Presse gratuite : duel à coups de pub

Autor(en): **Guyaz, Jacques / Weber, Aude**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **43 (2006)**

Heft 1682

PDF erstellt am: **24.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-1008951

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

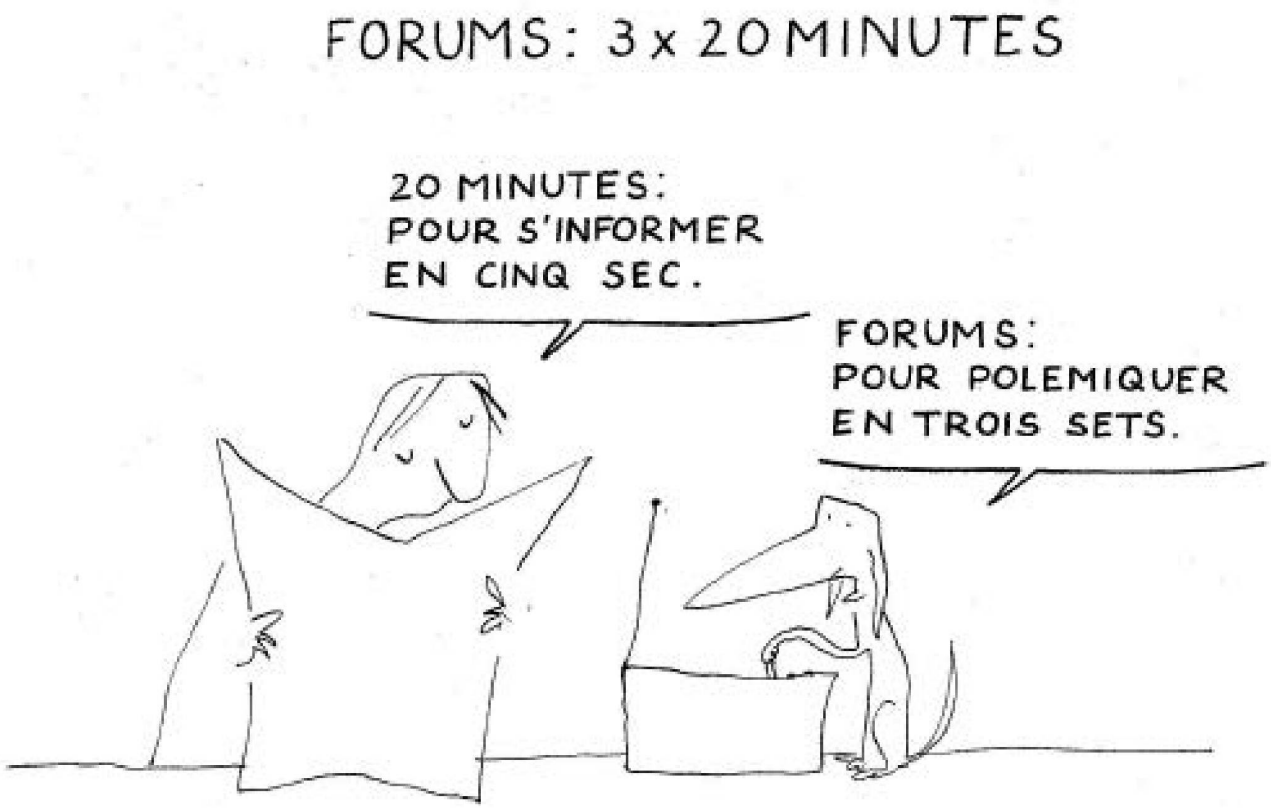
Duel à coups de pub

La Suisse romande vit désormais au rythme de deux quotidiens gratuits concurrents. Assez semblables en tout, ils feront la différence via leur capacité d'attirer les annonceurs.

Après deux jours d'intense battage et de comparaison entre *Le Matin bleu* et le premier numéro de *20 minutes*, reprenons la comparaison un jour normal, par exemple le lundi 13 mars. Pour les élections communales vaudoises, même emplacement sur la première page juste sous le titre et des renvois en page trois. *Le Matin bleu* est très factuel: «Lausanne devient plus verte, Morges et Nyon virent à gauche». *20 minutes* verse dans le sensationnalisme approximatif avec en titre «tsunami rose dans les grandes villes». Par contre, le journal d'Edipresse se contente d'un quart de page en trois, alors que *20 minutes* consacre une page entière aux élections. Dans les deux cas, l'information très factuelle est impeccablement ramassée.

Le principal titre en une de *20 minutes* est assez ésotérique: «Maroc: libéré grâce à des Fribourgeois». Une recherche plus étendue sur Internet nous apprend que le chirurgien dont il est question ici a été libéré après un délit d'opinion, à la suite d'une vaste campagne de presse et pas seulement par le soutien de ses amis suisses. Mais cette petite exagération sera pardonnée. *Le Matin bleu* titre sobrement sur l'interdiction de fumer dans les lieux publics votée au Tessin. Le ventre de la une est consacré dans les deux cas au grand prix de Formule 1 de Bahrein.

Deux quotidiens fort semblables, difficiles à distinguer au premier coup d'œil sauf peut-être pour la publicité. Et c'est dans ce domaine que la supériorité de *20 minutes* apparaît grâce à son réseau national. L'entreprise Dell, plus gros vendeur d'ordinateurs via internet, place une demi-page de pub dans *Le Matin bleu*, en regard de la page économie, alors que le même fabricant a acheté une page entière à *20 minutes*. C'est peut-être cela qui fera la différence entre les deux journaux: *20 minutes* et son réseau helvétique seront beaucoup plus efficaces pour attirer les annonceurs nationaux. Les mois qui viennent seront décisifs. Faisons le pari qu'un seul gratuit subsistera à l'automne en Suisse romande *jg*



Aude Weber