

MONITORING MÉDIAS SUISSE

Factsheet

Période sous revue 2021

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**. Le portefeuille de marques multimédias a encore été renforcé ces dernières années par la reprise des stations de radio Radio 32 et Radio Bern1 ainsi que par l'extension de l'offre en ligne (Pilatus Today).

Informations de base

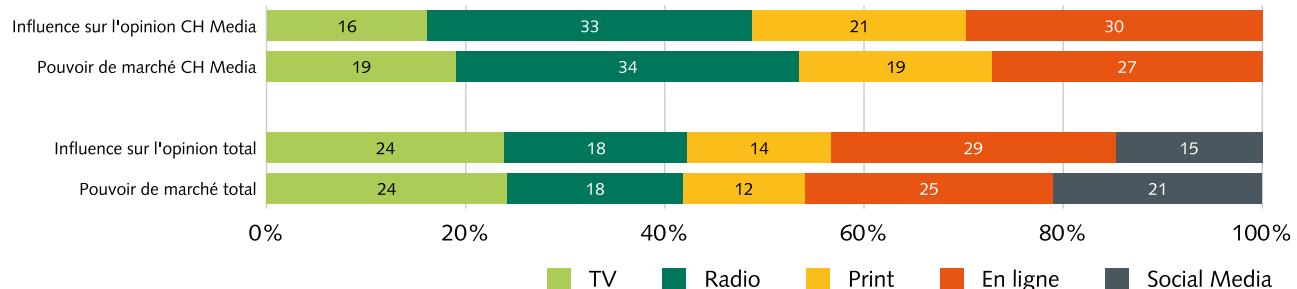


Siège:	Aarau
Raison sociale selon le registre de commerce:	CH Media Holding AG
Actionnariat:	AZ Medien et NZZ-Mediengruppe
Chiffre d'affaires 2021 (mio CHF):	415,7 (-0,5% depuis 2020)
Bénéfice 2021 (mio CHF):	34,8 (+53% depuis 2020)
Collaborateurs 2021:	env. 1'800 postes à temps plein (inchangé depuis 2020)
Échantillon:	29 marques de médias

CH Media n'a pas publié de rapport d'activités indépendant pour 2021; 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

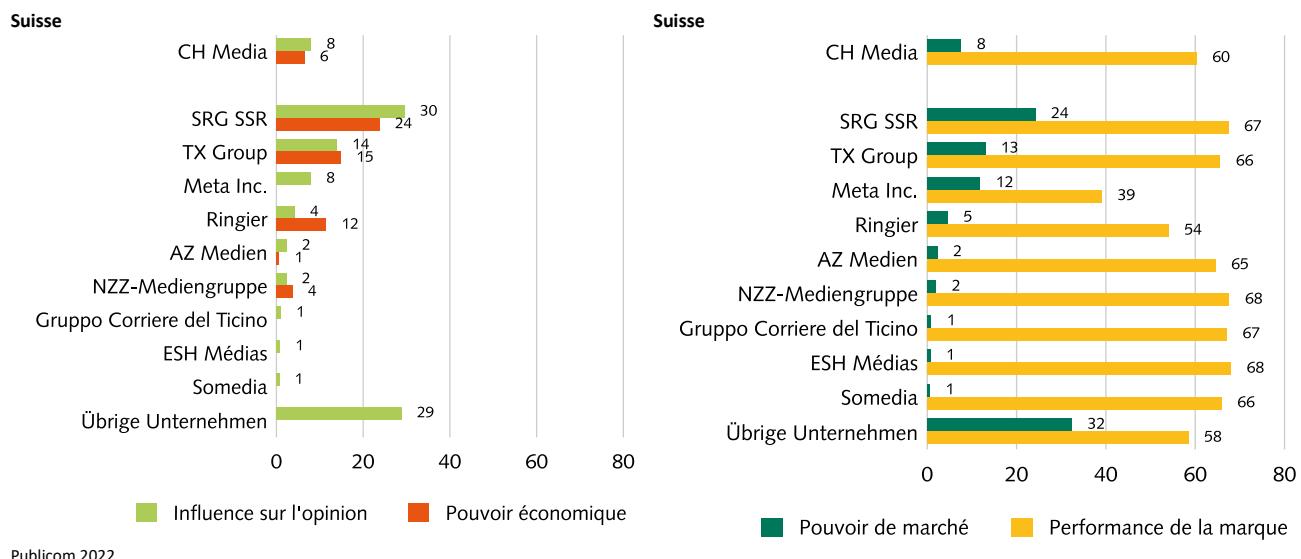


Publicom 2022

- > La **radio** représente **33%** du potentiel d'influence de CH Media, suivie par l'**en ligne** avec **30%**, le **print** avec **21%** et la **TV** avec seulement **16%**
- > La **radio** est également en tête du **pouvoir de marché** avec **34%**, clairement derrière vient l'**en ligne** avec **27%**; le **print** et la **TV** se partagent la 3^e place avec **19%**
- > Depuis 2020, **augmentation de l'influence sur l'opinion** pour l'**en ligne** (+13) et la **radio** (+1), déclin pour le **print** (-8) et la **TV** (-6)
- > **L'influence sur l'opinion** suisse globale: l'**en ligne** (29%) devant la **TV** (24%), la **radio** (18%), les **social media** (15%) et le **print** (14%)

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)



- > **CH Media** est le #4 en termes d'**influence sur l'opinion** nationale (8%), derrière SRG SSR, TX Group et Meta
- > CH Media est également le **#4** des groupes suisses en termes de **pouvoir économique** (6%), derrière SRG SSR (24%), TX Group (15%) et Ringier (12%)

- > CH Media en 8^e place en termes de **performance qualitative de la marque** (moyenne de 60) après NZZ-Mediengruppe, suivi du Gruppo Corriere del Ticino.
- > 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



Très grande influence sur l'opinion:

Grande influence sur l'opinion:

Influence moyenne sur l'opinion:

- > St. Gallen: #3 avec 18%
- > Zentralschweiz: #3 avec 15%
- > Mittelland: #3 avec 13%
- > Zürich Nordwest: #4 avec 12%

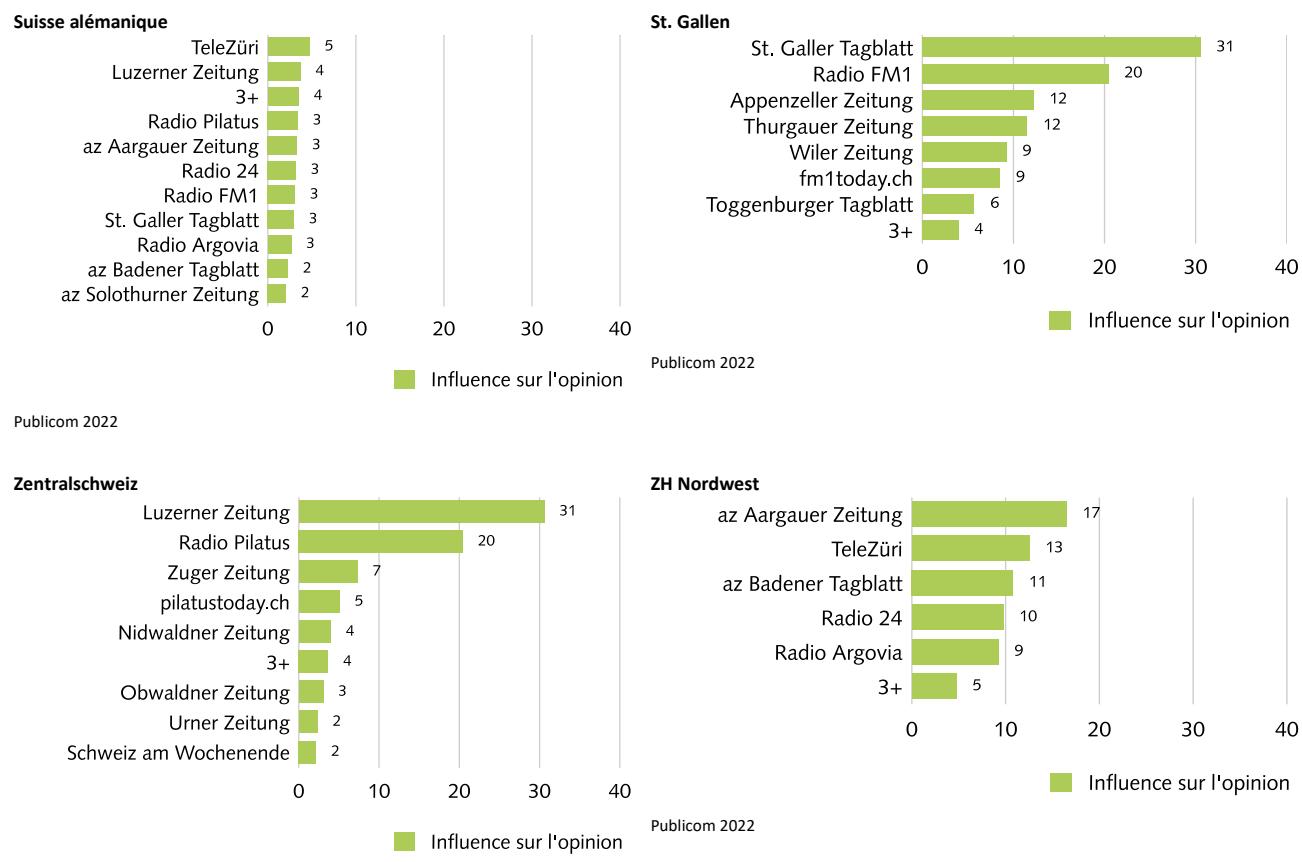
Petite influence sur l'opinion:

- > Suisse alémanique: #6 avec 6%
- > Zürich Nordost #5 et Graubünden #6 avec respectivement 6%
- > Basel #6 et Zürich/See #7 avec respectivement 5%
- > Toute la Suisse: #6 avec 4%
- > Bern: #7 avec 3%
- > Hochalpen: #7 avec 2%

Pas présent dans la Suisse francophone (espaces médias Genève, Vaud/Fribourg/Valais, Arc Jurassien) et dans la Suisse italienne (Ticino)

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)



Publicom 2022

- > **Tele Züri** est la marque la plus forte de CH Media en termes d'influence sur l'opinion. Elle est le #23 en Suisse alémanique et le #16 dans les espaces médias de Zürich Nordwest, Zürich Nordost et Zürich/See
- > **Luzerner Zeitung** #2 et **Radio Pilatus** #4 avec une forte influence sur l'opinion en Zentralschweiz

Changements importants

- > CH Media annonce une **nouvelle plateforme** de streaming. Elle sera lancée au quatrième trimestre 2021 et s'appellera «oneplus» (09.03.2021).
- > CH Media, NZZ, Ringier, TX Group et SRG introduisent un **login commun** pour leurs plateformes d'information permettant aux utilisateurs d'accéder aux offres journalistiques de tous les partenaires de l'alliance (10.03.2021).
- > Avec «ZüriToday», CH Media lancera sa quatrième **plateforme convergente** au printemps 2022 (22.06.2021).
- > CH Media **vend sa participation majoritaire** dans Buchs Medien AG à l'entreprise de médias de Suisse orientale Galledia (23.06.2021).

- > À **St. Gallen**: **Radio FM1** au #7 et **St. Galler Tagblatt** au #8 avec la plus grande influence sur l'opinion de CH Media
- > **az Aargauer Zeitung** et **TeleZüri** à **Zürich Nordwest** avec la plus grande et la deuxième plus grande influence sur l'opinion régionale de CH Media (#11/#20)

- > CH Media conclut un **partenariat stratégique** avec ViacomCBS Networks International le 1^{er} octobre: CH Media reprend la chaîne de télévision pour enfants «Nick Schweiz». En outre, une nouvelle chaîne familiale est créée avec «7+ Family» (30.06.2021).
- > CH Media **reprend** la part de 20% de Netbasket AG dans Radio 32, faisant de CH Media le nouveau propriétaire de 78,18% de Radio 32 AG (08.07.2021).
- > Avec «BärnToday», CH Media lancera sa cinquième **plateforme d'information convergente** au troisième trimestre de l'année prochaine (10.11.2021).

MONITORING MÉDIAS SUISSE

À propos de nos méthodes

Le *Monitoring médias Suisse* analyse l'influence de **172 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 AG, 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