

Augmentation du chiffre d'affaires publicitaire des radios privées

Le 24 janvier 2014

Depuis l'entrée en vigueur de la nouvelle Loi fédérale sur la radio et la télévision (LRTV), la situation économique des radios privées s'est considérablement améliorée. Leur chiffre d'affaires publicitaire a augmenté, pour atteindre 164 millions de francs en 2012. La situation des télévisions régionales titulaires d'une concession, qui représentent encore un phénomène marginal sur le marché publicitaire suisse, apparaît quant à elle moins positive. C'est ce qui ressort d'une étude de Publicom réalisée sur mandat de l'OFCOM et des associations du secteur.

Grâce entre autres à la hausse des recettes provenant du marché publicitaire, la situation des radios privées s'est nettement améliorée ces dernières années. Le chiffre d'affaires issu de la publicité et du parrainage a augmenté de 8 % depuis 2010, pour atteindre 164 millions de francs. Toutefois, pas moins de la moitié des diffuseurs accuse une rentabilité insuffisante, et le nombre des diffuseurs qui enregistrent des pertes est reparti à la hausse l'année dernière. Néanmoins, l'image d'ensemble n'est pas homogène. On trouve dans toutes les régions suisses des radios qui, dans l'ensemble, réalisent des résultats économiques satisfaisants et d'autres radios pour lesquelles ce n'est pas le cas. Cela vaut également pour l'utilisation de la redevance pour la réalisation de programmes : Le diffuseur le plus efficient produit avec sa part de la redevance plus de trois fois plus d'informations régionales que la radio la moins performante de ce point de vue.

Situation difficile de la télévision régionale

Malgré l'augmentation de la part de la redevance, la situation des télévisions régionales titulaires d'une concession est encore difficile, même si leurs charges d'exploitation peuvent être couvertes à présent jusqu'à 70 % par la redevance. Seuls deux diffuseurs atteignent une rentabilité suffisante, la moitié des diffuseurs étant sous-financés ou surendettés. Certes, leurs recettes provenant de la publicité et du parrainage ont augmenté de façon significative depuis 2009, mais leur chiffre d'affaires n'en continue pas moins de stagner. Avec un chiffre d'affaires publicitaire de 40 millions de francs (compte non tenu de Tele Züri), la télévision régionale demeure un phénomène marginal sur le marché publicitaire suisse.

Les télévisions régionales emploient elles aussi la part de la redevance qu'elles perçoivent de façon très différente en termes de programmes : l'émetteur le plus efficient produit avec l'argent public sept fois plus d'informations régionales que la télévision régionale la moins performante de ce point de vue.

Depuis 2012, Publicom étudie sur mandat de l'Office fédéral de la communication ainsi que des associations sectorielles la situation économique des stations de radio privées titulaires d'une concession.

Le rapport actuel (chiffres relatifs à l'année 2012) peut être téléchargé à l'adresse

http://www.publicom.ch/wp-content/uploads/Situation-économique-RTV-privées_2012_FR.pdf

Contact : M. René Grossenbacher, Publicom AG, rgrossenbacher@publicom.ch, 044 716 55 11