



COMMUNICATION AUX MEDIAS

En 2010, 13,3 mia de francs ont été investis dans les médias

En 2010, le marché des médias a pu progresser : les recettes provenant des marchés utilisateurs et publicitaires se sont élevées au total à Frs 13,3 mia., soit 2,1 pourcents de plus qu'en 2009. En chiffres ronds, les particuliers ont investi 10 mia. de francs, dont 5,3 mia. pour les contenus. Les recettes publicitaires ont progressé de 7,3 pourcents à Frs 3 mia. Les responsables des médias mettent l'accent sur une marque de média forte et des relations clients étroites. Les présentes données sont publiées par l'association SCHWEIZER MEDIEN dans son étude concernant les budgets et les tendances des médias.

Zürich, le 29 juin 2011. L'association SCHWEIZER MEDIEN présente pour la septième fois son étude sur les budgets médias. Celle-ci couvre d'une part les dépenses des utilisateurs pour les contenus, l'accès et le hardware nécessaires pour l'utilisation de médias et, d'autre part, les résultats additionnés aux données statistiques publicitaires suisses. L'étude présente ainsi les recettes totales de l'industrie des médias sous toutes leurs formes.

En 2010, chaque ménage privé a dépensé en moyenne 2920 francs pour l'utilisation de médias. Comparé avec les années précédentes, le niveau a donc pu être maintenu. La population suisse a pratiquement dépensé autant qu'au cours de l'année précédente: Frs 1,7 mia. Les recettes provenant des abonnements de presse ont augmenté de 1,3 pourcent à Frs 1,2 mia., alors que les ventes au numéro ont reculé de 3,8 pourcents à 573 mio. de francs. Les dépenses pour téléchargements sur Internet, relevant pour les médias, ont progressé de 2,7 pourcents à 375 mio. de francs. En 2010, les Suissesses et les Suisses ont dépensé au total Frs 5,3 mia. pour les contenus rédactionnels. On peut en déduire que les Suissesses et les Suisses demeurent fidèles à leur marque d'imprimés, presse numérique comprise. Avec chaque tirage, les journaux touchent 5,5 millions de personnes et les périodiques 5,4 millions. Cela vaut également pour les jeunes : plus des trois-quarts de tous les jeunes de 14 à 24 ans lisent la presse quotidienne.

Les responsables des médias qui se sont exprimés dans l'enquête de l'Association SCHWEIZER MEDIEN sur les trends médias, observent après deux ans de crise, un rétablissement. La pression sur les coûts a accéléré la réorganisation et le nouveau positionnement. De nouveaux champs d'activité ont été développés de manière ciblée et pertinente. En outre, il existe une forte conscience que, pour un avenir proche, les recettes provenant des marques de médias traditionnels resteront importantes. Sur le marché des lecteurs, les contenus rédactionnels devront continuer à être payants. Les managers de médias misent sur le développement de nouvelles technologies. La concurrence dans le monde médiatique numérique représente un défi pour les entreprises de médias traditionnels : il s'agira d'investir dans la compétence journalistique et la qualité.

Autres information sur www.schweizermedien.ch et/ou téléphone 044 318 64 64