

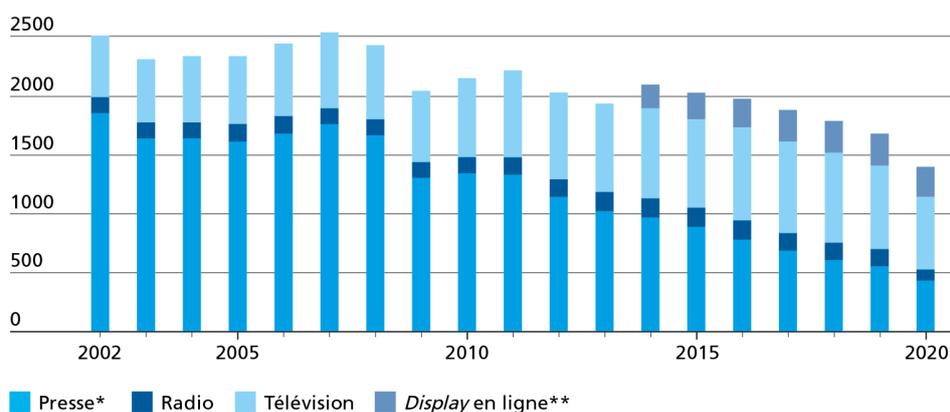
Contexte

La population recourt aux médias pour s'informer des événements qui se déroulent dans sa région et en Suisse. Les journaux, les radios locales, les télévisions régionales et les médias en ligne sont indispensables pour qu'elle soit au courant de ce qui se passe. Par l'information qu'ils diffusent, ils contribuent à la formation de l'opinion politique et à la cohésion sociale.

Baisse des recettes publicitaires

Malgré ce rôle essentiel, les médias locaux et régionaux rencontrent des difficultés financières, car une part toujours plus importante des dépenses publicitaires va aux grandes plateformes Internet internationales. De nombreux journaux ont disparu, les radios et télévisions privées voient elles aussi leurs recettes publicitaires diminuer. La couverture médiatique dans les régions, et donc la cohésion sociale, s'en trouve affaiblie.

Recettes publicitaires des médias suisses
En millions de francs



* Presse quotidienne, hebdomadaire régionale et dominicale (hors presse grand public, financière, économique, professionnelle et spécialisée)

** La Fondation statistique suisse en publicité ne recueille ses propres données sur les recettes publicitaires nettes en ligne que depuis 2014.

Source : graphique établi sur la base des chiffres de la Fondation statistique suisse en publicité (2003-2021)

Disparition de titres et tirages en baisse dans le secteur de la presse écrite

La population s'informe de plus en plus en ligne. Toutefois, les utilisateurs restent moins disposés à payer pour des offres numériques que pour des offres analogiques. Les maisons d'édition ont donc de la peine à compenser les pertes subies dans le secteur des journaux par les recettes des abonnements aux médias en ligne. De plus, les recettes publicitaires réalisées sur l'internet ne reviennent en majeure partie pas aux offres en ligne nationales, mais vont aux grandes plateformes internet internationales.

Feuille 1 sur le paquet de mesures en faveur des médias

Les difficultés économiques des médias nationaux ont entraîné la disparition de nombreux titres de presse. En effet, depuis 2003, environ 70 journaux ont mis la clé sous la porte.

Cette évolution affaiblit la couverture médiatique sur le terrain. C'est pourquoi le Conseil fédéral et le Parlement veulent renforcer les médias locaux et régionaux.

Evolution des tirages des journaux payants entre 2003 et 2020, par langue
en millions d'exemplaires

