

Programmes des radios privées suisses avec mandat de prestations - 2020

Synthèse

L'analyse des programmes 2020 des diffuseurs radio privés commerciaux porte en tout sur 37 programmes, dont 31 sont titulaires d'une concession de diffusion. 30 concessionnaires sont tenus depuis début 2020 de diffuser au moins 30 minutes d'informations régionales pertinentes pendant les heures de grande audience les jours ouvrés. Dix programmes de Suisse alémanique, neuf de Suisse romande et un du Tessin remplissent cette exigence réglementaire en 2020. Dix radios privées diffusent moins de 30 minutes d'informations régionales pertinentes, dont huit programmes suisses allemands.

Fiche signalétique méthodique

Les programmes suivants ont été analysés en 2020:

Diffuseurs concessionnaires: *Canal 3 (d)*, Energy Basel, Energy Bern, Energy Zürich, *neo1*, *RadioFr. (d)*, Radio 1, Radio 32, Radio Basilisk, *Radio BeO*, Bern 1, Radio Central, *Radio Munot*, *Radio Südostschweiz*, Radio Top, Radio ZÜRSEE, *rro*, Sunshine Radio, *Canal 3 (f)*, GRRIF, LFM, *RadioFr. (f)*, *Radio Chablais*, Radio Lac, *RFJ*, *Rhône FM*, *RJB*, *RTN*, *Radio 3i*, *Radio Ticino*, 20 Minuten Radio

Diffuseurs non concessionnaires, c'est-à-dire soumis à l'obligation d'annoncer: FM 1, Pilatus, Radio 24, Radio Argovia, One FM, Rouge FM

En italiques: diffuseurs touchant une quote-part de la redevance

Échantillon:

Détermination d'une semaine artificielle (lundi - dimanche) pendant la période du 1er janvier au 31 décembre 2020

Jours d'échantillonnage: lundi 11 mai, mardi 7 avril, mercredi 9 septembre, jeudi 15 octobre, vendredi 31 janvier, samedi 18 juillet*, dimanche 8 novembre*

Temps d'antenne analysé: tous les jours de 06h00 à 09h15, 11h30 à 13h30, 16h00 à 19h15

Analyse de la musique: mercredi 9 septembre; de 06h00 à 20h00

Nombre total d'heures de programmation analysées: 2 719,5

* Le samedi et le dimanche ne sont pas couverts par la concession, la synthèse ne s'intéresse qu'aux jours ouvrés

L'analyse des programmes des diffuseurs radio privés commerciaux examine les contenus des programmes pendant les heures de grande audience d'une semaine artificielle (lundi - dimanche) avec des jours d'échantillonnage sélectionnés aléatoirement entre janvier et décembre 2020. Elle évalue dans quelle mesure les diffuseurs commerciaux disposant de concessions fournissent les prestations exigées, en particulier l'**exigence minimale réglementaire de 30 minutes** d'informations régionales pertinentes les jours ouvrés. Les caractéristiques des programmes le weekend et

les prestations des programmes non concessionnaires sont aussi présentées dans le rapport annuel 2020.

Concepts de programmation: diversité malgré une tendance à l'homogénéisation

Les radios privées suisses concessionnaires opèrent dans des conditions économiques et structurelles variées. Le contexte, la philosophie de programmation des diffuseurs, les prescriptions réglementaires et surtout la situation concurrentielle respective influencent l'orientation de la programmation d'une radio. Les radios affichent donc parfois plus de **différences** que de points communs, mais une certaine **homogénéisation** apparaît d'autre part en 2020. Dans l'ensemble, le paysage radiophonique privé suisse reste très varié et reflète la diversité culturelle et politique de la Suisse.

La grande part faite à la **musique** est commune à toutes les radios privées concessionnaires. Plus de la moitié de presque tous les programmes est consacrée à la musique même aux heures de grande audience les jours ouvrés. **GRRIF**, qui opère dans l'arc jurassien, diffuse le plus grand pourcentage de musique avec 83%, contre seulement 46% pour Radio 3i. Il est frappant de constater que de nombreuses radios proposent un **mélange très similaire de styles**. On note surtout une grande similitude entre les programmes de radios appartenant au même groupe (Energy, BNJ). Dans tous les programmes, à l'exception de GRRIF, le style dominant est la **pop** à laquelle sont dévolus en moyenne un peu plus de deux tiers de l'offre musicale. Mais l'**âge** des titres diffusés varie très fortement d'une radio privée concessionnaire à l'autre. Sur Energy Zürich, 93% des titres n'ont pas plus de dix ans alors que les mêmes titres ne représentent que 3 pourcent sur Radio 1, qui est également située à Zurich.

En moyenne, les radios titulaires d'une concession de diffusion assortie d'un mandat de prestations réservent tout juste **17%** de leur temps d'antenne à des **contenus informatifs** pendant les heures de grande audience. La diffusion d'informations varie un peu moins que la part de la musique, entre 25% pour **Radio Central** et **Rhône FM** et seulement 8% pour Energy Basel. Avec 19%, la part d'information est dans l'ensemble plus élevée en **Suisse romande** qu'en Suisse italienne (17%) et en Suisse alémanique (15%). Une tendance à l'**homogénéisation** se dessine toutefois par rapport à l'enquête précédente de 2018. La diffusion d'informations des concessionnaires de Suisse alémanique reste en effet relativement stable alors qu'elle a baissé en Suisse romande et augmenté dans le Tessin. À la lumière de ce résultat, force est de constater que les heures de grande audience étaient encore au nombre de 6 selon la concession de 2018. La concession ayant été prolongée de 2,5 heures à partir de 2020, elles sont maintenant au nombre de 8,5.

Même s'il y a de grandes différences entre les programmes en ce qui concerne le mélange thématique dans l'information, les diffuseurs privilégient en général deux sujets importants, la politique et la société. La **politique** est le thème principal traité sur les antennes de 18 radios privées

cessionnaires sur 30; c'est particulièrement évident sur celles de **Radio 1** où elle occupe une part de 41 % de l'ensemble des informations. Onze programmes réservent la place la plus importante à la **société**, en particulier la station de Suisse alémanique **Canal 3** avec 39% et Radio Lac avec 36%. Les thèmes de la culture et de l'économie sont abordés de manière très hétérogène.

On constate par rapport à l'enquête de 2018 un glissement frappant des aspects **sportifs aux aspects sociaux**: le sport a sensiblement perdu du terrain et les thèmes sociétaux ont pu en gagner dans une mesure comparable. Cela n'a rien d'étonnant au vu de la pandémie de COVID 19 qui a dominé 2020, avec la mise à l'arrêt des événements sportifs et les conséquences sociales dramatiques de la crise.

Couverture géographique: l'accent est mis davantage sur les événements régionaux

Les différences entre les programmes résultent notamment du public visé par les radios ou de leurs **priorités géographiques**. Les 30 radios privées disposant d'une concession de diffusion consacrent en moyenne 46% du temps d'antenne réservé aux informations à des événements se déroulant dans la **zone de desserte**. Les parts correspondantes varient cependant fortement. Onze programmes mettent l'accent sur leur propre région en axant plus de la moitié de leur activité d'information sur des événements régionaux. **Radio Lac** est en tête avec une part de 69% des événements se déroulant dans sa propre région, alors qu'un quart seulement des contenus informatifs de Radio 1 trouvent leur origine dans sa zone de concession.

Les **programmes de Suisse romande** accordent à leur propre région, avec une part de 54 pourcent en moyenne, une place nettement plus importante que les diffuseurs des deux autres régions linguistiques (env. 40% chacune). Les événements nationaux suscitent un vif intérêt en Suisse alémanique. Les deux programmes de Suisse italienne accordent quant à eux une importance supérieure à la moyenne à l'étranger.

Les 30 radios concessionnaires consacrent en outre en moyenne environ 28% du contenu informatif qu'elles produisent à des **événements nationaux** et 19% à ce qui se passe à l'étranger.

On constate par **rapport à 2018** que les parts d'événements dans la zone de desserte des programmes respectifs, et également les parts d'événements nationaux, ont tendance à gagner du terrain au détriment de l'étranger et des événements dans le reste de la Suisse. Ce résultat est parfaitement aligné sur le mandat des programmes selon lequel les radios locales concessionnaires doivent couvrir en premier lieu ce qui se passe dans la zone locale/régionale.

Deux tiers des radios diffusent plus de 30 minutes d'informations régionales

Depuis que les concessions de diffusion ont été prolongées le 1er janvier 2020, un total de 30 diffuseurs radio privés sont tenus de diffuser, pendant les 8,5 heures de grande audience définies les

jours ouvrés, un minimum de **30 minutes d'informations régionales pertinentes**. Ils doivent concrètement couvrir ce qui se passe dans la zone de desserte, présenter les répercussions d'un événement suprarégional dans la zone de desserte ou faire dans un bulletin le lien avec la région (ce dernier contribue pour 10% à l'exigence minimale). L'analyse des programmes fait ressortir des **différences parfois marquées** entre les différents programmes:

Radio Central, la radio qui **diffuse le plus d'informations**, produit pendant les heures de grande audience 130 minutes d'informations, soit trois fois la quantité d'informations produite par la radio qui en diffuse le moins (Energy Basel avec 42 minutes). Une radio concessionnaire diffuse en moyenne 1 heure et 25 minutes d'informations par jour. En moyenne, 90% au moins des informations diffusées sont consacrées à des **thèmes pertinents** selon la concession.

Les différences sont aussi importantes en ce qui concerne la production d'**informations régionales dont le lieu de déroulement** se situe dans la zone de desserte. **Radio Chablais**, qui, de toutes les radios privées concessionnaires, diffuse le plus d'informations de sa zone de concession, propose au public, avec 64 minutes par jour ouvré, plus de cinq fois plus d'informations dont le lieu de déroulement est régional qu'Energy Basel (12 minutes). 32 minutes par jour, soit 37% de toutes les informations, sont basées en moyenne sur des événements se déroulant dans la propre région.

Le **lieu où l'événement a des répercussions** n'a qu'une incidence infime sur l'exigence quantitative minimale. Les comptes rendus sur des thèmes internationaux ou nationaux qui font le lien avec la zone de desserte représentent, les jours ouvrés, en moyenne trois minutes et demie de la production totale d'informations pendant les heures de grande audience des programmes concessionnaires. L'**ancrage régional** a encore moins d'incidence: en moyenne, environ 8% des informations diffusées les jours ouvrés (soit à peine 7 minutes) présentent un lien avec la région sans que l'événement s'y déroule ou qu'il soit régionalisé. Ces informations contribuent pour 10% à l'exigence quantitative minimale, leur apport moyen se montant à 41 secondes.

En 2020, **20 radios privées** au bénéfice d'une concession de diffusion proposent à leur public, pendant les huit heures et demie de grande audience définies, au moins 30 minutes d'informations régionales par jour: dix programmes de Suisse alémanique, neuf de Suisse romande et un du Tessin. Trois stations de Suisse romande, **Radio Chablais, Lac** et **Rhône FM**, dépassent chacune la marque de plus du double. **Radio Central**, la radio suisse allemande qui diffuse le plus d'informations régionales, atteint presque 50 minutes.

Dix radios privées, soit exactement un tiers des programmes concessionnaires, diffusent **moins de 30 minutes** d'informations régionales pertinentes pendant les heures de grande audience les jours ouvrés: huit programmes suisses allemands, dont trois stations de la région de Zurich (Zürisee, Radio 1 et Energy Zürich), deux de Berne (Bern 1, Energy Bern) ainsi que Radio 32, rro

et Energy Basel. C'est aussi le cas d'une radio de Suisse romande (GRRIF) et d'une radio de Suisse italienne (Radio Ticino).