

CH Media

Portrait

CH Media a été fondée en 2018 en tant que **co-entreprise** de NZZ Mediengruppe et AZ Medien. Les deux entreprises ont apporté leurs journaux régionaux avec les sites en ligne correspondants ainsi que les chaînes radio et TV sans concession et les imprimeries.

D'une part, l'entreprise se concentre sur le **Mittelland** suisse, entre la vallée de la Limmat à Zurich et les cantons d'Argovie et de Soleure, où sont basées les marques de médias apportées par AZ Medien. D'autre part, CH Media publie deux journaux régionaux en **Suisse orientale et en Suisse centrale**, avec divers titres qui ont été apportés par NZZ-Mediengruppe. Dans les régions, l'entreprise organise également des **programmes régionaux de radio et de télévision**. Avec l'arrêt des portails en ligne Today à la fin de 2025, le portefeuille multimédia de marques, développé ces dernières années, sera à nouveau réduit.

Informations de base

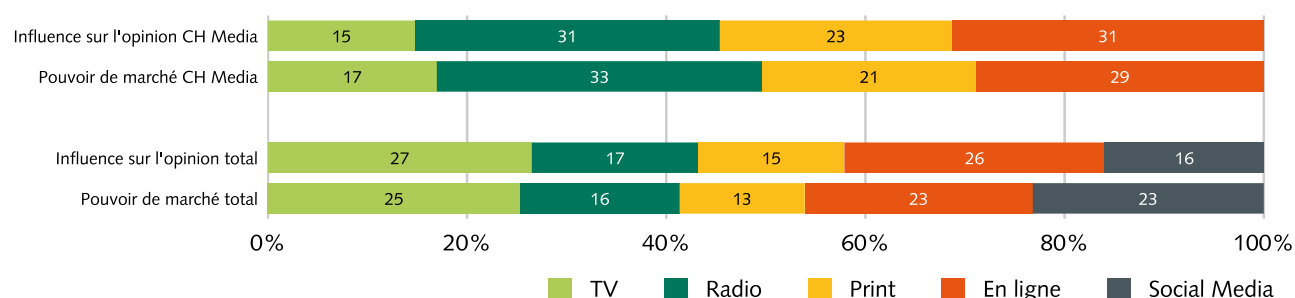


Siège:	Aarau
Raison sociale selon le registre de commerce:	CH Media Holding AG
Actionnariat:	AZ Medien et NZZ-Mediengruppe
Chiffre d'affaires 2025 (mio CHF):	406.4 (-1.1% depuis 2024)
Bénéfice 2025 (mio CHF):	10.1 (+520.8% depuis 2023)
Collaborateurs 2025	1'770 postes à temps plein (-1.7% depuis 2024)
Échantillon:	31 marques de médias

CH Media n'a pas publié de rapport d'activités indépendant pour 2025; les chiffres d'affaires sont tirés du site web officiel et d'un communiqué de presse de CH Media.

Fig. 1 : Influence sur l'opinion et pouvoir de marché – priorités journalistiques de CH Media

Parts des types de médias ou des canaux de diffusion dans l'influence sur l'opinion et le pouvoir de marché nationaux cumulés du groupe



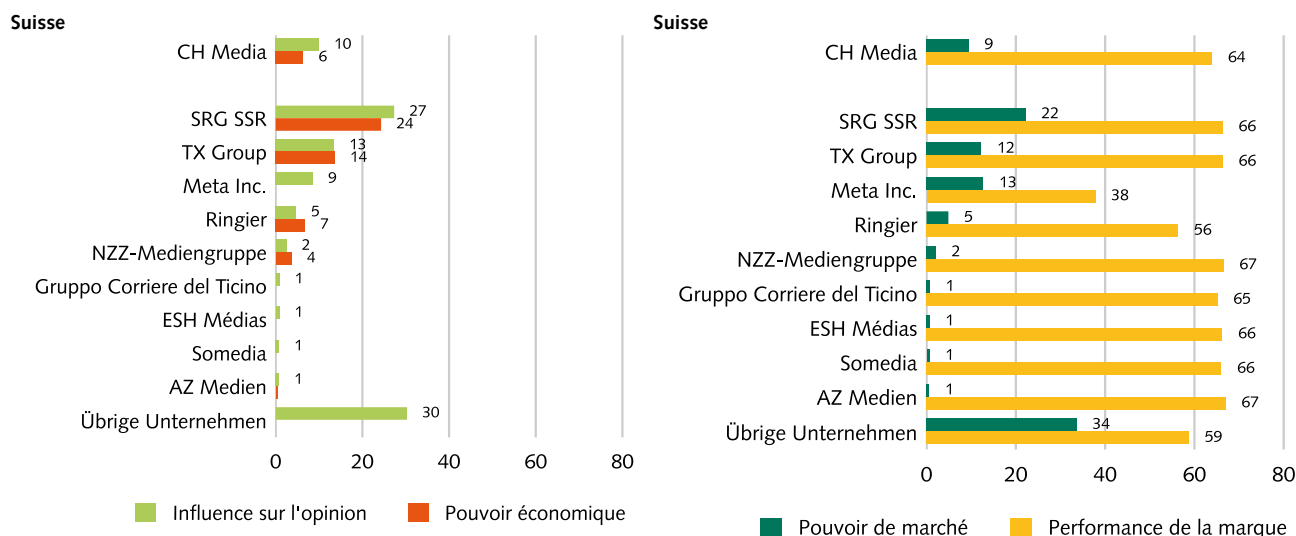
Publicom 2026

- > L'**en ligne** représente **31%** du potentiel d'influence de CH Media, suivie de très près par la **radio** avec **31%**, le **print** avec **23%** et la **TV** avec seulement **15%**
- > L'**La radio** est désormais en tête du **pouvoir de marché** avec **33%**, devant l'**en ligne** avec **29%**; le **print** #3 avec **21%** et **TV** #4 avec **17%**
- > Depuis 2024, **déclin de l'influence sur l'opinion** pour l'en ligne (-4), **hausse** pour la radio (+2) et le print (+1)
- > L'**influence sur l'opinion** suisse globale: la TV (27%) devant l'en ligne (26%), la radio (17%), les social media (16%) et le print (15%)

MONITORING MÉDIAS SUISSE

Fig. 2: Influence sur l'opinion et pouvoir de marché ainsi que performance de la marque – CH Media en comparaison avec la concurrence

Les parts des groupes de l'influence totale sur l'opinion ainsi que du pouvoir total de marché et économique; moyennes pour la performance de la marque (indice entre 0 et 100)



Publicom 2026

- > **CH Media** est le **#3** en termes d'**influence sur l'opinion** nationale (10%), derrière SRG et TX Group, avant Meta
- > CH Media est le **#4** des groupes suisses en termes de **pouvoir économique** (6%), derrière SRG (24%), TX Group (14%) et Ringier (7%)

Publicom 2026

- > CH Media avec 64 en termes de **performance qualitative de la marque** avec la troisième valeur la plus basse, juste derrière le Gruppo Corriere del Ticino, mais nettement devant Ringier et Meta
- > CH Media est le **#4** en termes de **pouvoir de marché national**

Fig. 3: Influence régionale sur l'opinion de CH Media

Parts d'influence sur l'opinion cumulée du groupe dans les espaces médias



Publicom 2026

Très grande influence sur l'opinion:

-

Grande influence sur l'opinion:

- > Zentralschweiz #2 avec 23%
- > St. Gallen #2 avec 22%

Influence moyenne sur l'opinion:

- > St. Gallen #2 avec 19%
- > Zürich Nordwest #3 et Mittelland #2 respectivement avec 15%
- > Deutsche Schweiz #2 avec 14%
- > Ganze Schweiz #3 et ZH Nordost #3 avec 10%

Petite influence sur l'opinion:

- > Zürich/See #3 et Graubünden #3 respectivement avec 9%
- > Bern #5 avec 6%
- > Hochalpen #5 avec 3%
- > Vaud/Fribourg/Valais #5, Französische Schweiz #5 et Genève #5 respectivement avec 1%

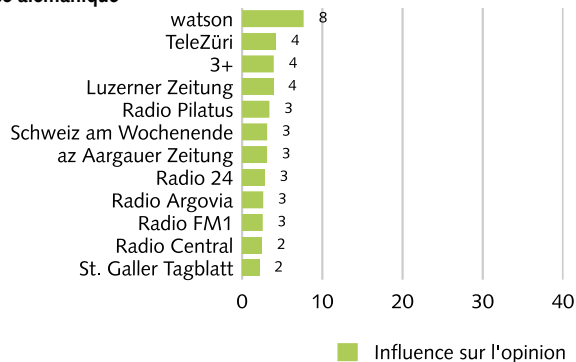
Pas présent dans l'espace média Arc Jurassien et Ticino (Italianische Schweiz)

MONITORING MÉDIAS SUISSE

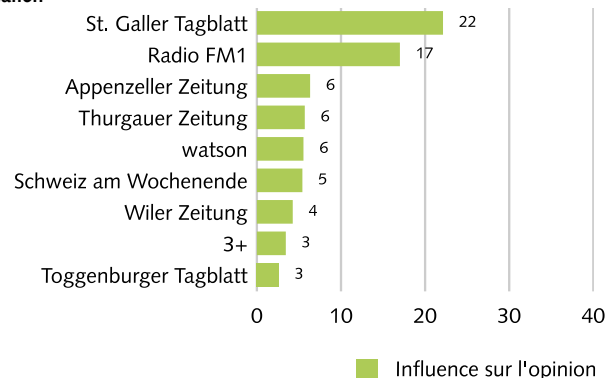
Fig. 4: Influence sur l'opinion de CH Media: les marques de médias les plus fortes en Suisse et dans les régions linguistiques

Pouvoir sur l'opinion des marques de médias dans les espaces médias locaux et régionaux et dans la Suisse alémanique (valeurs indexées de 0 à 100)

Suisse alémanique

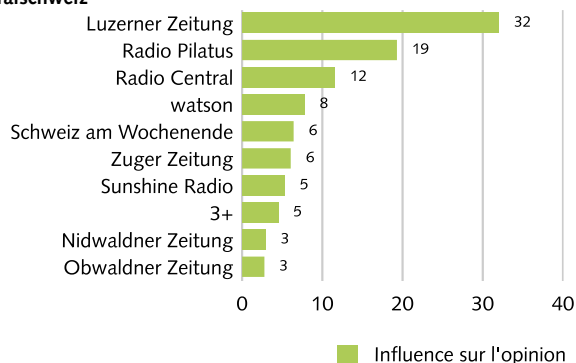


St. Gallen



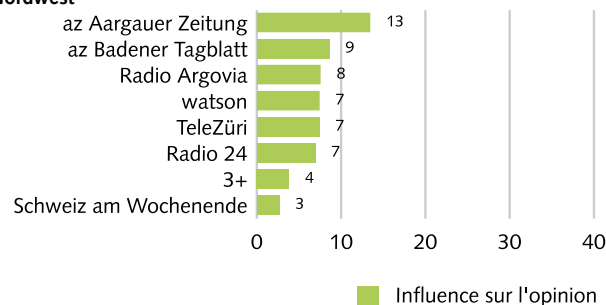
Publicom 2026

Zentralschweiz



Publicom 2026

ZH Nordwest



Publicom 2026

- > **Watson** est la marque la **plus forte** pour le pouvoir d'opinion de CH Media, **#16** au général en Suisse alémanique, **#5** en St. Gallen, **#4** en Zentralschweiz et **#4** en ZH Nordwest
- > **TeleZüri** **#2** en termes de pouvoir d'opinion (**#25** au général) en Suisse alémanique
- > **3+** **#3** pour CH Media en Suisse alémanique (D-CH au général **#26**) et **Luzerner Zeitung** **#4** (D-CH au général **#27**) et **#1** en Zentralschweiz,

- > **St. Galler Tagblatt** **#45** en termes de pouvoir d'opinion en Suisse alémanique (au général CH **#58**) et **#1** en St. Gallen pour CH Media, **Radio FM1** **#39** en D-CH (**#52** au général) respectivement **#2** en St. Gallen
- > **az Aargauer Zeitung** **#32** en termes de pouvoir d'opinion en Suisse alémanique (au général **#42**) et **#1** en ZH Nordwest pour CH Media, **AZ Badener Tagblatt** **#60** en D-CH (**#90** au général) respectivement **#3** en ZH Nordwest

Changements importants

- > Peter Wanner vend sa maison d'édition à ses enfants. L'entreprise médiatique argovienne a de nouveaux propriétaires. Michael, Florian et Anna Wanner reprennent les parts de leur père. Peter Wanner reste éditeur et président du conseil d'administration. Le prix de vente n'a pas été divulgué. (20.11.2025)
- > CH Media vend TeleBärn et Radio Bern1 au groupe biennois Gassmann. Les 53 collaborateurs des deux chaînes sont repris par le groupe Gassmann. La transaction est prévue pour le premier trimestre 2026, avec effet rétroactif au 1er janvier 2026 (25.09.2025).
- > TVO enfreint sa concession. La chaîne de télévision régionale de Suisse orientale n'a pas respecté la durée minimale prescrite pour l'information régionale. (19.09.2025)
- > SDA produit désormais les pages communes pour Zürcher Oberland Medien AG (Zürcher Oberländer et Anzeiger von Uster) ainsi que pour Gallieda Regionalmedien AG. Tamedia et
- > Dans le cadre d'une refonte complète, la station winterthouroise « Radio Top » revoit son concept d'actualités, raccourcit ses flashes d'information horaires et les reprend désormais de CH Media au lieu de sa propre rédaction (31.03.2025).
- > Après des années de collaboration en matière d'impression, de publicité et de fourniture rédactionnelle de pages communes, CH Media reprend au 1er mai 2025 le journal régional « Zofinger Tagblatt » de ZT Medien AG (30.01.2025).
- > 20 radios régionales ont signé un accord pour la diffusion des messages de la Confédération soumis à l'obligation de diffusion. Les accords ont été conclus avec les associations radiophoniques VSP et RRR afin de garantir, même après l'expiration des concessions fin 2024, une information rapide et fiable de la population régionale en situation de crise. Avec les 15 radios régionales concessionnaires, la diffusion nationale de ces messages est ainsi assurée. Les 20 stations suivantes ont signé l'accord : « Energy Basel », « Energy Bern », « Energy St. Gallen », « Energy Luzern

MONITORING MÉDIAS SUISSE

CH Media perdent leur mandat de livraison respectif pour les pages communes. (02.09.2025)

- > CH Media reprend 20% du portail immobilier Newhome. Les autres parts sont détenues par les banques cantonales via la NNH Holding AG (39,25%), Next Property AG (23,35%) et AXA (17,4%). (03.07.2025)
- > Le 1er mai, Marco Latzer reprend la rédaction en chef de la télévision régionale de Suisse orientale « TVO » et succède ainsi à Dumeni Casaulta (01.04.2025).

», « Energy Zürich », « LFM », « One FM », « Radio 1 », « Radio 24 », « Radio 32 », « Radio Argovia », « Radio Basilisk », « Radio Bern1 », « Radio FM1 », « Radio Lac », « Radio Pilatus », « Radio Top », « Radio Zürisee », « Rouge FM », « Sunshine Radio ». (29.01.2025)

MONITORING MÉDIAS SUISSE

À propos de nos méthodes

Le *Monitoring médias Suisse* analyse l'influence de **173 marques de médias** au total issus des secteurs TV, radio, print, en ligne et social media (actualités hebdomadaires minimum, en excluant les hebdomadaires gratuits) sur la **formation de l'opinion** de la population suisse.

L'influence **sur l'opinion** est composée de deux dimensions d'influence: en premier lieu, la **performance de la marque qualitative** (évaluation des marques de médias par leurs utilisateurs, déterminée par une enquête auprès de la population) et deuxièmement le **pouvoir de marché quantitatif**, resp. les performances de contact quotidiennes des marques de médias (sur la base d'analyses secondaire des études de référence suisse des REMP et de Mediapulse pour la print, la radio et la télévision ainsi que de propres extrapolations pour les médias en ligne et social media).

- > Les résultats au **niveau des types** cumulent les performances de contact quotidiennes pour chaque canal de diffusion desservi par les marques de médias du groupe (fig. 1). Les résultats au **niveau du groupe** cumulent la performance de contact globale (= de tous les canaux de diffusion) de toutes les marques de l'entreprise (fig. 2 et 3). La somme de contacts est présentée comme **part** en pour cent de l'univers de contact brut, correspondant à la somme des performances de contact de toutes les marques de médias d'un groupe (fig. 1) ou dans une région (fig. 2 et 3).
- > Les **valeurs indexées** au **niveau du marché** (fig. 4) cumulent les performances de contact totales quotidiennes d'une marque de média, présentées comme une partie de l'univers net (= population) dans la région et/ou le segment de la population concernés. L'indice d'influence sur l'opinion est calculé en pondérant l'indice de pouvoir de marché avec l'indice de performance de la marque, puis par normalisation dans la plage de l'indice (0 à 100).
- > L'indicateur pour le **pouvoir économique** indique le chiffre d'affaires ajusté des groupes (si disponible) comme part du marché suisse total.

Monitoring médias Suisse est une étude de Publicom – Conseil et recherche pour les médias et la communication, mandatée par l'Office fédéral de la communication (OFCOM).

Vous trouverez de plus amples informations et des détails sur les méthodes sur www.monitoring-medias-suisse.ch