

Edito

Das Schweizer Medienmagazin
Le magazine suisse des médias

Tarif média 2024

Nous donnons un visage au
journalisme en Suisse.

Edito. Le magazine suisse des médias
www.edito.ch





« Si nous confondons publicité et rédaction, nous gâchons nos graines. » Susan Boos

« La publicité déloyale nuit aux médias »

Susan Boos, présidente du Conseil de la presse, s'engage en faveur d'une obligation uniforme d'étiquetage de la publicité. Une règle claire, valable pour tous, serait dans l'intérêt des maisons de médias, car cela leur permettrait de protéger leur crédibilité.

INTERVIEW MATTHIAS ZEHNDER. PHOTO ERIC BÖHRER

Dans les années 1990, il y avait déjà des reportages publicitaires. Qu'est-ce qui a changé depuis? La presse est devenue plus professionnelle. Par rapport aux années 1990, les entreprises ont plus de moyens publicitaires. Les entreprises Internet mondiales ont plus de revenus publicitaires que l'ensemble du marché publicitaire de la presse en Suisse. Cette baisse menace l'existence même de la presse imprimée.

En ligne, les frontières sont plus floues. Est-ce un problème? Cela a à l'impact sur l'opinion. Je pense que nous avons un problème fondamental. Avec des sites en publicité, elle n'est pas clairement identifiable comme telle par la mise en page. La Commission suisse pour la Loyauté est plus stricte: elle dit que la publicité doit être brisée et se distinguer visuellement. En ligne, le problème est encore plus grand, car la similitude entre le contenu éditorial et la publicité est très grande. Mais dans la presse écrite, le geste est bien sûr aussi présent. Les clients publicitaires veulent se rapprocher autant que possible du contenu éditorial. Tant qu'il n'y a pas de règle claire à laquelle tout le monde adhère, il est logique que les clients aillent aussi loin qu'ils le peuvent et se présentent de manière aussi similaire que possible. Il serait donc important que tout le monde soit sur un pied d'égalité.

Quelle est la différence entre le « contenu payant » et la publicité? La robe. « Contenu payant » signifie: la publicité se distingue en

journalisme, mais c'est tout simplement de la publicité. La publicité veut bénéficier de la crédibilité du journalisme. L'effet est que c'est exactement le contraire qui se produit: la crédibilité du journalisme est détruite. Des études montrent que de nombreux utilisateurs ne peuvent guère distinguer la publicité classique du contenu éditorial. Est-ce important? Un journal (ou un site web) n'est-il pas simplement un paquet d'informations globales? Si l'utilisateur n'est pas capable de distinguer la publicité du journalisme, alors nous avons un problème fondamental. C'est pourquoi nous insistons pour que cette distinction soit clairement visible. Si quelque chose comme « contenu payant » ou « en collaboration avec » est écrit au-dessus de la publicité, même les personnes ayant une grande compétence analytique ne sont plus capables de reconnaître cela comme de la publicité payée.

La confusion règne au niveau des désignations. Une désignation uniforme aiderait-elle? Il faudrait utiliser des termes clairs, par exemple « publicité payée », pas des termes vagues. De plus, la mise en page devrait clairement se distinguer. Je plaide fortement pour un différenciation dans les mots et les graphiques.

Susan Boos travaille depuis 1981 pour la « Wez » et est présidente du Conseil suisse de la presse, instance d'auto-régulation pour les questions éthiques des médias.

La publicité est-elle mauvaise? Faire cette question. La publicité n'est pas du tout mauvaise, elle peut être très efficace. Les limites sont fixées par la Commission suisse pour la Loyauté dans la publicité. La « Wez » a également toujours fait de la publicité pour elle-même, pour que les gens sachent que la « Wez » existe.

Quand la publicité est-elle déloyale? Dans ce contexte, la publicité déloyale serait celle qui s'approprie la crédibilité du journalisme. Lorsque les Canadiens recommandent à l'exportation avec de nouvelles formes de publicité, un scientifique des médias a dit: « Don't eat your seeds ». C'est de cela qu'il s'agit. Si nous recommandons la publicité et rédaction, nous gâchons nos graines. C'est un peu comme avec le contenu de l'intelligence artificielle: si on ne sait pas si un texte a été écrit par un robot ou un humain, c'est un problème. Mais certainement pas du bon journalisme journalistique. Personne ne pourra jamais pour cela.

Le sponsoring serait-il préjudiciable? Tout dépend de la proximité du contenu. Il est important qu'il soit clair que les journalistes sont vraiment indépendants. Rien que le scepticisme qu'ils éveillent dans l'esprit est l'indication d'un sponsor suffit à nuire à leur crédibilité.

Quel est l'impact général de la publicité sur la crédibilité? Si la publicité est reconnaissable en tant que telle, alors ce n'est pas un problème. C'est la publicité déloyale qui nuit aux médias. La publicité loyale ne nuit pas. ☐

04 | médias 13



En publiant une annonce dans «Edito», vous atteignez les journalistes professionnels* suisses.

«Edito» atteint tous les membres de l'association professionnelle impressum et du syndicat Syndicom, ainsi que de nombreux membres de SSM.

Formats des annonces

	Formats	Franc-bord	Format miroir	Prix a/f (+ 8.1 % TVA)	Prix a (+ 8.1 % TVA)	Prix f (+ 8.1 % TVA)
	4ème page de couverture	210 x 297 mm	181 x 257 mm	Fr. 7500.-	Fr. 5500.-	Fr. 4850.-
	1/1 page	210 x 297 mm	181 x 257 mm	Fr. 5500.-	Fr. 4400.-	Fr. 3850.-
	1/2 page en largeur	210 x 147 mm	181 x 126 mm	Fr. 2900.-	Fr. 2320.-	Fr. 2030.-
	1/2 page en hauteur	103,5 x 297 mm	88,5 x 257 mm	Fr. 2900.-	Fr. 2320.-	Fr. 2030.-
	4/8 double page	420 x 74 mm	390 x 61 mm	Fr. 3000.-	Fr. 2400.-	Fr. 2100.-
	1/3 page	210 x 95 mm	181 x 83 mm	Fr. 2200.-	Fr. 1760.-	Fr. 1540.-
	1/4 page en largeur	210 x 74 mm	181 x 61 mm	Fr. 1700.-	Fr. 1360.-	Fr. 1190.-
	1/4 page en hauteur	103,5 x 147 mm	88,5 x 126 mm	Fr. 1700.-	Fr. 1360.-	Fr. 1190.-

Formats spéciaux

L'annonce pour le service de presse

Présentez votre service de presse.

Comment assurer la mention de votre entreprise dans les articles éditoriaux des médias suisses ? En attirant l'attention des journalistes sur votre service de presse. Le moyen le plus simple est de publier une annonce pour le service de presse dans le magazine suisse des médias «Edito». Dites quelles informations vous pouvez offrir, montrez les personnes de contact, informez sur les possibilités de contact. Nous vous aidons volontiers à développer un modèle correspondant.

1/4 page horizontale en print, incl. en ligne, Fr. 1800.- par parution.

1/4 page en largeur dans la presse écrite, y compris en ligne, Fr. 1800.- par insertion.

Bannière: présence dynamique sur edito.ch (1'456 x 180 px)

Seulement en allemand : Fr. 1440.- | Seulement en français : Fr. 1260.- (+ 8,1 % TVA)

Votre annonce d'emploi dans Edito

Nulle part ailleurs vous n'atteindrez autant de professionnels des médias

Edito est le magazine des journalistes suisses. Vous n'atteindrez nulle part ailleurs autant de candidats potentiels pour votre poste vacant. En prime, nous diffusons votre annonce d'emploi la première année via notre newsletter.

1/4 de page en hauteur dans la presse écrite, y compris en ligne

Fr. 1800.- par insertion.

Seulement en allemand : Fr. 1440.- | Seulement en français : Fr. 1260.- (+ 8,1 % TVA)

Votre ligne de télécommunication **058 221 98 04**

swisscom Swisscom SA, Group Communications, Media Relations, 3050 Bern, Fax 058 221 81 93 - www.swisscom.ch - media@swisscom.com

Chaque œuvre d'art a son histoire.
Karen N. Gerig, Responsable de la Communication au Kunstmuseum Basel, répond à vos questions sur la recherche de provenance.

Tel. +41 61 206 82 80 | karen.gerig@bs.ch **kunstmuseum basel**

skyguide
Pour les belles plumes qui apprécient un atterrissage en toute sécurité.

Avez-vous des questions sur la prévention des accidents, la sécurité au travail ou la réadaptation? **Notre team médias est à votre service.**

Suva
Communication d'entreprise
medias@suva.ch
tel. 058 359 37 83

www.suva.ch/medias
www.twitter.com/SuvaSuisse
facebook.com/SuvaSuisse

SUVA

Vous offrez des réductions aux journalistes ?


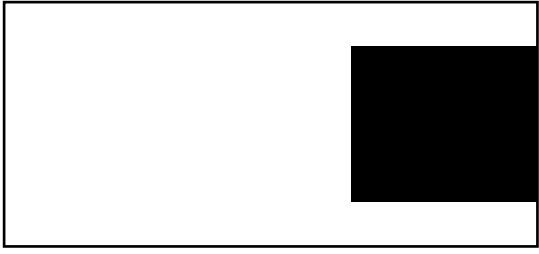

Faites de la publicité et créez de la bonne volonté auprès des journalistes.

Votre entreprise s'engage en faveur du journalisme suisse en offrant des conditions particulièrement avantageuses aux journalistes inscrits au registre professionnel. Mais : les journalistes sont-ils au courant de votre engagement ?

Obtenez des **points de réputation** auprès des journalistes : Rappelez-leur votre offre par une annonce dans «Edito»

Nous vous accordons **le même rabais sur le prix net que celui que vous accordez aux journalistes** pour la parution d'une annonce sur votre offre. Si vous passez deux annonces, nous cumulons même le rabais !

En ligne

	Formats	Taille	Page d'accueil par mois	Page d'accueil par semaine	Rubriques / par mois	Rubriques par semaine
	Leaderboard	1'456 x 180 pixels	Fr. 3000.-	Fr. 1000.-	Fr. 2400.-	Fr. 800.-
	Rectangle	600 x 600 pixels	Fr. 2400.-	Fr. 800.-	Fr. 1800.-	Fr. 600.-
	Content Board	1'380 x 350 pixels	Fr. 2700.-	Fr. 900.-	Fr. 2100.-	Fr. 700.-

seulement allemand : 20% de réduction
seulement français : 50% de réduction
tous les prix + 8,1 % TVA

Newsletter

tous les prix + 8,1 % TVA

	Banner	600 x 200 pixels	Fr. 500.-	par diffusion		
---	---------------	------------------	-----------	---------------	--	--

Edito

Le magazine suisse des médias

«Edito»

«Edito» est le seul magazine des médias en Suisse à paraître en allemand et en français et à atteindre ainsi tous les journalistes organisés de Suisse.

Le public cible :

Les faiseurs d'opinion suisses

- Les personnes qui travaillent (ou veulent travailler) dans le journalisme en Suisse.
- Les professionnels des médias, les artisans des médias, les faiseurs d'opinion.
- Personnes créatives qui écrivent, parlent, photographient, filment, enregistrent, programment, informent, dessinent, c'est-à-dire toutes les personnes qui produisent une œuvre.
- Blogueurs, podcasteurs, YouTubers

Les contenus principaux :

«Edito» atteint ce public avec des contenus sur trois thèmes :

1. Les personnes, les entreprises, le secteur
2. Les outils, l'infrastructure, le savoir-faire
3. Le cadre, le financement, la politique

Nos canaux de diffusion :

Edito propose les contenus sur trois niveaux :

1. Print : magazine imprimé de haute qualité
2. Numérique : site web / newsletter* / podcast*.
3. Compléments* : Manifestations / Publications

* en cours d'élaboration

Les chiffres

REMP 2023

Tirage : 7000 ex.

Tirage certifié : 6221 ex.

Allemand : 3'995 ex.

Français : 2'226 ex.

Nombre de lecteurs : environ 12'000 lecteurs

Procédés d'impression :

Offset à feuilles, échelle européenne

Papier : uncoated

Format de page : 210 x 297 mm/A4 Miroir de composition : 181 x 257 mm

En ligne : edito.ch

Visits: 55'000 par mois

Page Impressions: 200'000 par mois
dont environ 10% en français

Éditeur et maison d'édition

Éditeur

Associations professionnelles des médias
impressum / syndicom

Maison d'édition :

MatthiasZehnder.ch AG

Rittergasse 1/3, 4051 Basel

Tel +41 61 551 08 96

Mail: info@edito.ch

Éditeur :

Dr. Matthias Zehnder

Voici notre équipe



Claudia Schweizer

Vente d'annonces
publicite@edito.ch



Bettina Büsser

Rédaction Suisse alémanique



Jean-Luc Wenger

Rédaction Suisse romande



Silja van der Does

Mise en page et graphique



Rebekka Stämpfli

Marketing et administration



Matthias Zehnder

Éditeur

Edito

Dates de parution

Dates 2024:	1/2024	2/2024	3/2024	4/2024
Clôture des annonces :	23.02.2024	24.05.2024	23.08.2024	15.11.2024
Date de parution :	19.03.24	18.06.2024	17.09.2024	10.12.2024

Impression et distribution

Gremper AG

Case postale 237
4005 Bâle

Site de production:
Güterstrasse 78
4133 Pratteln

Personne de contact pour les annonces

Claudia Schweizer

anzeigen@edito.ch
publicite@edito.ch

Matthias Zehnder

mz@edito.ch
Tel. +41 61 551 08 96