajoute qu'il est en discussion pour écrire dans un titre d'Edipresse (probablement la Tribune) et que, selon ses sources, Jacques Pilet «*commence à froncer les sourcils*». Pour lui, j'ai fait tout ce que j'avais à faire dans le cadre de ma fonction. Aller au delà m'exposerait à de sérieux ennuis: «*vous n'imaginez pas tout ce que ces gens peuvent faire s'ils veulent discréditer quelqu'un*». J'appelle Roland Ray qui me dispense le même conseil: «*Tes employeurs et Edipresse veulent cette fusion... ne te mets pas en travers de leur chemin*». Il me renouvelle sa proposition de travail, mais suggère que je reste encore un moment au Journal dans l'éventualité d'un échec de la fusion (refus de l'Assemblée Générale extraordinaire du JdG, refus de la Commission de la concurrence, etc...). Je détruis ma lettre à Pierre Tercier.

Le 3 septembre Paul-Emile Dentan⁽¹⁾ m'appelle à la maison pour me dire que Michel Barde et Georges Urban (Fondation constituée par la Bourse de Genève et par la FSP) ont rencontré les dirigeants de l'association des amis du JdG (qui représente maintenant 800 adhérents). Ils auraient donc décidé, au cas où Edipresse claquerait finalement la porte des négociations, de réexaminer ensemble la formule 5J. Dans

(1) ancien correspondant du *Journal de Genève* auprès de l'ONU. Membre fondateur de l'association des amis du JdG.

cette optique, Paul-Emile Dentan me demande si je serais d'accord de participer prochainement à une séance de travail avec Pierre Engel et Rudolf Eckert pour leur expliquer le raisonnement éditorial et financier du 5J.

Le 4 septembre Ignace Jeannerat signe un papier consternant intitulé «Pourquoi un futur journal». Il y a encore deux mois il militait sans retenue pour un projet dit 5J qui garantissait l'assainissement financier du JdG et lui donnait un élan nouveau. Aujourd'hui il milite aveuglément pour le nouveau journal qui devient sous sa plume la voie unique, traitant d'irresponsables tous ceux qui seraient tentés d'en envisager une autre. Plusieurs membres de la rédaction hésitent à réagir par voie de presse puis, finalement, renoncent un peu par écoeurement, un peu par fatalisme.

Les 100 intellectuels opposés à la fusion sont maintenant 101 avec Nicolas Bouvier. Leurs appels et signatures sont publiés ce jour dans le NQ, la *Tribune de Genève* et la NZZ. Cette initiative est ressentie très durement par les gens du NQ qui constatent que personne ne songe à leur rendre également hommage.

Dans le cadre des échanges techniques, un cadre du Journal apprend comment Edipresse était parvenu à obtenir auprès des PTT des tarifs d'affranchissement défiant toute (commission de la) concurrence. Le principe est simple: pour qu'un éditeur bénéficie d'un rabais PTT maximum il doit confier toute sa diffusion d'abonnements au géant jaune, ce qui est quasiment impossible pour un quotidien suisse dont une part des abonnés est servie par portage via diverses sociétés locales ou régionales. Qu'à cela ne tienne! Edipresse pos-

sède 40% d'une grande société de portage: Epsilon. L'autre actionnaire, les PTT, en possède 60%. Reste à faire transiter l'ensemble des facturations des diverses sociétés de portage par Epsilon et à déclarer ainsi que l'ensemble des abonnements d'Edipresse sont traités par les PTT ou sa filiale Epsilon. Edipresse se retrouve alors avec des frais postaux minimaux. Quand on sait l'importance de ce poste dans l'exploitation d'un journal quotidien, on mesure combien il peut être difficile pour un journal indépendant de lutter contre une concurrence aussi déséquilibrée.

M. Bardi, directeur administratif du Journal, nous informe que la Caisse de pension du JdG remet ses actions avec droit de préemption pour le personnel. J'en achète 10 afin d'assister à la prochaine assemblée générale.

Le 8 septembre parmi le personnel les discussions de couloir vont bon train à propos d'Ignace Jeannerat qui s'est déconsidéré, qui a disparu vendredi en coupant son natel et qui, aujourd'hui, rase les murs. Eric Hoesli emménage aujourd'hui mais n'ose pas occuper le bureau de Marian Stepczynski. Kaspar von Hammerstein semble plutôt déprimé suite aux entretiens de sélection des chefs de rubrique. Les choix de la rédaction en chef se sont majoritairement portés sur des journalistes du JdG. Hélas, ces derniers ne semblent pas ravis de la promotion qu'on leur offre et certains l'ont même déclinée. Par ailleurs, toujours selon Kaspar von Hammerstein, Paul Miskiewicz aurait évalué à plusieurs millions de francs le préjudice image que subit en ce moment Edipresse (l'appel des 100 intellectuels, les sujets assassins du journal télévisé, les articles défavorables dans la presse

zurichoise, etc...).

Je reçois un courrier électronique: Eric Hoesli et Ignace Jeannerat me proposent un entretien demain à 17 heures «*pour parler d'avenir*». Kaspar von Hammerstein me donne un conseil: «*montre leur que tu es enthousiaste; l'enthousiasme, c'est ce qui leur manque le plus aujourd'hui*».

Le 9 septembre, lors de cet entretien, Eric Hoesli et Ignace Jeannerat évoquent mon rapport aux administrateurs du Journal et déplorent à nouveau que ces chiffres soient parvenus au Conseil d'État genevois. Puis le directeur virtuel me confirme que Jacques Pilet et Paul Miskiewicz sont très négatifs à mon égard. Ceci dit, il ne me pose qu'une seule et unique question: «*Êtes-vous prêt, après tout cela, à travailler avec Valérie Boagno?*». La discussion tourne en rond. Ils réclament de moi, avec insistance, un acte de soumission dit «d'enthousiasme». Je leur renvoie mon doute, non pas sur la personne de Valérie Boagno, mais sur l'ensemble du processus de la fusion. Ignace Jeannerat ne semble pas comprendre mon attitude, persuadé de tout faire pour me «*repêcher*».

Le 10 septembre les chefs de rubrique sont nommés. Avant d'annoncer leurs noms, Ignace Jeannerat se lance dans un discours-bilan sur ses «*500 jours à la tête du JdG*». Puis Eric Hoesli présente ce qu'il appelle «*le gouvernement du nouveau journal*»: mis à part le caractère ubuesque de cette mise en scène, je retiens deux éléments essentiels: le chef de la rubrique Eco est Thierry Meyer du NQ (celui du JdG n'a pas accepté cette responsabilité), et Thierry Mertenat a finalement consenti à diriger la rubrique culturelle.

Le fait que la rubrique économique ne soit pas dirigée par

un journaliste JdG va probablement inquiéter les professionnels du marketing financier. Cela renforcera l'opinion déjà très répandue qui considère le nouveau journal comme un second NQ. D'ores et déjà les journalistes économiques du JdG raillent ouvertement leur nouveau «chef de rubrique» qui ne brille pas, selon eux, par sa crédibilité dans le domaine financier.

En fin de journée, avec Kaspar von Hammerstein et Ignace Jeannerat, se poursuit la discussion quant à mon éventuel départ du Journal. Ignace Jeannerat ne comprend pas mes hésitations, il est exaspéré. Il me dit combien depuis deux mois «*il a défendu mon honneur (sic!) contre ceux qui me dénigrent*», et «*que je n'imagine pas les horreurs que ces gens racontent sur moi*» Kaspar von Hammerstein, visiblement très ennuyé, tente de calmer le jeu.

Ainsi Marian Stepczynski avait raison, l'attaque personnelle est l'arme privilégiée de nos partenaires.

Le 12 septembre je prends un verre avec Roland Ray. Nous parlons de mon prochain retour chez lui. Dans l'hypothèse d'une relance du JdG, suite à un échec de la fusion, il accepterait que je sois détaché de mon poste pour une période de six mois à une année. Il m'apprend par ailleurs que Marian Stepczynski vient de signer pour une chronique régulière dans la Tribune.

En ce qui concerne les suppléments *Journal de l'Immobilier* et *Mardi Emploi* qu'il coédite avec le Journal, il n'a à ce jour que des incertitudes. La direction virtuelle du nouveau journal lui a simplement demandé d'articuler des objectifs de chiffre d'affaires publicitaire dans l'hypothèse où

il serait mandaté pour affermer des suppléments comparables dans leur futur titre. Il hésite à renoncer purement et simplement à cette opportunité et à demander à la SA du *Journal de Genève* de justes indemnités pour rupture unilatérale des contrats de coédition et de régie.

7

Le 14 septembre Frédéric Descazes me téléphone. Il sera à Genève demain et après-demain pour étudier plus en détail le dossier. Il me propose une rencontre. Il aurait besoin d'un certain nombre d'éléments tels que la répartition des actions et du capital, ainsi que l'explication de la formule 5J. Il me confie qu'il représente les intérêts d'un grand groupe de presse français et qu'il est aujourd'hui en mesure d'apporter une solution «béton» au *Journal de Genève*. Avant de découvrir le nom de ce groupe et sa proposition il veut évaluer les forces en faveur de la fusion. Si une minorité de blocage venait à s'exprimer nettement contre le projet de nouveau journal, il avancerait alors sa solution «*qui pérennise le titre et lui donne les moyens d'une vraie relance*». Il veut donc ouvrir la discussion avec MM. Barde et Urban, mais ne pas trop avancer ses pions pour ne pas être utilisé par Gilbert

Coutau comme un simple élément de pression sur Edipresse. Il ne souhaite pas non plus faire tout le travail pour qu'un autre groupe⁽¹⁾ le coiffe au poteau.

Le 15 septembre nous nous rencontrons au Lyrique. Je lui confie la liste des actionnaires et de leurs participations. Il doit rencontrer Michel Barde ce soir pour lui présenter son projet de relance. Le groupe qu'il représente emploierait plusieurs centaines de journalistes et pourrait mettre à la disposition du Journal l'un des plus grands réseaux mondiaux de correspondants de presse. Un investissement de 5 millions de FS signifierait pour lui un «*petit risque*». Son intention serait de (re)donner au JdG son audience internationale et des moyens rédactionnels à la hauteur de son image. Il pense négocier finalement avec Gilbert Coutau car, selon lui, la fusion est condamnée. Il parcourt la liste des actionnaires en l'agrémentant de nombreux commentaires laissant à penser qu'il en connaît plusieurs personnellement. Il serait de la famille des Pictet et des Dominicé. Nous échangeons quelques points de vue sur le marketing du Journal. Il y a visiblement beaucoup réfléchi. Nous nous rejoignons sur plusieurs points, notamment sur le potentiel de développement du JdG à Genève contre la Tribune.

Je suis invité par Luc Mariot et Blaise Piguet de *Temps Présent* (TSR) à prendre un verre. Ils ont entendu parler de mon rapport aux administrateurs. Ils me garantissent la confidentialité de leurs sources. Je leur explique donc la situation en quelques mots. Ils me proposent une séance de travail à la TSR demain matin, documents et chiffres à l'appui.

(1) Il fait sans doute référence au Tages Anzeiger et à un groupe de presse portugais qui s'intéresse à investir dans la presse en Suisse.

En fin d'après-midi je rencontre Valérie Boagno. Nous constatons notre désaccord et convenons de mon débarquement. Selon moi, elle veut refaire le NQ et je n'ai plus aucun moyen de l'en dissuader.

Le 16 septembre je passe la matinée à la TSR. Je leur communique mon analyse chiffrée sur la fusion des deux titres et je présente les preuves de ce que j'avance. Ils en prennent photocopie. Je pense qu'ils ont maintenant assez d'éléments pour faire une émission intéressante.

Apprenant mon départ, Kaspar von Hammerstein m'assure qu'il fera tout ce qu'il peut pour m'obtenir «*un bon plan social*». Je lui précise que dans ce cadre mes seuls interlocuteurs sont la direction du JdG et que je n'ai désormais plus rien à voir avec le nouveau journal.

Le 17 septembre Georges Urban m'apprend que le groupe français candidat à la relance du JdG n'est autre que «*Le Monde*». Il précise toutefois que sa fondation ne votera pas contre le projet de fusion car sa vocation est de défendre l'esprit et le capital du Journal de Genève dans le cadre de la fusion ou dans un autre cadre si la fusion échoue. Selon lui, il est tout à fait possible que nos partenaires d'Edipresse se retirent brutalement du projet. Dans ce cas l'offre du quotidien français «*serait peut-être bienvenue*». Je ne le sens pas très enthousiaste. Il ajoute qu'il a bien reçu mon rapport, qu'il me remercie de mon engagement d'autant qu'il en mesure les risques. Il m'assure de son soutien actif et me propose, le cas échéant, un poste dans le cadre d'une nouvelle affectation des locaux de la Bourse de Genève à Confédération Centre.

Philippe Gex m'annonce que la direction de Publicitas

remettra demain une évaluation de l'objectif publicitaire du nouveau journal: 27 millions en étant optimiste. Ce qui signifie que sans les suppléments de Roland Ray le nouveau journal doit s'attendre à un déficit d'exploitation chronique de plusieurs millions par an. Nous approchons du premier grand conflit d'intérêt entre le nouveau journal et le tandem Edipresse/Publicitas qui n'ont sans doute aucune envie de laisser Promoguide ponctionner 7 à 8 mios d'annonces d'immobilier et d'emploi sur le marché romand pour boucher les trous béants du nouveau journal.

Le 18 septembre Kaspar von Hammerstein me transmet une première proposition de Gilbert Coutau quant aux conditions financières de mon départ: 3 mois de salaire. Je ne suis pas d'accord. Il me conseille d'écrire directement à notre Président.

Le 19 septembre Philippe Gex est nommé directeur de publicité du nouveau journal alors que Marianna di Rocco était donnée favorite.

Le 22 septembre je rencontre Pierre Engel à sa demande. Il veut des informations sur le projet 5J qu'il considère comme la meilleure solution pour le Journal. Nous échangeons quelques mots à propos de la Fondation Barde-Urban. *«Ce sont des jaunes! vocifère le professeur, ils sont prêts à pactiser avec les concentrationnaires.»⁽¹⁾* Il me montre la charte d'Edipresse qui explique combien le groupe vaudois de presse se contrefiche de la ligne politique de ses journaux pourvu que le positionnement et le cash-flow soient au rendez-vous (ce qui me semble plutôt sain). Nous parlons égale-

(1) Pierre Engel regrettera par la suite cette envolée très excessive.

ment de Frédéric Decazes, qui est bien, selon lui, un cousin des Pictet. Je lui confirme que le groupe français intéressé par le JdG est «*Le Monde*». Il tombe à la renverse, précisant qu'il ne fait pas de politique mais qu'il faut bien reconnaître que «*Le Monde*» s'était montré très sévère à l'égard d'Alain Juppé et qu'il a maintenant pour Jospin «*les yeux de Chimène*». Pour Pierre Engel «*Le Monde*» serait donc un quotidien de gauche⁽¹⁾.

Dans l'après-midi je bois un verre avec Christian Campiche. Il vient d'accepter de participer à la rubrique Enquêtes du nouveau journal. Ce qui lui permet de ne pas s'inscrire dans la rubrique Économie. Il reste très dubitatif quant aux chances de réussite du titre qu'il voit, comme la plupart des initiés, comme un second NQ.

Le 24 septembre Gilbert Coutau répond à ma lettre. Il «*regrette, à plusieurs égards, ma décision de départ*» et me remercie «*de mon engagement résolu - parfois même pas-sionné - en faveur du Journal*».

Le 25 septembre mes deux co-directeurs m'offrent généreusement quatre mois de salaire pour solde de tous comptes. Je serai officiellement libéré le 31 octobre. Nous échangeons ensuite quelques mots sur la situation des deux titres: Kaspar von Hammerstein a appris que le *Tages Anzeiger* vient de faire une offre aux administrateurs du Journal. Ignace Jeannerat sait qu'un grand groupe de presse français serait prêt à mettre cinquante millions de francs français sur la table («*Le Monde*»?). Dans l'hypothèse d'une non-fusion les deux

(1) Un avis personnel qu'une grande partie des membres de l'association des amis du Journal ne partage pas.

compères craignent de ne pas être assez motivés pour relancer la machine. Ignace Jeannerat nous confie qu'au vu de son engagement sans faille en faveur du nouveau journal, il a reçu des assurances formelles d'Edipresse «*d'être sorti par le haut si le projet échoue*». Kaspar von Hammerstein propose que nous reportions la décision définitive me concernant après l'assemblée générale extraordinaire du JdG. J'y renonce.

Alain Fabarez a dîné hier soir avec un Pictet. Il en est sorti convaincu: la fusion est condamnée.

Frédéric Decazes m'appelle de Pologne pour connaître les nouvelles du front. Il vient, dit-il, de passer le week-end avec Nicolas Ultramare. Ils ont analysé les chiffres et sont maintenant certains que l'affaire est jouable. Il pense «*attaquer Gilbert Coutau dans le courant de la semaine prochaine*» avec, selon lui, de grandes chances d'emporter la victoire finale. Je lui faxe les textes de la convocation à l'assemblée générale extraordinaire.

Ofa présente un rapport intermédiaire suite à une série de visites d'Olivier Stussi dans des agences média et chez de grands annonceurs. Une tendance lourde se dégage: les professionnels de la pub voient plutôt venir un second NQ. Ils préféreraient un journal plus «business to business», un JdG rénové.

Selon Philippe Gex, Georges Urban serait parti pour un mois en vacances, écoeuré par les tentatives de dénigrement et de déstabilisation venant des promoteurs de la fusion. Bénédic Hentsch serait, dit-il, très actif sur ce front, voulant empêcher à tout prix la création de la fondation Barde-Urban.

Roland Ray m'apprend que la Banque Amas a présenté

une offre d'achat aux administrateurs du JdG.

Marian Stepczynski a appris que Georges Urban ne contrôlerait plus les voix de la Bourse de Genève et que, par conséquent, sa fondation ne disposerait plus de la minorité de blocage.

La date du tournage de *Temps Présent* est avancée au 29 et 30 septembre. Luc Mariot me demande si je suis prêt à m'exprimer devant la caméra.

Le 29 septembre Frédéric Decazes me confirme sa prochaine entrevue avec Gilbert Coutau. Il sera à Genève mercredi. Il pense que sa solution «*Le Monde*» va aboutir. Il ne croit pas en la viabilité du nouveau journal et sait que cet avis est de plus en plus partagé à Genève comme à Lausanne.

Je suis interrogé dans le cadre du tournage de *Temps Présent*. Il me paraît très difficile d'exposer en quelques minutes une situation si complexe. Mais à questions franches, réponses franches.

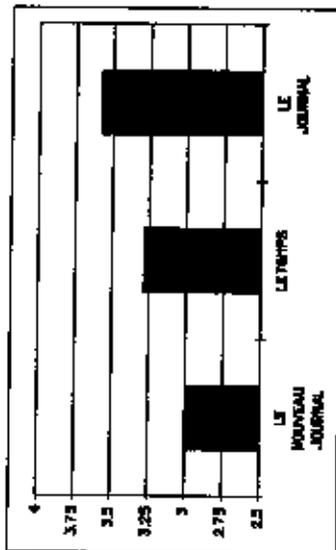
Le 2 octobre, je range mes affaires et je pars «en congé».

La Liberté annonce que la fondation Barde-Urban a fait long feu et que le conseil d'administration du Journal a définitivement écarté toutes autres solutions, dont celle du Tagi qui était, semble-t-il, très avancée. Il ne cite pas l'offre de Frédéric Decazes-*Le Monde*, ni celle de la Banque Amas. Il affirme que la fusion est maintenant inévitable.

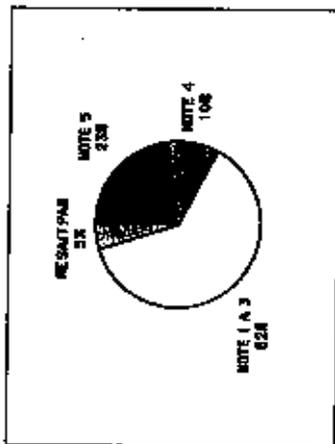
SONDAGE DEMOSCOPE - NOUVEAU JOURNAL

QUESTION 6 - TEST DE TROIS TITRES

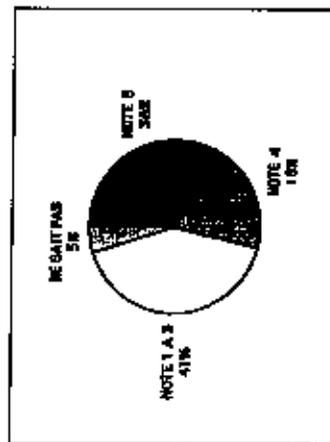
MOYENNE DES NOTES PAR TITRE



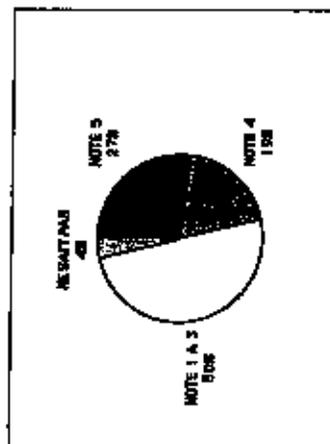
DETAIL DES NOTES "LE NOUVEAU JOURNAL"



DETAIL DES NOTES "LE JOURNAL"



DETAIL DES NOTES "LE TEMPS"



Résultats du sondage Démoscope: le nom «Le Journal» nettement en tête devant «Le Temps» et «Le Nouveau Journal».

8

Le 6 octobre le JdG et le NQ invitent leurs lecteurs respectifs à voter pour choisir le nom du nouveau journal. C'était une volonté de Jacques Pilet qui l'avait déjà annoncée au début du mois de juillet en commission marketing et publicité. Il avait alors cité l'exemple du *Méridional* et du *Provençal* qui avaient, lors de leur fusion l'an dernier, demandé aux lecteurs de choisir entre «*Le Méridional Provençal*» ou «*La Provence*».

Ce vote, très controversé, fait suite au sondage Demoscope réalisé en septembre et qui plaçait largement en tête le nom «*Le Journal*». En fait, quand les lecteurs ne disent pas ce que l'on veut entendre, il suffit de leur poser la question autant de fois que nécessaire et de différentes manières jusqu'à obtenir la réponse que l'on attend d'eux.

Le 7 octobre en fin de journée Roger de Diesbach me téléphone pour me dire qu'il a «*mon rapport en main*» et

qu'il l'a apprécié. Il voudrait le publier avant le 15 octobre car il partage mon analyse à propos de la non-viabilité du nouveau journal du fait de l'apport financier négatif du NQ.

Le 8 octobre Pierre Engel annonce que son association se prépare à attaquer sur les plans civil et pénal et qu'il interviendra très fermement lors de l'assemblée générale extraordinaire du 15 octobre. Thierry Lombard aurait, selon lui, renoncé à s'opposer à la fusion constatant finalement «*qu'il ne reconnaît plus son identité dans les colonnes du Journal*».

Le 9 octobre Roland Ray a demandé à Dominique Warluzel d'étudier différents scénarios possibles quant au futur des suppléments coédités avec le Journal. Il réalise que ses intérêts ne seraient pas nécessairement sauvegardés par l'obtention, en simple contrepartie, de mandats de régie sur un nouveau journal à l'avenir incertain.

Le 13 octobre, Kaspar von Hammerstein me téléphone à la maison pour me prévenir de la parution de mon rapport demain dans *La Liberté*. Il me conseille de faire très attention car Eric Hoesli est furieux, de même que Jacques Pilet. Selon lui cette publication risque de mettre en émoi la Commission de la concurrence.

Roger de Diesbach me confirme la parution en ajoutant qu'un des deux directeurs du Journal a bien validé mes chiffres, mais seulement en «off». Jaques Pilet serait, dit-il, dans tous ses états et l'aurait même traité de «merde» en lui proférant toutes sortes de menaces. Ernst Grab, directeur général de Publicitas, lui aurait même téléphoné pour lui demander de renoncer alors que le journal était déjà sur les rotatives.

Le 14 octobre *La Liberté* lance sur trois pages un appel au sursaut, invitant les actionnaires du Journal à renoncer à cette fusion et à examiner l'offre *Tagi-Le Monde*. Une bonne partie de mon rapport est publié. Jacques Pilet et Eric Hoesli démentent totalement mes chiffres et m'attaquent personnellement. Eric Hoesli explique que j'ai conçu ce rapport pour me venger de la nomination de Valérie Boagno à la direction commerciale du nouveau journal. Je lui réponds par courrier avec copie à Roger de Diesbach. On me téléphone de chez Ofa pour me dire que «*tout le monde se réjouit de voir les vrais chiffres sortir au grand jour*». On me rapporte les enthousiasmes d'une bonne partie du personnel du Journal, hors rédaction. Il paraît que Kaspar von Hammerstein est catastrophé et qu'il tremble pour moi.

Les deux quotidiens annoncent que les lecteurs ont «voté» à une majorité relative pour «*Le Temps*». Personne n'est dupe, la ficelle est un peu grosse et fait rire dans le meilleur des cas. Guy Mettan publie un éditorial très sévère quant au choix de ce nom.

Le soir, Roger de Diesbach me demande si j'ai bien encaissé le choc. Pour lui aussi le coup a été rude. Il a subi de très grosses pressions. Gil Baillod et «de nombreux professionnels» lui auraient exprimé leur soutien et leur conviction quant à la justesse des chiffres publiés. Au journal télévisé de 19h30, sur la TSR, Eric Hoesli renouvelle sa performance, assurant que mes chiffres sont totalement faux et motivés par une sorte de revanche personnelle. La totalité des cadres et administrateurs du Journal ou de Ofa qui avaient auparavant validé mon rapport restent silencieux.

Le 15 octobre Roger de Diesbach publie les points essentiels de ma réponse à Hoesli et le rapport est intégralement reproduit sur le serveur Internet de *La Liberté*.

Le matin Michel Barde tente une ultime ouverture auprès des promoteurs de la fusion. Constatant leur détermination et leur refus catégorique d'envisager d'autres solutions, il se retire du conseil d'administration.

L'assemblée générale du Journal réunit environ cent-soixante actionnaires. Un discours fleuve de Gilbert Coutau est suivi d'une longue présentation du projet rédactionnel par Ignace Jeannerat, puis d'une nouvelle intervention de Gilbert Coutau à propos des modifications de statuts. Après deux bonnes heures d'interminables monologues, la parole est enfin donnée à l'assemblée que l'on prie d'être brève et concise.

Gilbert Coutau développe tous ses talents de politicien pour pas laisser le débat fleurir. A chaque question de l'assemblée il oppose une réponse lente, longue et ennuyeuse. Pierre Engel lance un réquisitoire très violent, trop pour être suivi, bien que ses arguments juridiques semblent pertinents. Selon lui le Conseil d'Administration a outrepassé ses droits «*en livrant le Journal à Edipresse*» sans l'autorisation de l'assemblée générale des actionnaires. Jaques Vernet étale avec courtoisie ses profonds regrets et sa désapprobation, mais constate le fait accompli. Il souligne que les déclarations agressives de la rédaction en chef ne sont en aucun cas des garanties d'indépendance. Il fustige Jacques Pilet qui a récemment affirmé que le mot Genève figurant au titre de ce journal serait «*un handicap sur le plan marketing*». C'est

Antoine Maurice qui offre les meilleurs instants de ces quatre pitoyables heures de non-débat. Il parle d'élites genevoises sans perspectives et de leur «détestation» de ce Journal qu'ils ont sacrifié alors qu'ils étaient en charge de le défendre. Il rappelle le rôle marketing considérable que le Journal a joué sur le plan international pour Genève et pour ses grandes familles qui le renient aujourd'hui. Anne Kauffman lit une déclaration de la société des rédacteurs qui remercie les actionnaires d'avoir assumé un journal déficitaire aussi longtemps. Elle pose un certain nombre de questions quant à la mise en place du nouveau journal, soulignant la médiocrité du titre choisi. Pierre de Senarclens⁽¹⁾ voit dans le projet de nouveau journal deux logiques contradictoires qui s'affronteront inévitablement: la logique de marché qui nécessitera une recherche du plus grand nombre de lecteurs et la logique politique de certains promoteurs de la fusion qui voudraient faire de ce journal une «gazette Swissair» au service de leurs idées. Michel Barde précise que la convention d'actionnaires du 24 décembre 1996 n'engageait les signataires qu'à soutenir une recherche de partenariat dans le but de pérenniser le titre, et non pas de le faire disparaître. Il regrette que cette convention ait permis à des actionnaires de mener des négociations dans le dos des administrateurs et qu'elle ait abouti à ce que le 15 mai 1997, David de Pury, sur la demande de Pierre Lamunière, invite Gilbert Coutau à reprendre la discussion. Jean-Jacques Martin demande des explications quant à mon

(1) Politologue, professeur à l'Uni de Lausanne, l'un des intellectuels les plus engagés face à la concentration de la presse en Suisse romande. Il s'est particulièrement illustré lors d'un vif débat sur la RSR, l'opposant à Alain Campiotti, rédacteur en chef du NQ.

rapport publié la veille dans la Liberté et réclame les chiffres réels du NQ. La réponse évasive de Gilbert Coutau qualifiant ce rapport d'inexact me contraint d'intervenir pour lui rappeler notre séance avec Michel Barde et les documents annexes qui confirment mes chiffres. Enfin l'inévitable Pierre Darier tente de «conclure le débat sur une note optimiste» en demandant à l'assistance de l'enthousiasme pour ce projet. A défaut de susciter cet enthousiasme, ces gens pensent avoir les moyens de l'exiger.

Je pars avant le vote. Le résultat ne fait pas doute. Le conseil d'administration sera autorisé à modifier les statuts de la SA pour permettre la fusion.

Le 16 octobre on apprend que la régie publicitaire du *Temps* sera attribuée à Publicitas. Cette décision sonne probablement le glas d'Ofa Romandie.

Je demande à Roland Ray de me conseiller un bon avocat pour examiner dans quelles conditions je pourrais publier ce journal de la fusion. Il me recommande Alain Marti mais me met en garde quant aux conséquences d'un tel projet.

Le 20 octobre je remets ce texte inachevé à Me Marti pour connaître son avis.

Mon rapport est également publié sur un site internet baptisé *Innocent*⁽¹⁾. Le site diffuse des informations et des messages anonymes à propos de la fusion des deux journaux.

(1) <http://www.geocities.com/Broadway/Stage/4954>

Le site comprend plusieurs parties: l'actualité jour par jour, le club (sélection de messages anonymes), la chronologie des premiers événements, et une revue de presse sur lui-même. Objet de toutes les rumeurs, il est tantôt attribué à Marc Lamunière, à Claude Monnier ou à Xavier Pellegrini. Ce dernier aurait même reçu une lettre d'Eric Hoesli qui dit l'avoir démasqué, mais qui lui propose une collaboration rédactionnelle dans le Temps.

Le 27 octobre Roger de Diesbach m'informe qu'Edipresse a demandé au Conseil de la presse d'ouvrir une enquête à propos de la publication de mon rapport dans *La Liberté* (et sur leur site Internet en version intégrale, sans commentaires, ni avertissements aux lecteurs). Il pense que Jacques Pilet veut sa peau. Il semble très inquiet.

Il m'envoie le texte de la demande d'enquête en me suggérant de répondre à un point précis qui conteste mes chiffres.

Le 4 novembre j'écris donc au Conseil de la presse et j'adresse copie à Roger de Diesbach. Il est satisfait et m'annonce que Roger Friedrich, correspondant romand de la NZZ a, pour sa part, reçu d'Edipresse une vive lettre de reproches qu'il n'a pas franchement appréciée.

Le Courrier publie une interview d'Ignace Jeannerat qui dénigre ouvertement la rédaction des suppléments coédités avec Roland Ray. Thierry Oppikofer⁽¹⁾ est furieux et lui adresse une lettre incendiaire.

Me Marti, après analyse de ce texte, estime que je peux le publier sans risques majeurs à condition d'être en mesure de justifier mes chiffres et de m'en tenir aux simples faits. Il ajoute que la publication de ce texte serait d'un grand intérêt public. Il pense qu'il y aurait matière à faire annuler le vote de la récente assemblée générale des actionnaires du Journal car, selon lui, Gilbert Coutau a déclaré, juste avant le vote, ne pas connaître les chiffres du *Nouveau Quotidien*. Ce qui revient à constater, selon lui, que les actionnaires se sont prononcés sur des éléments incomplets et erronés.

(1) rédacteur en chef des suppléments *Journal de l'Immobilier* et *Mardi Emploi* ainsi que de *Genève le Mensuel*.

télévision suisse romande



20, quai Ernest-Ansermet
case postale 234
CH-1211 Genève 6
téléphone 022 708 99 11
fax 022 320 48 13

Monsieur
Dominique FLAUX
Rue de Carouge 36 bis

1205 Genève

Genève, le 25 novembre 1987

Cher Monsieur,

LE « TEMPS » D'UN MARIAGE ARRANGÉ.

Malheureusement, pour des raisons de minutage et d'équilibre du sujet, nous n'avons pas pu retenir votre interview malgré son grand intérêt. Croyez que nous le regrettons.

En vous remerciant encore de votre collaboration lors de la réalisation de ce reportage, nous vous prions de croire, cher Monsieur, à l'assurance de notre parfaite

considération.

Blaise Figuet
Réalisateur


Luc Mariot
Journaliste

Je rencontre Xavier Pellegrini, ex-rédacteur en chef-adjoint du NQ, ex JdG, ex-Hebdo. Il cherche des partenaires et des financiers pour lancer à Genève un journal quotidien minimaliste: juste quatre pages d'international, d'économie, de finance et d'actualité locale avec seulement 7 ou 8 journalistes seniors. Son idée est excellente, très intelligente, mais je crains que personne ne la prenne au sérieux.

Le 8 novembre Christian Bernet et Esther Mamarbachi signent un article dans le JdG à propos d'un accord confidentiel passé entre Edipresse et la TSR, que Jacques Pilet baptise «gentlemen's agreement» et qui n'engage, selon lui, les deux parties qu'à «appliquer les règles déontologiques avec sérieux et rigueur» (lorsqu'il s'agit de leurs entreprises).

Le 10 novembre Roland Ray reçoit Jacques Pilet, Paul Miskiewicz et Tibère Adler qui pourraient éventuellement envisager de lui laisser la régie publicitaire d'un supplément immobilier dans le *Temps*. Exprimé autrement, ils lui confirment la perte de ses droits de coédition sur *Mardi Emploi* et sur le *Journal de l'Immobilier*, ainsi que de la régie publicitaire de *Mardi Emploi*. En contre-partie, ils pourraient lui concéder quelques mandats ou collaborations sur des titres mineurs.

Luc Mariot, de *Temps Présent*, me signale qu'il a inclus dans le montage de son émission le passage où il m'interroge sur la viabilité économique du *Journal de Genève*.

Le 11 novembre je reçois une lettre inattendue d'Eric Hoesli. Selon ses propos, parmi les gens auxquels je reconnais avoir transmis mon rapport certains n'étaient pas tenus par le secret de fonction. Il en déduit donc que je suis pénale-

ment fautif. J'ignore à quelle personne il fait allusion: Marian Stepczynski? il était encore officiellement notre directeur de publication. Les administrateurs du Journal? C'était même mon devoir. Georges Urban?. Est-ce vraiment un délit de transmettre un tel rapport à un actionnaire aussi important, ancien président du Conseil d'administration et signataire du pacte d'actionnaires? A moins qu'il veuille parler de David de Pury? Un autre point de sa lettre précise que ses propos tenus à mon égard et que *La Liberté* a publié sont issus d'une simple conversation privée. Ils ont, selon lui, été travestis «en réaction» par Roger de Diesbach (quant au journal télévisé, c'était peut-être une caméra cachée?).

Me Dominique Warluzel, mandaté par Roland Ray, adresse une lettre à la société éditrice du Journal pour réclamer 6,9 millions d'indemnités suite à la rupture unilatérale des contrats de coédition et de régie du *Journal de l'Immobilier* et de *Mardi-Emploi*.

Xavier Pellegrini, qui, malgré ses démentis répétés, reste l'une des personnes les plus suspectées d'être l'auteur du site internet anonyme *Innocent*, me propose de rejoindre sa société, d'en assumer le marketing et de travailler avec lui sur son projet de quotidien minimaliste.

Le 13 novembre rien ne va plus entre les deux actionnaires principaux de *l'Agefi*, Pio Fontana et Alain Fabarez. Le premier a proposé ses parts à Edipressse qui les aurait déclinées

Le 18 novembre le Tribunal de Première Instance de Genève déboute quatre petits actionnaires du JdG qui avaient demandé la suspension de l'inscription des nouveaux statuts

de la SA du Journal, votés par l'assemblée générale du 15 octobre. Toutefois ce refus ne préjuge pas du résultat de l'action en nullité intentée au fond.

Le 19 novembre Luc Mariot, de *Temps Présent*, m'informe que finalement mon interview n'a pas été retenue «*et que c'est sans doute préférable pour moi*».

Le 20 novembre dans le Journal, Jocelyn Rochat reprend un article de la *WerbeWoche* qui fait état des hésitations de Pierre Lamunière face au coût prévisible de la fusion. Christian Campiche a, pour sa part, entendu parler d'une transaction entre Edipresse et *l'Agefi*. En fait sur les 49% qu'il possédait, Pio Fontana en a vendu 25% à Alain Fabarez qui a également pris une option sur le solde. Sachant qu'Alain Fabarez doit déjà investir dans le lancement d'un supplément hebdomadaire et que ses capacités financières ne sont pas infinies, il serait intéressant de savoir dans quel but il a effectué cette transaction.

Le 24 novembre le nouveau budget du *Temps* arrive miraculeusement dans ma boîte aux lettres. 41 millions de dépenses prévues! Cela suppose, pour équilibrer le budget, des reports d'abonnements quasi-automatiques, des ventes en kiosques euphoriques (puisqu'il n'y aurait pas de caissettes) et un chiffre d'affaires publicitaire supérieur à 90% du total des deux titres. Les promoteurs du *Temps* ont donc inventé une fusion « $1+1 = 1,8$ »! Ce n'est pas crédible.

Que restera-t-il des déclarations d'indépendance d'Eric Hoesli, l'an prochain, lorsqu'il présentera à ses administrateurs un résultat d'exploitation de quelques millions de francs en dessous de l'objectif qu'il s'engage aujourd'hui à

atteindre? Combien de temps pourra-t-il justifier un budget de rédaction de 14,9 millions ?

Le 27 novembre, toute la profession regarde le *Temps Présent* consacré à la fusion. Le lendemain, l'émission est l'objet de toutes les plaisanteries. Plus personne ne doute de la réalité du pacte de non-agression entre la TSR et Edipresse. La réputation du département information de la Tour est salement égratignée. On retiendra entre autres de cette émission que l'interview de Christian Campiche s'est réduite à un air de guitare et, surtout, le mot malheureux de Pierre Lamunière à propos de «la voilure» qu'il faudra peut-être réduire si le *Temps* venait à ne pas atteindre ses objectifs.

Le 1er décembre la Commission de la concurrence donne son accord à la fusion des deux titres en précisant que toutes les conditions de l'interdiction étaient réunies. Elle a cependant jugé que le *Journal de Genève* ne pouvait pas assurer sa survie à long terme et que la fusion représentait, par conséquent, un moindre mal. Pas un mot quant à la situation financière du *Nouveau Quotidien*.

Le 3 décembre les deux titres font paraître simultanément un publi-portrait de deux pages pour présenter ce que sera le *Temps*. On y apprend entre autres que «*le Temps consentira un effort particulier dans le domaine de l'économie*».

Le 11 décembre Edipresse retire sa plainte contre Roger de Diesbach auprès du Conseil de la presse. Le groupe vaudois estime que son geste n'a pas été bien compris. La publication de mes chiffres n'est donc plus contestée.

Le 12 décembre à 14 heures les employés d'Ofa Romandie apprennent la disparition de leur entreprise. C'est

le triomphe de la culture Publicitas qui renforce son inquiétante mainmise sur la principale source de financement de la presse en Suisse romande.

Le 14 décembre je confie mon manuscrit à Pierre Engel avec une lettre en mille exemplaires destinée à annoncer aux membres de l'association des amis du Journal cette prochaine parution.

Le 16 décembre Pierre Engel m'informe qu'il ne communiquera mon message à ses membres que si j'accepte de modifier quelques passages le concernant. Il considère que je mets son nom trop en avant, que je minimise l'action de l'association, que je ne devrais pas rapporter ses propos concernant MM. Barde et Urban et que ma conclusion attribue trop vite la victoire aux promoteurs de la fusion. Il semble également ennuyé que soit également rapportée son appréciation personnelle sur le journal *Le Monde*. Je refuse ces modifications, il me rend les mille lettres.

Thierry Meyer, futur chef de la rubrique économique du Temps se présente aux lecteurs des deux journaux avec une candeur toute juvénile qui amuse tout le monde, sauf les banquiers et les éditeurs du Temps. Ces derniers se demandent si Ignace Jeannerat ne devrait pas finalement reprendre les rênes de la rubrique économie (voilà bien mal récompensé tant de dévouement).

Le site internet anonyme *Innocent* annonce qu'un préavis de grève est déposé par la société des rédacteurs qui exige de la SA du *Temps* des engagements sur deux ans. «La voilure» commence à réaliser que le nouveau journal pourrait ne pas tenir ses promesses à moyen terme.

Le 17 décembre je contacte Pierre de Senarclens qui ne semble pas approuver les conditions que Pierre Engel veut m'imposer pour informer les membres de son association. Paul-Emile Dentan et Laurence Deonna⁽¹⁾ se chargeront par la suite de rectifier le tir.

Le 18 décembre Jacques Pilet démissionne de la direction des publications d'Edipresse Suisse, précisant qu'il n'a aucun plan de carrière en tête et qu'il n'aspire aujourd'hui qu'à retrouver sa liberté d'esprit. Il pourrait même envisager d'«*écrire des poésies*» (ce serait sans doute moins coûteux pour son éditeur). Il reste toutefois membre du conseil d'administration de la SA du*Temps*.

Le 23 décembre, le Journal boucle ses comptes de fin d'année. Malgré les perturbations du dernier semestre, il enregistrera sur 1997 des recettes publicitaire nettes environ fr. 500'000 supérieures à l'année passée. Durant cette même année, le NQ a subi une nouvelle baisse, proche de 6% de son volume publicitaire 1996 (source REMP). Sa colonne recettes affichera donc un bon million de moins que l'année précédente, qui était déjà calamiteuse.

Sur le marché publicitaire, le JdG pèse maintenant près d'une fois et demi le NQ, dont la faillite est évidente. Qui peut encore croire que les actionnaires du Journal ont sacrifié leur titre par nécessité économique?

Dominique Flaux, le 4 janvier 1998

(2) reporter-écrivain, prix Unesco 1987 de l'éducation pour la paix.

POST-SCRIPTUM

Des personnes citées dans ce livre m'en voudront peut-être d'avoir rapporté leurs propos ou porté sur elles un regard sans complaisance. Si je les ai blessées, j'en suis désolé, d'autant que j'ai, pour certaines d'entre elles, de l'estime. Je pense par exemple à Kaspar von Hammerstein qui m'a beaucoup soutenu, à Valérie Boagno dont je reconnais le professionnalisme, ou même à Gilbert Coutau dont je peux bien imaginer le cauchemar qui le hante depuis plus d'un an. J'espère qu'elles auront découvert au fil de ces pages un angle de vue qui n'est peut-être pas (ou plus) le leur, mais qui existe bel et bien et qui reste profondément partagé par une multitude de gens tout à fait recommandables et d'horizons très variés.

Je remercie David de Pury d'avoir au moins tenté de m'écouter. J'ai (peut-être) la naïveté de croire que son intérêt était sincère mais que mes mises en garde n'ont pas pesé lourd face aux affirmations péremptoires de ses «amis».

J'espère également que ces lignes auront permis aux promoteurs de la fusion de constater que si des oppositions leur ont été clairement exprimées par les uns, la blessure n'en est pas moins vive pour les autres. Si les choix d'attitudes ont parfois divergé au sein du Journal, il y a toujours eu un très large consensus entre nous quant aux analyses et aux observations.

Le *Temps* se construit sur de faux postulats qui affirment que les deux journaux sont d'égale valeur et que le JdG ne pouvait pas s'en sortir seul. C'est sur cette base falsifiée qu'on a justifié le sacrifice des deux titres afin d'en créer un troisième dont on a défini en force une ligne rédactionnelle et un positionnement qui ne correspondent pas à la réalité et qui engendrent le malaise.

Je ne sais plus qui a écrit que «*le bonheur, c'est d'avoir sa passion pour métier*». Le *Temps* ne suscite pas cette passion et les gens qui le font ne paraissent pas heureux. Sans doute parce que notre métier ne sort pas vraiment grandi de cette mésaventure.

ANNEXE

Quelques extraits d'articles
parus dans le *Journal de Genève et Gazette de Lausanne*
à propos des promoteurs de la fusion

DAVID DE PURY

Journal de Genève. 28/11/1995. Privatisation de l'OMC. David de Pury, coprésident d'ABB, estime que sa proposition de privatiser l'OMC a été mal interprétée. Il réagit ainsi aux paroles du conseiller fédéral Jean-Pascal Delamuraz diffusées le 23 novembre sur la Radio suisse romande pour qui, l'OMC donnée en propriété exclusive au secteur privé, «c'est l'éclatement de la société politique avec une suite de risques dont les minorités et les moins nantis feraient les frais, au profit d'une sorte de loi de la jungle économique». Pour M. de Pury, l'OMC est précisément là pour éviter que la loi de la jungle ne s'installe. Elle est l'organisation chargée par les gouvernements d'établir et d'appliquer les règles du jeu du commerce mondial. Mais la réalité internationale sur laquelle ces règles sont basées est en train de changer. Selon lui, la nouvelle réalité est celle de sociétés multinationales. «Le système doit évoluer pour tenir compte d'une nouvelle réalité dans laquelle il n'apparaît plus évident qu'une multinationale choisisse un Etat pour défendre ses intérêts sur le plan du commerce mondial.» C'est la raison pour laquelle M. de Pury a défendu l'idée d'accorder aux sociétés multinationales un accès direct à l'OMC. (ATS)

Journal de Genève 15/12/1995. Ayons le courage d'une vraie relance, rouvrons le débat sur la dérégulation»: tel est l'esprit du Livre blanc qui a reçu l'appui d'une vingtaine de capitaines d'industries suisses. Des dirigeants qui apparemment semblent déjà prendre de la distance avec ce document puisque aucun d'eux n'a accepté de venir débattre de la question au cours de la très populaire émission Arena qui est diffusée tous les vendredi soir sur la chaîne de télévision suisse alémanique. De Josef Ackermann à Robert Studer, tous les signataires contactés à ce jour ont refusé de se déplacer. Fer de lance de l'émission, Filippo Leutenegger n'en

croit pas ses yeux ou plutôt ses oreilles. Le journaliste, qui présentera le 12 janvier prochain, la 100e édition d'Arena, est formel: depuis le lancement de l'émission, il n'a jamais vécu une telle situation. Du dîner de Noël au voyage à l'étranger, le journaliste a entendu une palette d'excuses d'une rare richesse de la part des personnes contactées. Principal auteur du rapport, David de Pury ne pourra venir le défendre devant les caméras de télévision puisqu'il effectuera un voyage en Chine. C'est donc tout logiquement vers les signataires du comité de soutien que s'est tourné le journaliste pour trouver quelqu'un qui participe à l'émission. Il lui faut à la fois un industriel et une grosse pointure, puisque l'adversaire est un fin débatteur. Il s'agit de Peter Bodenmann, président du Parti socialiste suisse, qui s'est fait un plaisir d'accepter l'invitation. (...). *Jean-Marc Crevoisier*

Journal de Genève. 18/12/1995. Le «Livre blanc» sous les feux de la critique. Le président de la Confédération, Kaspar Villiger, a critiqué le récent «Livre blanc» de la Fondation Max Schmidheiny, qui préconise la déréglementation totale. Nombre des propositions des patrons de l'économie sont irréalistes, a déclaré M. Villiger dans une interview publiée par le «SonntagsBlick». Kaspar Villiger a salué le fait que «l'économie se préoccupe des finances fédérales». Mais elle ne devrait pas négliger les réalités sociales et politiques. Le conseiller fédéral juge politiquement irréalisables les propositions de transformation de l'AVS et des caisses de pension. Les autres idées des patrons de l'économie sur l'amélioration des finances fédérales sont, selon M. Villiger, «trop théoriques et trop floues».

Le président de la Banque Nationale, Markus Lusser, a également exprimé son scepticisme sur les propositions du «Livre blanc» du groupe de David de Pury, vice-président d'Asea Brown Boveri (ABB). M. Lusser s'est dit d'accord avec une dérégulation qui supprime des privilèges coûteux pour l'économie et contraires à la libre concurrence. En revanche, il ne faut pas remettre en question la paix sociale, qui constitue un des principaux avantages concurrentiels de la Suisse. Le «Livre blanc» aurait dû être vendredi soir le thème de l'émission «Arena» de la télévision allemande DRS. Mais Peter Bodenmann, le président du Parti socialiste suisse, en a claqué la porte après six minutes d'enregistrement. Trois autres participants au débat l'ont suivi, parce qu'aucun des «vrais responsables» du «Livre blanc» n'était présent au débat. M. Bodenmann souhaitait s'entretenir avec David de Pury ou Stephan Schmidheiny. Le premier est coauteur du «Livre blanc» et le second éditeur à travers la Fondation Max Schmidheiny. (ATS).

Journal de Genève 29/02/1996. **Une restructuration de la direction du groupe motiverait le départ du coprésident suisse d'ABB.** David de Pury a récemment fait parler de lui avec la publication du Livre blanc des patrons. La multinationale électrotechnique helvético-suédoise ABB a annoncé hier à Varsovie la démission de David de Pury. Le Suisse abandonne, tout comme son homologue Peter Wallenberg, la coprésidence du conseil d'administration du groupe, qui restructure son organigramme. Ils cèdent la place au patron d'ABB, Percy Barnevik, qui assoit encore un peu plus son pouvoir en reprenant la présidence, seul, du conseil d'administration. Bien connu du public romand dont il porte le flambeau dans la haute fonction publique puis privée, David de Pury n'a pas voulu, selon son porte-parole, du simple poste de membre du conseil d'administration de la société mère BBC qu'on lui proposait et a préféré remettre sa démission. Cette démission serait le fruit d'une simplification des structures et non d'une question de personnes. David de Pury provenant d'une des maisons fondatrices du groupe ABB n'avait pas qualité pour assumer la nouvelle présidence unique, contrairement à M. Barnevik. Dans la foulée de cette simplification, d'autres démissions interviendront, ajoute le porte-parole de M. de Pury, pour souligner le caractère amiable et non conflictuel de cette démission. L'annonce de ce départ suscite l'intérêt par la personnalité du démissionnaire ainsi qu'une vague de spéculations sur ses activités futures. Après une enfance passée en partie à l'étranger où son père représentait une grande firme suisse, David de Pury a fait ses études à Genève dont il est avocat. Entré au Département des affaires étrangères en 1970, il s'y fit remarquer comme un des éléments les plus brillants de sa génération. Une extrême aisance, une ambition sans répit mais souriante le propulsèrent rapidement dans les échelons mais plus encore dans l'estime des grands patrons d'alors. Au cours des années 1980 il fut le plus jeune ministre de Suisse à Washington (numéro deux de l'ambassade) où des attaches familiales lui donnaient accès à l'establishment américain aussi bien gouvernemental qu'économique et intellectuel. Pour un Conseil fédéral qui entamait alors un tardif apprentissage du monde par de fréquentes visites de ses membres à Washington, cette aisance diplomatique appuyée sur une intelligence rapide et concrète des intérêts de la Suisse fut non seulement d'un effet éblouissant mais d'une grande utilité. Rappelé à Berne, de Pury y fut bombardé secrétaire d'Etat à la division des affaires économiques extérieures. Bon premier de sa génération, là aussi. Il y négocia pour le compte de la Confédération l'Uruguay Round du GATT. Collaborateur proche de Jean-Pascal Delamuraz, il fut avec

Franz Blankart son mentor efficace en diplomatie économique multilatérale, celle qui compte le plus pour la Suisse. Puis ce Neuchâtelois cosmopolite, parfaitement bilingue (français/schwyzerdütsch), ce qui est un avantage incomparable dans l'administration fédérale et au-delà, commence une nouvelle vie en 1991. Lâchant les négociations du GATT à quelques encablures du port d'arrivée, il passe dans le secteur privé chez ABB parmi le mince et davossien empyrée des patrons planétaires. Le passage ne lui fut peut-être pas aussi facile qu'il l'avait imaginé, mais à en juger par les profits actuels de la maison, cette dernière n'eut pas à le regretter. De Pury, qui aime vivre intensément, se jette dans la discipline du management haut de gamme, mais il apporte aussi à sa multinationale une forte citoyenneté suisse en intervenant sur la scène publique. Il sera en 1995 dans l'arène de la TV alémanique un débatteur providentiel contre Christoph Blocher, suscitant chez ses compatriotes une sorte de contre-frisson patriotique bienvenu. Il prendra en charge le Livre blanc des patrons, recueil récent de recettes d'un libéralisme déterritorialisé et sans grande inspiration, qui a néanmoins le don de se faire remarquer et de susciter des critiques, y compris dans ce journal. (...) *Antoine Maurice*

Journal de Genève 31/10/1996. **Helmut Maucher est toujours en tête alors que David de Pury «dégringole».** Le patron de Nestlé, Helmut Maucher, est toujours en tête du classement des plus importants administrateurs de Suisse. En revanche, l'ancien numéro deux, David de Pury, n'apparaît plus dans les 100 premiers. Il a reculé dans les profondeurs du classement, suite à ses retraits d'Asea Brown Boveri (ABB), BBC, Ciba et CS Holding. David de Pury ne représente «plus» qu'un capital-actions de 996 millions de francs, contre 8,6 milliards l'an dernier, a indiqué la dernière édition de l'annuaire suisse des administrateurs d'Orell-Füssli. (...) (ATS)

Journal de Genève. 2/07/1996. **David de Pury rejoint le monde de la finance.** Près de cinq mois après son départ d'ABB, le porte-drapeau du nouveau libéralisme économique suisse fonde sa propre société. Lancée et présidée par M. de Pury sous la forme d'une S.A. genevoise, celle-ci sera enregistrée sous le nom «de Pury, Pictet, Turrettini & Cie». David de Pury coupe court aux rumeurs en annonçant ses projets d'avenir. Suite à son retrait de la coprésidence d'ABB le 28 février dernier, David de Pury avait fait l'objet de nombreuses spéculations. Désormais, la vedette de l'économie helvétique a porté son dévolu sur les métiers de la finance.

«M. de Pury voulait réaliser ce projet depuis un certain temps. Il souhaitait ouvrir sa propre entreprise et travailler avec des personnes qu'il connaît de longue date. Il se consacrera à des domaines qui le passionnent et qu'il connaît bien», précise Christian Berner, assistant personnel de David de Pury pendant trois ans chez ABB et futur associé au sein de la nouvelle société. Lancée et présidée par M. de Pury sous la forme d'une S.A. genevoise, celle-ci sera enregistrée sous le nom «de Pury, Pictet, Turrettini & Cie» et se consacrera au développement d'investissements stratégiques et de patrimoines. Le capital de la société sera réparti de manière assez équilibrée entre les quatre associés: David de Pury, Guillaume Pictet, Henri Turrettini et Christian Berner ainsi qu'un cinquième partenaire: la Banque privée genevoise Lombard Odier & Cie. Le bureau de Genève de la nouvelle société se consacrera à la gestion de fortune, sous la houlette de Guillaume Pictet qui quitte COGES, une société fille de Lombard Odier, et d'Henri Turrettini, actuellement chez Mirabaud. Le siège genevois se situera à la rue de la Corraterie. Quant à l'activité du bureau de Zurich, menée par David de Pury et Christian Berner, elle portera à la fois sur le conseil international et le développement de projets d'investissement. L'activité de conseil du bureau zurichois portera sur les domaines situés entre l'action privée et l'action gouvernementale. M. de Pury continuera d'occuper les mêmes locaux qu'à l'époque où il travaillait pour ABB. (...) En ce qui concerne les rumeurs qui annonçaient la prochaine nomination du coauteur du Livre Blanc comme président d'Expo 2001, membre du comité du CICR ou dirigeant de Suisse Tourisme, le bras droit de David de Pury rappelle que tout était faux. «Pas une once de vérité!», s'exclame-t-il.

Isabel Garcia-Gil

BENEDICT HENTSCH

Journal de Genève. 12/10/95. Hentsch, Chollet & Cie, le parfum du privé Place St-François. La banque privée de Lausanne, adossée à un grand groupe genevois, cultive avec succès la place financière lausannoise: ses actifs sous gestion ont progressé de 30% en quatre ans. (...) «La place financière lausannoise existe-t-elle?» se demandait il y a quelque temps un périodique financier romand. L'associé-gérant Pierre Henchoz et le directeur responsable du développement de la clientèle institutionnelle de Hentsch, Chollet & Cie, Pierre-André Jolliet, en sont convaincus. L'institution privée fondée en 1882, dont le capital associé a été majoritairement repris en 1987 par les associés de Hentsch & Cie à Genève ce qui

la fait appartenir aujourd'hui au groupe Darier, Hentsch & Cie dont elle est la plus importante entité hors de la Cité de Calvin, se fait même un devoir de cultiver son identité lausannoise. (...). De fait, le fonds de commerce que la banque privée lausannoise a amené dans la corbeille de mariage en 1987 était très solide. Constitué des apports d'une clientèle privée issue des grandes familles locales, il s'est étoffé au fil des ans de celle venant des sociétés à caractère international établies dans la métropole vaudoise, des clients internationaux qui ont suivi Pierre Henchoz quand il est revenu à Lausanne après avoir été à la tête de la Caisse de pension de l'ONU et, plus récemment des contacts que Pierre-André Jolliet a su conserver après son arrivée du groupe Bobst dont il était le responsable financier. (...) «nous avons certainement plus de facilité à recruter une nouvelle clientèle privée et institutionnelle sur Lausanne qu'à Genève», estiment-ils. *Paul Coudret*

Journal de Genève. 22/11/1995. En automne, Darier Hentsch & Cie part en chasse avec ses séminaires. La banque privée, plus précisément son département institutionnel qui ambitionne de gérer la moitié des actifs de la banque d'ici à l'an 2000, sort ainsi chaque année de ses murs genevois pour rencontrer une clientèle extérieure. Après la cité horlogère, ce sera Martigny la semaine prochaine et Fribourg le 6 décembre. A chaque fois, une personnalité locale est invitée à venir s'exprimer sur un thème d'intérêt général car, comme y tient l'associé Bénédict Hentsch, «avant d'être des banquiers, nous sommes des citoyens de la Cité». (...) Depuis huit ans, chaque automne, Darier Hentsch & Cie prend son bâton de pèlerin pour aller rencontrer sa clientèle et des «prospects». «Tous les banquiers privés sont concentrés à Genève alors qu'il existe d'autres endroits dans ce pays», souligne Bénédict Hentsch. (...). Les séminaires d'automne de la banque privée, fréquentés par plus d'une centaine de personnes, sont alors l'occasion idéale de compléter le marketing traditionnel par une approche «qui ne cherche rien d'autre que de vendre une image de partenaire». (...). Pour soutenir sa stratégie de proximité, la banque envisage de retourner dans les villes moyennes romandes. (...). *Paul Coudret*

Journal de Genève. 24/06/1996. Vendredi soir à Palexpo, 1600 invités venus des quatre coins de Suisse et du monde étaient conviés par la Banque Darier Hentsch & Cie pour célébrer son bicentenaire. Une fête extraordinaire en tous points, une organisation impeccable et surtout le ton de la soirée ont ébloui les invités. Pas de rétrospectives

ennuyeuses, mais une mise en scène moderne avec murs d'image, créations audiovisuelles, fumigènes, etc. Et le clou de la fête: les chorégraphes de la troupe parisienne de Serge Aubry. Pierre Darier et Bénédic Hentsch ont su prouver que la banque, fière de sa tradition, était fidèle à l'image qu'elle communique depuis quelques années. Résolument tournée vers l'avenir. *Ignace Jeannerat*

GILBERT COUTAU

Journal de Genève. 07/08/1995. Comment sortir Ben Fontanet du pétrin. (...). Le jeune et brillant président du PDC genevois avait déjà la perspective d'un été bien chargé, à préparer la campagne des élections nationales et sa propre candidature au Conseil national. Or, d'ici le 10 août au plus tard, il doit résoudre ce casse-tête: faut-il maintenir ou retirer sa candidature au Conseil des Etats, comme le lui demandent les libéraux? Mais comment faire avaler cette pilule aux délégués de son parti qui, chauffés à blanc, l'avaient plébiscité un certain soir de juin? (...) N'ayant aucune raison de sacrifier son conseiller aux Etats sortant Gilbert Coutau, le grand frère libéral fut invité à arbitrer la querelle entre les deux benjamins du clan bourgeois. Il vient de le faire en faveur de Françoise Saudan: «Après avoir examiné les chances électorales des deux candidats qui souhaitent s'allier avec Gilbert Coutau, a dit en substance au PDC une délégation libérale, nous concluons que Mme Françoise Saudan présente des avantages électoraux certains sur Bénédic Fontanet dont les qualités sont incontestables. Mme Saudan est présidente du Grand Conseil, députée depuis 1985, elle n'est pas candidate simultanément au Conseil national comme M. Fontanet. Et surtout, elle représente l'électorat féminin qui, en l'absence d'une candidature féminine de l'Entente, pourrait être tenté de voter en faveur d'une femme de gauche. Retirez donc votre candidat, pour l'Entente, et en faveur d'une femme dont nous avons absolument besoin.» «Mon seul défaut est de ne pas être une femme», soupire Bénédic Fontanet qui n'a pas encore pris sa décision. (...). *Françoise Buffat.*

Journal de Genève. 04/10/1995. Il y a quatre ans, les démocrates-chrétiens, grâce au soutien de leur liste jeunes, avaient obtenu, à l'arraché, un deuxième siège aux élections fédérales. En lice pour la deuxième fois, les jeunes démocrates-chrétiens (JDC), au nombre de cinq, ont présenté à Genève leur programme. Point fort: leur soutien pour l'adhésion de la

Suisse à l'Union européenne. Si les JDC suivent en tous points leurs aînés, ils s'en démarquent néanmoins par leur refus de soutenir le tandem de droite Gilbert Coutau et Françoise Saudan.(...).

Journal de Genève. 20/09/1995. Gilbert Coutau est inquiet pour la cohésion nationale. (...) Le conseiller aux Etats libéral regrette que les Genevois s'intéressent plus à la Polynésie... qu'au reste de la Suisse (...). Gilbert Coutau parle d'expérience, puisqu'il a siégé huit ans au Conseil national et quatre ans aux Etats. Dans ces élections fédérales, il voit des enjeux très spécifiques pour Genève: «D'abord la cohésion de la Suisse, menacée par toutes sortes de clivages. Il est important que Genève contribue à cette cohésion en étant représenté à Berne par une équipe crédible. Je vise Paolo Gilardi, un homme de division, un marginal par rapport à la Suisse. Certes, à Genève, ses initiatives pour la suppression de l'armée et contre le FA/18 trouvent un soutien majoritaire! C'est notre paradoxe. On s'intéresse plus à la France et à la Polynésie qu'à ce qui se passe à Berne et dans d'autres cantons».

Journal de Genève. 23/10/1995. Conseil des Etats, le nouveau duo de femmes: Christiane Brunner et Françoise Saudan. Le seul conseiller sortant de Genève, le libéral Gilbert Coutau, n'est pas réélu. (...). L'analyse de la ventilation des suffrages est sans appel: Christiane Brunner doit son élection d'abord à la poussée de la gauche. Sur les cinq listes de gauche qui portaient son nom, elle récolte 34091 suffrages, alors que Françoise Saudan n'en récolte que 30255 sur les listes de droite, et Gilbert Coutau 30110. Christiane Brunner a aussi récolté 1239 voix à droite, dont 470 du PDC, 376 des radicaux, 283 des libéraux et 110 voix d'Entente. Pour sa part, Françoise Saudan glane 1101 voix à gauche, mais Gilbert Coutau n'en reçoit que 524, ce qui creuse la différence entre les deux candidats bourgeois. Les démocrates-chrétiens, qui avaient menacé de biffer le tandem de l'Entente, ne l'ont fait que modérément: 359 coups de crayon pour Mme Saudan, 460 pour M. Coutau. Mais ils apportent 470 voix à Mme Brunner. Enfin, les bulletins sans nom de liste ont particulièrement favorisé Christiane Brunner qui reçoit par là 3370 voix, contre 2136 à Françoise Saudan, et seulement 1549 à Gilbert Coutau. La radicale l'a emporté de 1338 voix sur le libéral. Ce qui a fait la différence entre eux, ce sont 587 sans nom de liste, 577 suffrages de gauche et environ 150 voix à droite.
Françoise Buffat

Journal de Genève. 25/10/1995. Elections fédérales. Le débat du «Journal de Genève et Gazette de Lausanne». (...) Le «Journal de Genève et Gazette de Lausanne» organisait mardi soir à Lausanne un débat postélectoral sur les prémices de la prochaine législature. Plus de cent personnes avaient rejoint le Palais de Beaulieu. Autour d'une table ronde, notre journal avait invité quatre représentants des partis gouvernementaux, le correspondant en Suisse romande de la «Neue Zürcher Zeitung», trois candidats malheureux dont le libéral genevois Gilbert Coutau, ainsi que le politologue Yannis Papadopoulos, professeur à l'Université de Lausanne. (...) Pour Gilbert Coutau, la presse est en grande partie responsable de l'abstentionnisme (...). *François Modoux*

Journal de Genève. 21/03/1996. Nouveau président à la Chambre de commerce et d'industrie. Gilbert Coutau succède à Ivan Pictet. (...). «*Qu'allez-vous faire pour tenter de renverser la tendance de centralisation des pouvoirs économiques que Zurich est en train d'imposer au reste du pays? Je pense que nous avons la grande chance d'être l'autre pôle important de la Suisse et je crois beaucoup à la création de la région lémanique, un centre d'équilibre par rapport à Zurich. Il y aura des frictions, certes. Il faudra plaider, il faudra s'affronter parfois*». (...) *Jacques Jeannerat*

ERIC HOESLI

Journal de Genève. 7/09/95. Un nouveau rédacteur en chef pour «L'Hebdo». Eric Hoesli quitte «Le Nouveau Quotidien» pour reprendre, au début de l'année prochaine, la direction de la rédaction de «L'Hebdo». Eric Hoesli avait commencé sa carrière de journaliste à «L'Hebdo», où son rédacteur en chef-fondateur Jacques Pilet l'avait engagé comme stagiaire en 1984. En janvier prochain, il quittera «Le Nouveau Quotidien» du même Jacques Pilet, pour prendre les rênes de l'hebdomadaire Ringier. En août dernier, après plus de dix ans passés à «L'Hebdo» dont cinq comme rédacteur en chef, Jean-Claude Péclet annonçait sa décision de quitter le navire, motivant notamment ce choix par l'envie de rechausser ses bottes de journaliste de terrain. Auparavant, son assistant Daniel Pillard avait lui aussi annoncé son départ, pour rejoindre la rédaction de «L'Illustré» du même éditeur. Mercredi, le directeur de Ringier Romandie a confirmé le nom du troisième rédacteur en chef depuis le lancement du magazine romand d'information. Ce sera Eric Hoesli, actuellement chef de

la rubrique politique au «Nouveau Quotidien». Pour Théo Bouchat, celui-ci, «par ses qualités journalistiques et humaines», est l'homme de la situation. Il lui appartiendra notamment de poursuivre la refonte du magazine, en le rendant «plus vif et plus mordant». Le nom de son adjoint n'est pas connu pour l'heure, mais ce pourrait bien être un autre journaliste du «Nouveau Quotidien», Jean-Jacques Roth, l'un de ses trois rédacteurs en chef adjoints, qui rejoindra le magazine Ringier. (...) (RoE).

JACQUES PILET

Journal de Genève. 23/12/1995. «Suisse 4» ouvre ses portes au groupe Edipresse. Le plus grand groupe de presse romand va entrer dans le capital de «Presse-TV». Cette société privée, partenaire de la SSR, produit des émissions pour la quatrième chaîne nationale. Tant le Conseil fédéral que la SSR (Société suisse de radiodiffusion et télévision) souhaitent voir un éditeur romand participer à Suisse 4. Ce vœu est désormais exaucé avec l'arrivée d'Edipresse sur la quatrième chaîne nationale. Le plus grand groupe de presse de Suisse romande vient en effet de décider d'entrer dans le capital de «Presse-TV» (PTV), selon le directeur général adjoint d'Edipresse Marcel Pasche. La société privée PTV, dont sont notamment actionnaires les éditeurs alémaniques Ringier, Neue Zürcher Zeitung (NZZ) et Basler Zeitung (BaZ), produit une dizaine d'émissions pour Suisse 4. Il reste encore à déterminer quel type d'émission réalisera Edipresse sur Suisse 4. Une dizaine de projets sont actuellement à l'étude et plusieurs journalistes du groupe s'y intéressent. Mais aucun choix n'a encore été fait. Jacques Pilet, directeur et rédacteur en chef du «Nouveau Quotidien», participe déjà à une émission de Suisse 4, «Point de vue». Edipresse pourrait donner sa préférence soit à une émission politique, soit économique, soit animale ou encore médicale. (...). *Esther Mamarbachi*

Journal de Genève. 29/8/1996. Le conseiller fédéral Adolf Ogi a désigné les membres de la Commission d'étude pour les questions stratégiques chargée de penser l'avenir de la politique de sécurité de la Suisse. Présidée par l'ambassadeur Edouard Brunner, la Commission se compose de 41 personnes d'horizons divers. Première séance le 27 septembre. La Commission devra élaborer les lignes directrices de la politique de sécurité et de défense de la Suisse après le tournant du siècle et faire rapport au chef du DMF au début de 1998. Il s'agira de décrire les développements et les risques au cours des 20 à 25 prochaines années et de

définir la protection la plus efficace pour la population et le pays. Afin de constituer une base de réflexion indépendante de l'administration, la Commission ne compte aucun fonctionnaire du DMF ou d'autres secteurs de l'administration. Dans cette Commission, on trouve des personnalités telles que Peter Arbenz, Christoph Blocher, David de Pury, Jacques-Simon Eggly, Hans-Ulrich Ernst, Jean-Pierre Gattoni, Andreas Gross, Nicolas Hayek, Jean-François Leuba, Thérèse Obrecht, Jacques Pilet et Olivier Vodoz. (ATS)

Journal de Genève. 8/11/97. **Edipresse et la TSR font ami-ami. Mais pas plus.** Les deux entreprises ont-elles signé un pacte de non-agression? non, disent les principaux intéressés qui reconnaissent pourtant avoir eu des contacts. Le mardi 7 octobre dernier, tous les cadres de la grande maison Edipresse étaient rassemblés au Château de Begnins (VD). Ce genre de réunion est devenu régulier depuis que Jacques Pilet a pris la direction des publications suisses du groupe lausannois.(...) Les discussions ne sont pas restées longtemps confidentielles. Un mois plus tard, les rédactions véhiculent une rumeur inquiétante. Ne dit-on pas que le groupe Edipresse a conclu un accord avec la Télévision Suisse Romande? Et jeudi soir, lors d'un débat sur la liberté de la presse, le rédacteur en chef de la Tribune de Genève, Guy Mettan, évoque ledit accord. On sait que les deux groupes sont en froid. Chez Edipresse on n'a pas du tout apprécié la manière dont la TSR a relaté cet été les événements concernant la fusion entre le Nouveau Quotidien et le Journal de Genève et Gazette de Lausanne. (...). Du côté de la TSR on peste aussi contre la propension de certains titres vaudois à se délecter des combats de chefs qui empestent l'atmosphère la tour genevoise. (...) En clair les deux groupes décident de ne plus se tirer dans les pattes. Les principaux intéressés, Jacques Pilet et Philippe Mottaz, le directeur de l'information de la TSR, nient avec fermeté tout accord et parlent tous deux d'«affabulation». (...). Les deux hommes, en compagnie d'Eric Hoesli, futur directeur-rédacteur en chef du Temps, se sont toutefois rencontrés pour parler de leurs griefs respectifs. «Nous avons simplement convenu d'appliquer les règles déontologiques avec rigueur et sérieux, affirme Jacques Pilet» (...). *Christian Bernet, avec la collaboration d'Esther Mamarbachi.*

Imprimé en France
Dépôt légal janvier 1998