

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

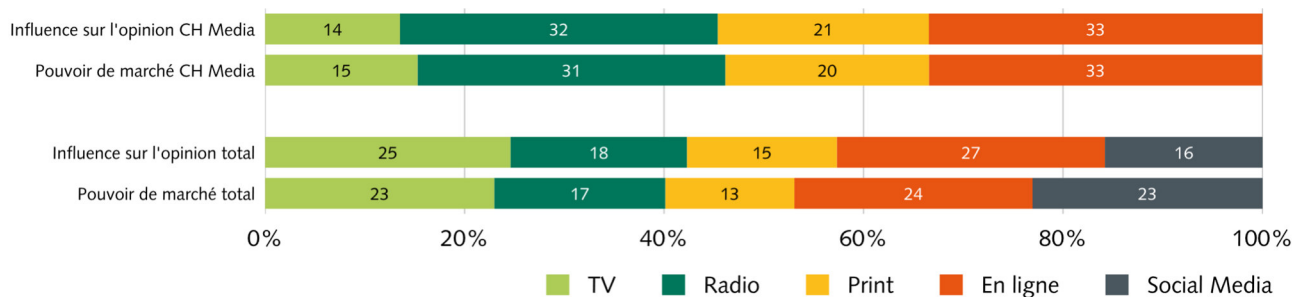


| | |
|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Siège: | Aarau |
| Raison sociale selon le registre de commerce: | CH Media Holding AG |
| Actionnariat: | AZ Medien et NZZ-Mediengruppe |
| Chiffre d'affaires 2023 (mio CHF): | 445.3 (+3.5% depuis 2022) |
| Bénéfice 2023 (mio CHF): | -2.4 (-111.6% depuis 2022) |
| Collaborateurs 2023: | env. 1'800 postes à temps plein (inchangé depuis 2022) |
| Échantillon: | 35 marques de médias |

CH Media n'a pas publié de rapport d'activités indépendant pour 2023; 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



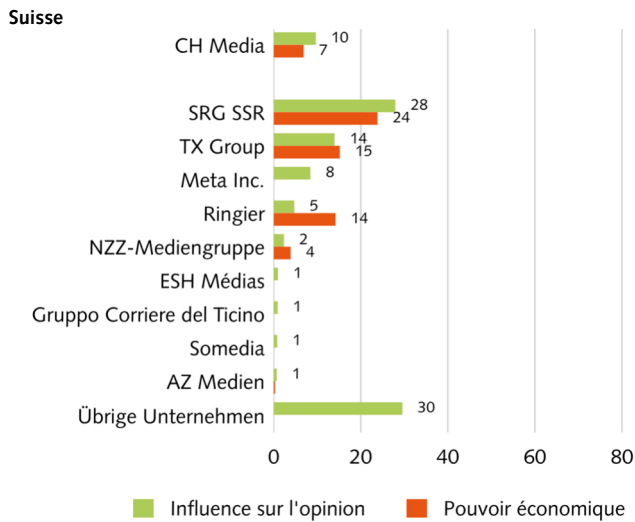
Publicom 2024

- > L'**en ligne** représente **33%** du potentiel d'influence de CH Media, suivie par la **radio** avec **32%**, le **print** avec **21%** et la **TV** avec seulement **14%**
- > L'**en ligne** est également en tête du **pouvoir de marché** avec **33%**, derrière la **radio** avec **32%**; le **print** #3 avec **20%** et **TV** #4 avec **15%**
- > Depuis 2022, **augmentation de l'influence sur l'opinion** pour la TV (+2) et le print (+1), déclin pour l'en ligne (-2)
- > L'**influence sur l'opinion** suisse globale: l'en ligne (79%) devant la TV (25%), la radio (18%), les social media (16%) et le print (15%)

MONITORING MÉDIAS SUISSE

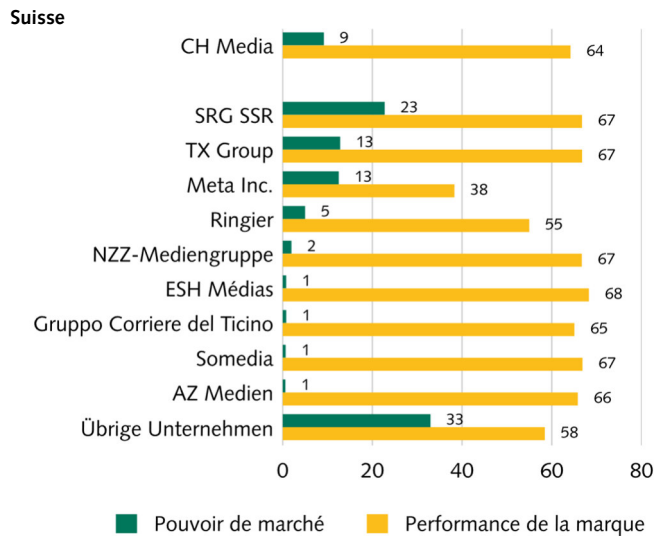
Fig. 2: Influence sur l'opinion et pouvoir de marché ainsi que performance de la marque – CH Media en comparaison avec la concurrence

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 2024

- > CH Media est le #3 en termes d'influence sur l'opinion nationale (10%), derrière SRG SSR et TX Group, avant Meta
- > CH Media est le #4 des groupes suisses en termes de pouvoir économique (7%), derrière SRG SSR (24%), TX Group (15%) et Ringier (14%)



Publicom 2024

- > CH Media avec 64 #8 en termes de performance qualitative de la marque après Gruppo Corriere del Ticino, suivi de Ringier
- > 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 2024

Très grande influence sur l'opinion:

Grande influence sur l'opinion:

- > St. Gallen #2 avec 22%
- > Zentralschweiz #2 avec 21%

Influence moyenne sur l'opinion:

- > Mittelland #2 avec 17%
- > Zürich Nordwest #3 avec 16%
- > Deutsche Schweiz #3 avec 13%
- > Nordost Zürich #3, Graubünden #3 et Ganze Schweiz #3 avec 10%

Petite influence sur l'opinion:

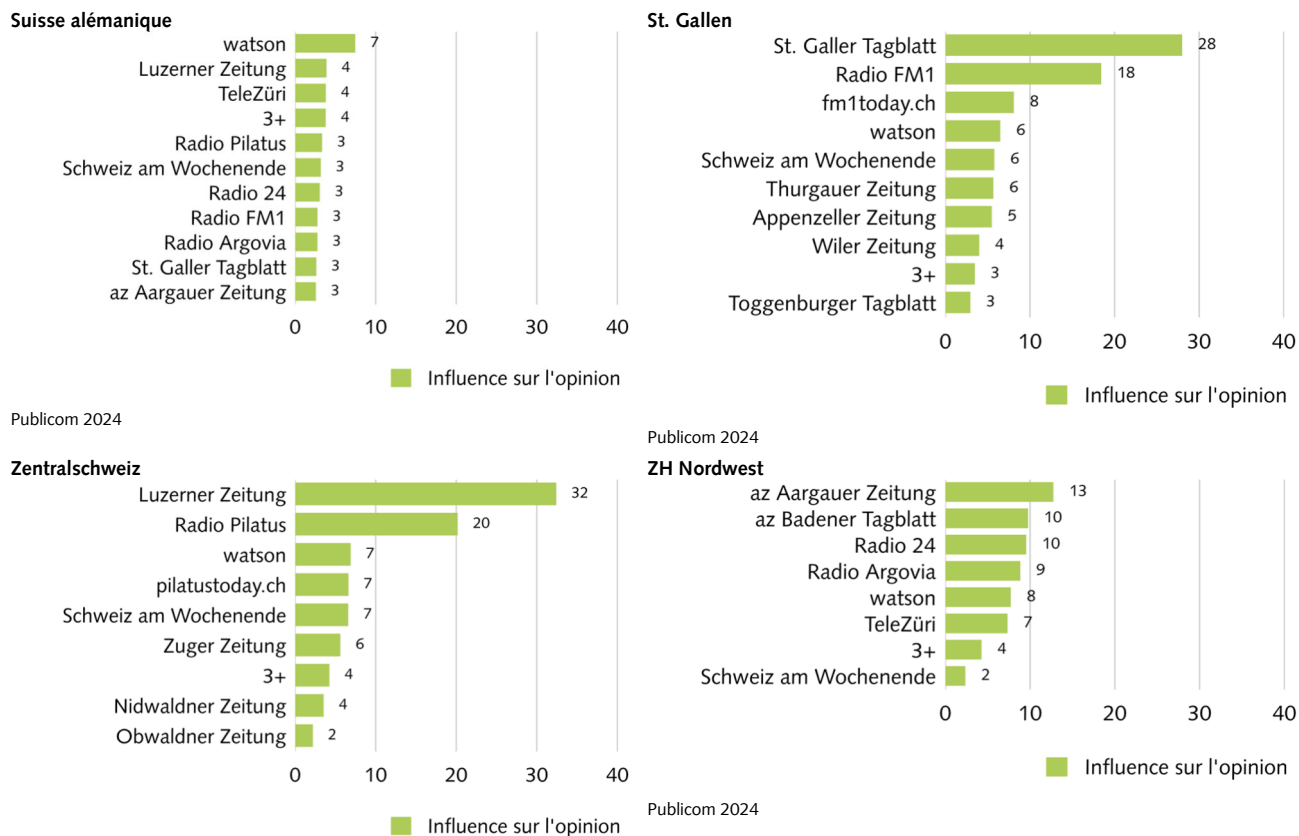
- > Basel #3 avec 9%
- > Zürich/See #3 avec 8%
- > Bern #5 avec 5%
- > Hochalpen #5 avec 2%
- > Genève #5, Vaud/Fribourg/Valais #6 et Française Schweiz #6 avec 1%

Pas présent dans l'espace média Arc Jurassien et Italienische Schweiz (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 2024

- > **Watson** est la marque la **plus forte** pour le pouvoir d'opinion de CH Media, **#16** au général en Suisse alémanique, **#4** en St. Gallen, **#3** en Zentralschweiz et **#5** en ZH Nordwest
- > **Luzerner Zeitung** **#2** en termes de pouvoir d'opinion en Suisse alémanique (**#26** au général) et **#1** en Zentralschweiz, **Radio Pilatus** **#4** (**#31** au général) respectivement **#2**
- > **TeleZüri** **#3** (**#27** au général) en Suisse alémanique
- > **St. Galler Tagblatt** **#10** en termes de pouvoir d'opinion en Suisse alémanique (**#39** au général) et **#1** en St. Gallen, **Radio FM1** **#8** (**#36** au général) respectivement **#2**
- > **az Aargauer Zeitung** **#11** en termes de pouvoir d'opinion en Suisse alémanique (**#40** au général) et **#1** en ZH Nordwest, **Radio 24** **#6** (**#34** au général) respectivement **#3**

Changements importants

- > À partir d'avril 2023, les "Schaffhauser Nachrichten" seront intégrés à l'association "Schweiz am Wochenende", renforçant ainsi leur coopération tout en restant indépendants en tant que journal distinct (17.01.2023).
- > AZ Medien acquerra 15 % des parts de l'entreprise commune CH Media auprès de la NZZ au premier trimestre 2023 et prendra la majorité avec 65 %. Dans le même temps, CH Media rachètera à AZ Medien une participation majoritaire dans FixxPunkt AG, la société mère du portail d'information "Watson". (30.06.2022)
- > CH Media élargit son portefeuille et ajoute à la région de Soleure le sixième portail d'information régional appelée "32Today" au premier trimestre 2023 (07.07.2022).

MONITORING MÉDIAS SUISSE

À propos de nos méthodes

Le *Monitoring médias Suisse* analyse l'influence de **181 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