

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1981)
Heft: 576

Rubrik: Le point de vue de Martial Leiter

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

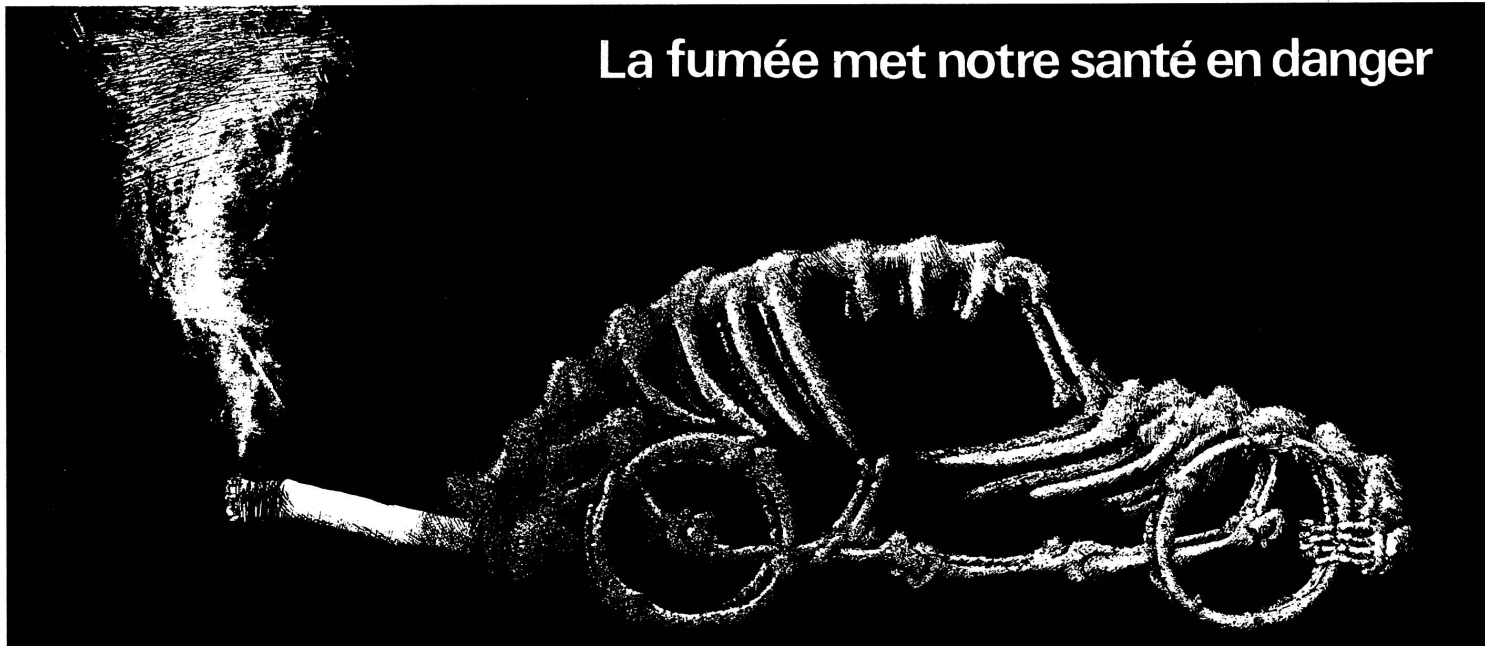
Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 29.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

La fumée met notre santé en danger



REÇU ET LU

La bataille des hebdomadaires

La bataille des hebdomadaires à forte diffusion est maintenant lancée en Suisse romande. L'offensive a été préparée en Suisse allemande et Ringier a ouvert les feux avec la mise sur orbite d'une nouvelle formule de «L'Illustré» et surtout le lancement de «L'Hebdo» (en Suisse allemande, «Die Woche») dès l'automne prochain. Mais on n'en restera pas là: on apprend que l'autre géant de la

presse d'outre-Sarine, Jean Frey, est partie prenante dans un projet concurrent qui semble lentement se préciser sous la houlette de deux journalistes, anciens membres de la rédaction en chef du «Journal de Genève», Claude Monnier et Marian Stepczynski. Pour lancer le «numéro 0», aux côtés de l'éditeur de la «Weltwoche» (entre autres), on trouve, précisent les promoteurs de l'entreprise qui ont le grand mérite de miser sur une certaine transparence à ce chapitre, non seulement Publicitas, Sonor SA et Lousonna, mais aussi la Fédération Horlogère et Nestlé, les premières mises de fonds atteignant ainsi un total de quelque 140 000 francs.

Cible commune de «L'Hebdo» et de la publication en devenir à Genève: un public de lecteurs «avertis», étudiants, «cadres», intellectuels. L'automne sera chaud. Nul doute que les premiers visés, dans cette bataille qui s'annonce, seront les hebdomadaires français, de «Paris Match» au «Nouvel Observateur», en passant par «L'Express» et «Le Point» qui ont trouvé une audience grandissante de ce côté-ci du Jura.

PRIORITÉ À L'ATOME

— C'est dans le dernier numéro du bulletin