

**Zeitschrift:** Domaine public  
**Herausgeber:** Domaine public  
**Band:** 43 (2006)  
**Heft:** 1682

**Artikel:** Presse gratuite : duel à coups de pub  
**Autor:** Guyaz, Jacques / Weber, Aude  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-1008951>

### **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:** 17.03.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://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 Fri-bourgeois». 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.

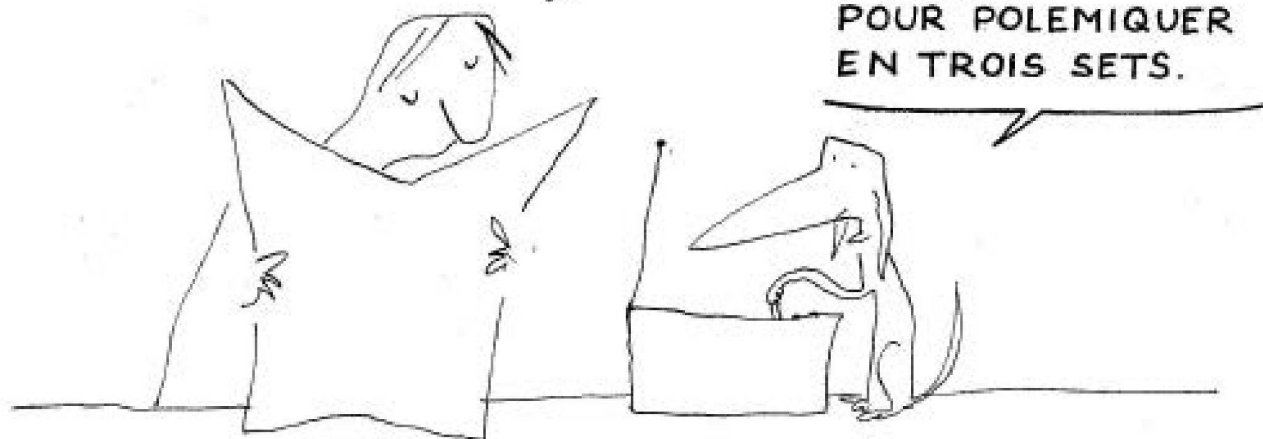
L'entreprise Dell, plus gros vendeur d'ordinateurs via internet, place une demi-page de pub dans *Le Matin bleu*, en regard de la page économie, alors que le même fabricant a acheté une page entière à *20 minutes*. C'est peut-être cela qui fera la différence entre les deux journaux: *20 minutes* et son 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

## FORUMS: 3 x 20 MINUTES

20 MINUTES:  
POUR S'INFORMER  
EN CINQ SEC.

FORUMS:  
POUR POLEMIQUER  
EN TROIS SETS.



Ande Weber