

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 l'extension de l'offre en ligne.

Informations de base

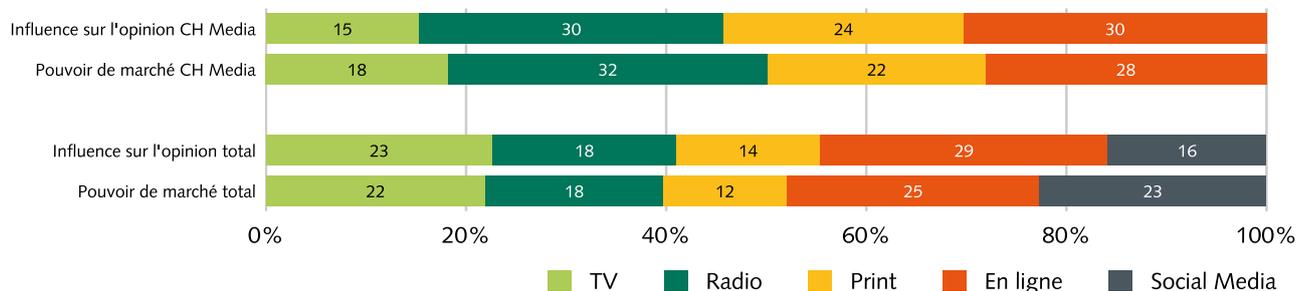


Siège:	Aarau
Raison sociale selon le registre de commerce:	CH Media Holding AG
Actionnariat:	AZ Medien et NZZ-Mediengruppe
Chiffre d'affaires 2022 (mio CHF):	430.2 (+3.5% depuis 2021)
Bénéfice 2022 (mio CHF):	20.7 (-40,5%)
Collaborateurs 2022:	env. 1'800 postes à temps plein (inchangé depuis 2021)
Échantillon:	31 marques de médias

CH Media n'a pas publié de rapport d'activités indépendant pour 2022; 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

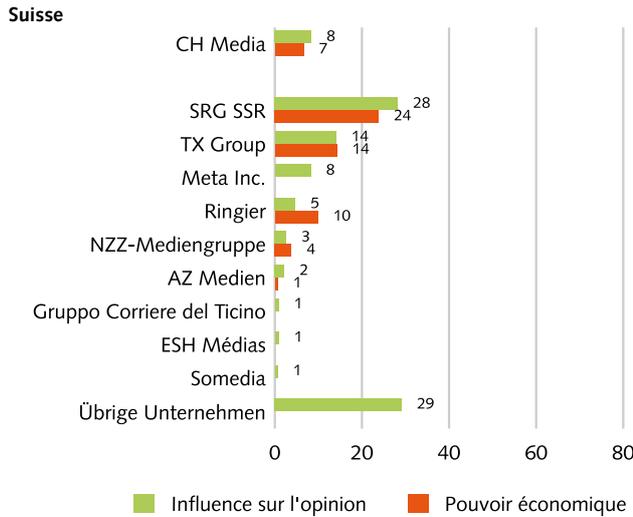


Publicom 2023

- > La **radio** représente **30%** du potentiel d'influence de CH Media, suivie par l'**en ligne** avec **30%**, le **print** avec **24%** et la **TV** avec seulement **15%**
- > Depuis 2021, **augmentation de l'influence sur l'opinion** pour le print (+3) et l'en ligne (+1), déclin pour la radio (-2) et la TV (-1)
- > L'**influence sur l'opinion** suisse globale: l'en ligne (29%) devant la TV (23%), la radio (18%), les social media (16%) et le print (14%)
- > La **radio** est également en tête du **pouvoir de marché** avec **32%**, clairement derrière vient l'**en ligne** avec **28%**; **Print** #3 avec 22% et **TV** #4 avec 18%

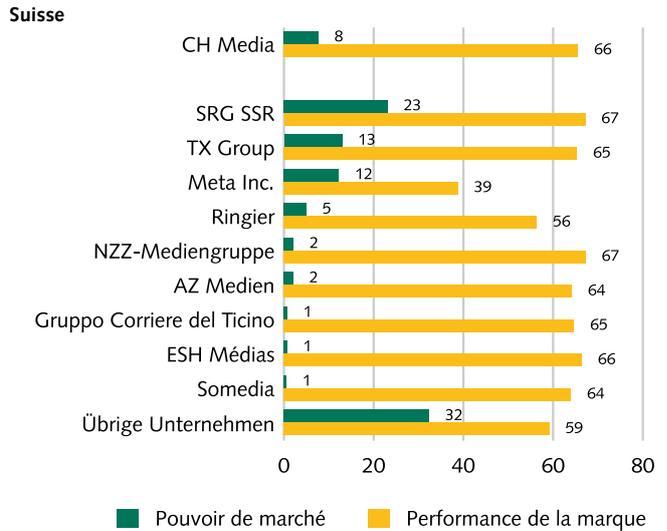
MONITORING MÉDIAS SUISSE

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 2023

- > **CH Media** est le **#3** en termes d'**influence sur l'opinion** nationale (8%), derrière SRG SSR, TX Group avant Meta
- > CH Media est également le **#4** des groupes suisses en termes de **pouvoir économique** (6%), derrière SRG SSR (28%), TX Group (14%) et Ringier (10%)



Publicom 2023

- > CH Media **#4** en termes de **performance qualitative de la marque** (moyenne de 62) après ESH Médias, suivi du TX Group
- > CH Media est le **#5** 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



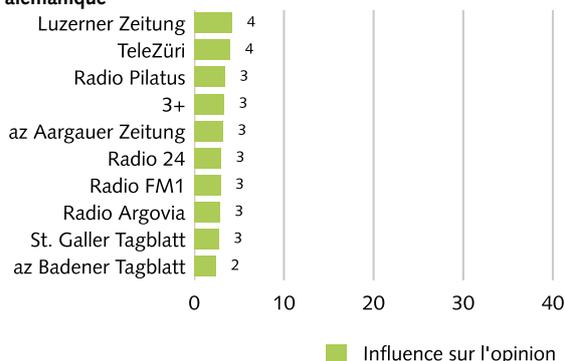
Publicom 2023

- Très grande influence sur l'opinion:** -
- Grande influence sur l'opinion:**
 - > - St. Gallen: #2 avec 24%
- Influence moyenne sur l'opinion:**
 - > Zentralschweiz: #3 avec 19%
 - > Mittelland: #3 avec 16%
 - > Zürich Nordwest: #4 avec 14%
 - > Suisse alémanique: #4 avec 12%
- Petite influence sur l'opinion:**
 - > Toute la Suisse: #4 avec 8%
 - > Zürich Nordost et Graubünden #4 avec respectivement 7%
 - > Basel #6 avec 6%
 - > Zürich/See #7 avec 5%
 - > Bern: #8 avec 3%
 - > Hochalpen: #8 avec 1%
- Pas présent** dans la Suisse francophone (espaces médias Genève, Vaud/Fribourg/Valais, Arc Jurassien) et dans la Suisse italienne (Ticino)

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

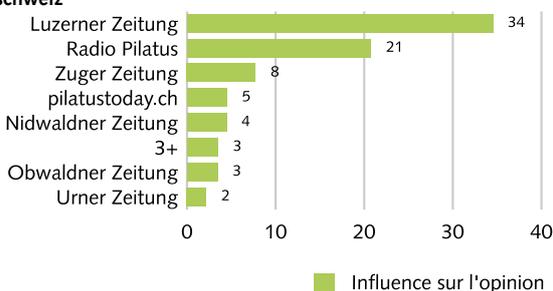
Pouvoir sur l'opinion des marques de médias dans les espaces médias locaux et régionaux et dans la Suisse alémanique (valeurs indexées de 0 à 100)

Suisse alémanique



Publicom 2023

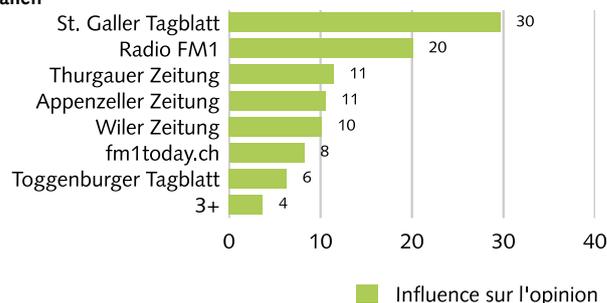
Zentralschweiz



Publicom 2023

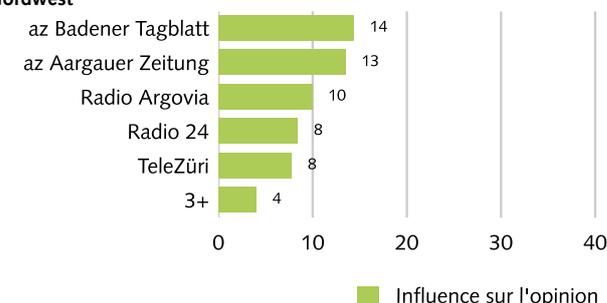
- > **Luzerner Zeitung** est la marque la **plus forte** pour le pouvoir d'opinion de CH Media, est globalement **#25** en Suisse alémanique et **#1** en Suisse centrale, **Radio Pilatus** **#3** également forte en Suisse centrale
- > **TeleZüri** **#2** pour CH Media (total **#33**)

St. Gallen



Publicom 2023

ZH Nordwest



Publicom 2023

- > **St. Gallen** : **St. Galler Tagblatt** **#2** et **Radio FM1** **#6** avec le plus grand pouvoir d'opinion de CH Media
- > **Badener Tagblatt** et **Aargauer Zeitung** à **Zürich Nordwest** avec la plus grande et la deuxième plus grande influence sur l'opinion régionale de CH Media (**#11/#12**)

Changements importants

- > CH Media et Sunrise UPC s'associent et forment une nouvelle coentreprise. Le service de streaming Oneplus de CH Media devient partie intégrante de l'offre TV de Sunrise UPC. Parallèlement, Sunrise UPC prend une participation de 20 % dans CH Media TV AG (04.03.2022)
- > Toutes les équipes CH Media de la TV, de la radio et des médias en ligne ont désormais emménagé sur le nouveau site central de Zurich-Nord et travaillent désormais de manière convergente sous un même toit (17.03.2022)
- > Dès le milieu de l'année, le Bieler Tagblatt (Gassmann Media) coopère avec la rédaction centrale de CH Media et prend en charge les informations nationales et internationales. Il fait ainsi également partie de l'association "Schweiz am Wochenende". (30.03.2022)
- > CH Media est désormais le propriétaire à part entière de la station régionale soleuroise Radio 32. Le 3 juin, l'entreprise de médias a repris la part d'actions restante de 21,82 pour cent de l'ancien propriétaire Zofinger Tagblatt. (08.06.2022)
- > Au premier trimestre 2023, AZ Medien rachète à NZZ 15 pour cent des parts de la coentreprise CH Media et devient majoritaire avec 65 pour cent des parts. Dans le même temps, CH Media reprend à AZ Medien la majorité de FixxPunkt AG, la société mère du portail d'information "Watson", et Michael Wanner, l'actuel directeur de "Watson", remplace Axel Wüstmann au poste de CEO de CH Media. (30.06.2022)
- > La cinquième plate-forme régionale en ligne "BärnToday" a été lancée (04.08.2022)
- > CH Media adapte son organisation et fusionne les secteurs TV Régional et Radio avec "Médias électroniques régionaux" (REM) à partir du 1er septembre 2022. Le nouveau centre de profit "Today", qui regroupera les portails d'information convergents "FM1Today", "PilatusToday", "Argovia-Today", "ZüriToday" et "BärnToday", fera également partie du nouveau secteur. Florian Wanner prendra la direction de ce nouveau secteur, ainsi que celle du centre de profit. Oliver Steffen, rédacteur en chef des médias électroniques régionaux, assume désormais la rédaction en chef générale pour tous les médias électroniques régionaux de TV Regional, les portails Today et toutes les stations de radio. Les différentes chaînes conservent chacune leur propre rédacteur en chef. (18.08.2022)
- > CH Media reprend les stations de radio "Central" et "Sunshine" de Radio Central AG et Radio Sunshine AG avec effet rétroactif au 1er janvier 2022 (21.09.2022)
- > Le service de streaming de CH Media "oneplus", lancé en novembre 2021, est désormais également disponible sur Apple TV, Android TV ainsi que sur les téléviseurs Samsung. Jusqu'à présent, le service pouvait être diffusé en streaming via une version de bureau et une application pour iOS et Android, sur la Quickline-TV-Box et la Sunrise-TV-Box. (28.09.2022)
- > CH Media lance deux sites web en Suisse orientale et quatre en Suisse centrale, avec chacun un e-paper et une application

MONITORING MÉDIAS SUISSE

- > CH Media élargit son portefeuille à la région de Soleure et lance ainsi au premier trimestre 2023 la sixième plateforme d'information régionale appelée "32Today". (07.07.2022)

d'information. Les marques "Thurgauer Zeitung" et "Appenzel-ler Zeitung" auront leur propre site web et leur propre application, et en Suisse centrale, les marques "Zuger Zeitung", "Nidwaldner Zeitung", "Obwaldner Zeitung" et "Urner Zeitung". Jusqu'à présent, les marques de Suisse orientale partageaient leur site Internet avec le "St. Galler Tagblatt" et les titres de Suisse centrale le leur avec la "Luzerner Zeitung". (26.10.2022)

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 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