

MONITORING MÉDIAS SUISSE

Factsheet

ESH Médias

Période sous revue 2022

Portrait

Le groupe ESH Médias (Edition Suisse Holding SA, anciennement: Hersant), basé à Neuchâtel, publie des quotidiens dans les cantons de Neuchâtel (ArclInfo), du Valais (Le Nouvelliste) et de Vaud (La Côte). ArclInfo a vu le jour début 2018 après la fusion des titres L'Impartial (La Chaux-de-Fonds) et L'Express (Neuchâtel). Le prédecesseur de L'Express, la Feuille d'avis de Neuchâtel, a été fondé en 1738 et peut être considéré comme le plus ancien journal de Suisse (la Neue Zürcher Zeitung a été fondée en 1780).

Informations de base

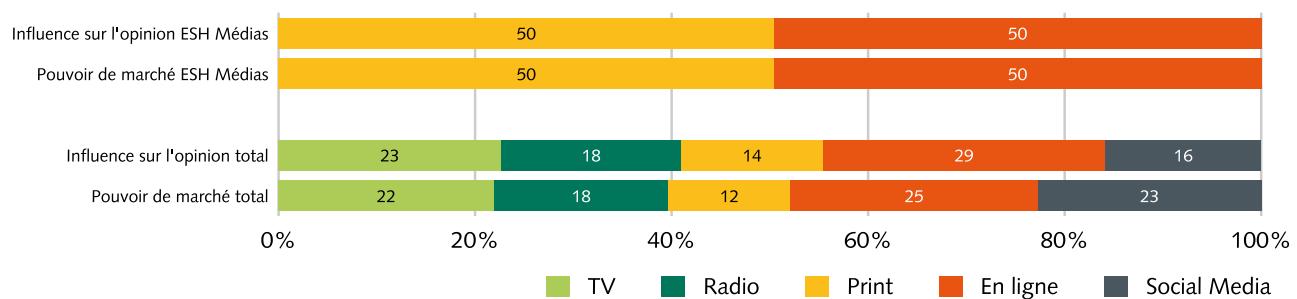


Siège:	Neuchâtel
Raison sociale selon le registre de commerce:	ESH Editions Suisses Holding SA
Actionnariat:	inconnu
Chiffres clés:	pas de chiffres d'affaires disponibles
Échantillon:	3 marques de médias

L'entreprise ne publie des informations que de manière très restrictive.

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

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



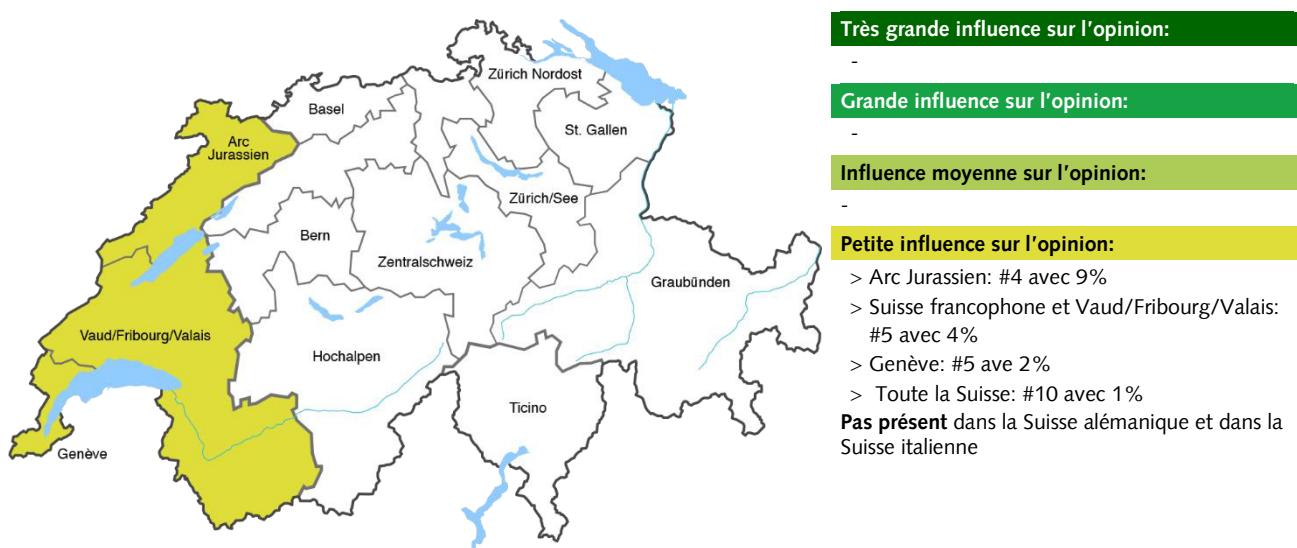
Publicom 2023

- > **Pas de priorité claire pour ESH Médias**
- > **Online et Print** avec chacun 50% du potentiel de pouvoir d'opinion et également 50% du pouvoir de marché de l'ESH Médias

- > **Pas d'activités propres à la TV et à la radio**
- > Depuis 2020, **augmentation de l'influence sur l'opinion** pour le print (+2), déclin pour l'en ligne (-2)
- > **Marché suisse des opinions** total: l'en ligne (29%) devant la TV (23%), la radio (18%), les social media (16%) et le print (14%)

Fig. 2: Influence régionale sur l'opinion de ESH Médias

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



Publicom 2023

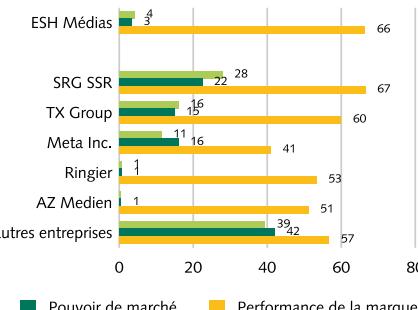
MONITORING MÉDIAS SUISSE

Fig. 3: Comparaison avec la concurrence / influence sur l'opinion des marques de médias

À gauche: parts des groupes du Top 5 de l'influence sur l'opinion et du pouvoir de marché dans la Suisse francophone; moyennes de la performance de la marque (indice entre 0 et 100)

À droite: influence sur l'opinion des marques de ESH Médias dans l'Arc Jurassien, Vaud/Fribourg/Valais et Genève (valeurs indexées de 0 à 100)

Suisse francophone



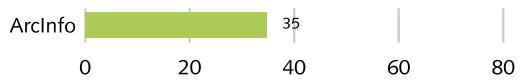
Influence sur l'opinion

Pouvoir de marché

Performance de la marque

Publicom 2023

Arc Jurassien



Influence sur l'opinion

Publicom 2023

Vaud/Fribourg/Valais



Influence sur l'opinion

Publicom 2023

Genève



Influence sur l'opinion

Publicom 2023

- > **ESH Médias** est le #4 en Suisse francophone en termes d'influence sur l'opinion (4%) et de pouvoir de marché (3%), nettement derrière SRG SSR (28% d'influence sur l'opinion), TX Group (16%) et Meta (11%), mais devant Ringier (1%)
- > ESH Médias réalise la **deuxième plus forte performance qualitative de marque** de tous les groupes de la Suisse francophone (moyenne de 62), après SRG SSR (67), devant TX Group (60), Ringier (53), AZ Medien (51), et loin derrière Meta (41)

> **Le Nouvelliste** est le #1 en termes d'influence sur l'opinion de ESH Médias et le #9 de l'influence sur l'opinion des marques à **Vaud/Fribourg/Valais**

> **ArclInfo** est le #2 de ESH Médias et le #1 dans l'**Arc Jurassien**

> **La Côte** est le #16 de l'influence sur l'opinion dans l'espace médias **Genève**

> Influence sur l'opinion en **Suisse francophone**: **Le Nouvelliste** en 14^e place dans la comparaison des marques (et donc la marque de ESH Médias la plus forte dans l'ensemble), **ArclInfo** en 24^e place, **La Côte** à la traîne en 36^e place

Changements importants

- > **ESH Médias** résilie fin avril le contrat de collaboration avec le quotidien fribourgeois "La Liberté", qui fournit au groupe de médias des articles pour les pages nationales, étrangères et économiques des journaux "Arcin-fo", "Le Nouvelliste" et "La Côte". (04.01.2022)

MONITORING MÉDIAS SUISSE

À propos de nos méthodes

Le *Monitoring médias Suisse* analyse l'influence de **176 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 de 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. 3) 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).

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