INDICE PRIX/PERFORMANCES DES MÉDIAS

UPDATE 2026

LEADING SWISS AGENCIES

SWA ASA
Schweizer Werbe-Auftraggeberverband
Utenti Svizzeri Pubblicità
Association Suisse des Annonceurs
Association of Swiss Advertisers

Novembre 2026

MANAGEMENT SUMMARY MPLI 2026

UPDATE 2026

L'évolution du rapport prix/performances reste très différente selon le genre de média.

La TV et la radio deviennent moins chères, le print affiche de forts glissements entre segments. L'OOH, le DOOH et le cinéma restent largement stables.



TV & RADIO

Coûts par contact plus bas

TV: −4,1 points d'indice
15–59 ans, Suisse

Radio: −15,0 points d'indice
2024–2025, Suisse

En TV, les baisses de prix font effet; en radio, c'est surtout la couverture supplémentaire des stations privées.



PRINT

Légèrement plus cher – grandes différences

Marché global: +1,2 % CPM
Presse quotidienne: +25,2 %
Presse hebdomadaire régionale: −14,3 %

Les variations sont largement marquées par des effets de couverture et de structure des titres.



OOH / DOOH / CINÉMA

Largement stable

OOH: +0,3 point d'indice
DOOH: +0,7 point d'indice
Cinéma: inchangé

Les rapports prix/performances ne varient que faiblement à l'échelle de la Suisse.

ÉVOLUTION PAR GENRE DE MÉDIA

VARIATION PAR RAPPORT À L'ANNÉE PRÉCÉDENTE

Les points d'indice et les pourcentages CPM sont signalés comme tels.

MÉDIA	ÉVOLUTION	INTERPRÉTATION
TV	**−4,1 points** 15–59 ans, CH	Les CPM prévisionnels baissent en Suisse alémanique et en Suisse romande. Baisses de prix de Goldbach Media dès juin 2026; jusqu'à 40 % selon la chaîne. Tessin: CPM en hausse.
Radio	**−15,0 points** 2024–2025, CH	Davantage de couverture pour les stations de radio privées après l'arrêt de la FM par la SSR; les coûts par contact effectifs baissent. La période de comparaison est décalée d'un an.
Print	**+1,2 % CPM** CH total	Fortes différences selon le segment: presse quotidienne +25,2 % (hors 20 minutes env. +1 %); magazines grand public +15,2 % (corrigé env. +4 %); presse hebdomadaire régionale −14,3 %.
Cinéma	**0,0 point** CH total	Indice inchangé à 95,3 points. Tarifs 2026 inchangés; base de performance MACH Cinema 2025.
OOH	**+0,3 point** 15–74 ans, CH	Largement stable. Suisse alémanique pratiquement inchangée; Suisse romande +3,1 et Tessin +0,9 point d'indice.
DOOH	**+0,7 point** 15–74 ans, CH	Première comparaison annuelle après le lancement en 2025. Faibles variations également pour les autres cibles.

Remarque: la radio compare 2024 à 2025; les autres genres de médias comparent 2025 à 2026. Les points d'indice ne sont pas des variations en pourcentage.

SOMMAIRE



01 **CINÉMA** Page 5



02 **RADIO** Page 14



03 **TV** Page 20



04 **PRINT** Page 27



05 **OOH / DOOH** Page 38



01

CINÉMA

Indice prix/performances des médias 2026

INDICE PRIX/PERFORMANCES CINÉMA / MÉTHODE



Médias	Tous les cinémas (pools nationaux), offres par semaine (Weischer.Cinema / Cinecom)
Frais	30 sec. prix net (Geo Focus dès 2018 avec offre ECO) par semaine de cinéma net (BK 15%)
Performance	MACH CINEMA 2025 / somme des contacts et GRP de toutes les semaines de cinéma par an
Cible	Total 14 – 99 ans (valeur de base) / 15 – 74 ans / 15 – 49 ans
Évaluation	MACH CINEMA 2025 / prix 2026 toute Suisse Suisse alémanique / Suisse romande, offre ECO incl.

INDICE PRIX/PERFORMANCES CINÉMA / REMARQUES



L'indice cinéma pour l'ensemble de la Suisse reste inchangé en 2026 à 95.3 points. Weischer.Cinema n'a pas adapté ses tarifs pour 2026, et les valeurs de performance reposent toujours sur MACH Cinema 2025, l'enquête n'ayant lieu que tous les deux ans. Par rapport à 2014, l'indice reste plus bas; il n'y a donc pas eu de hausse de prix réelle.

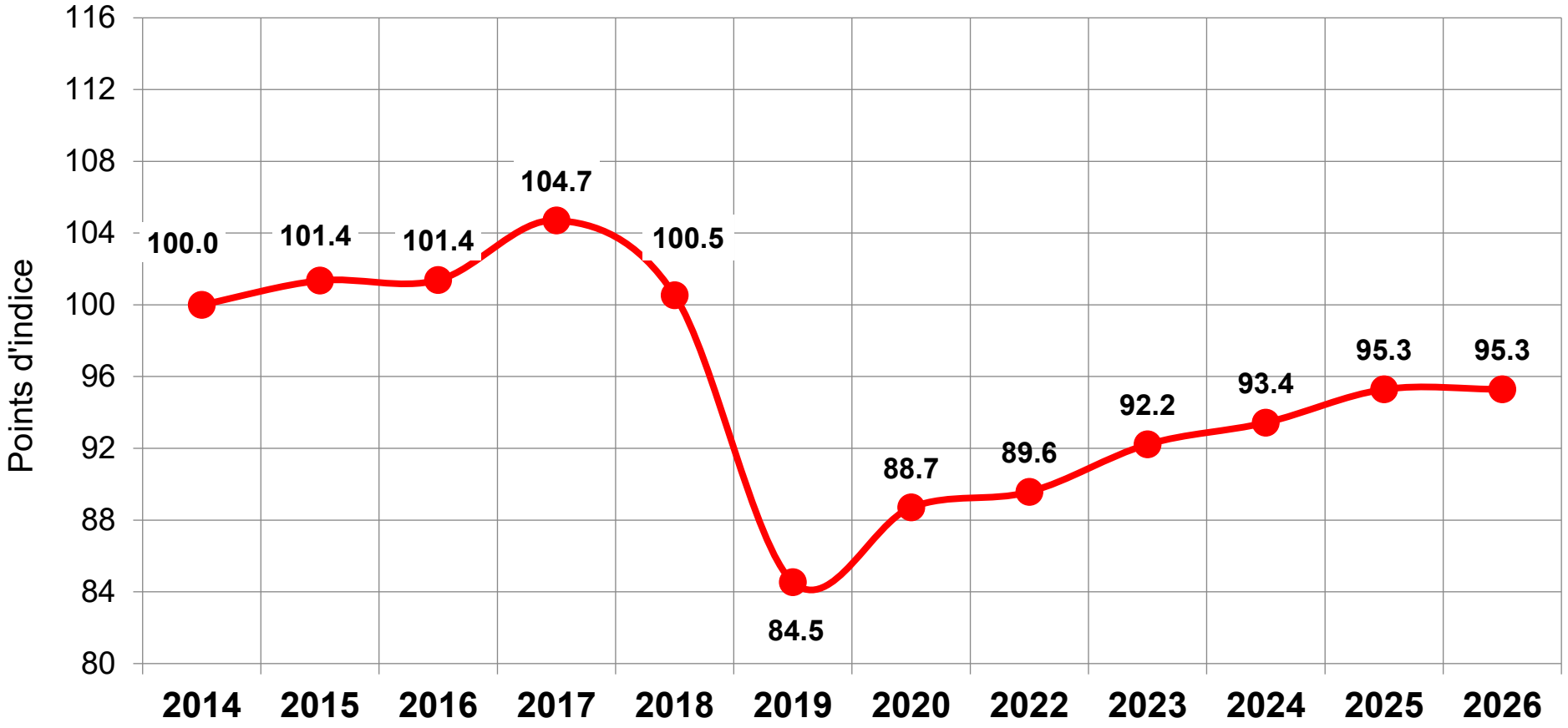
Par région linguistique, le Tessin reste la région la plus chère avec 127.6 points. La Suisse alémanique (95.1) et la Suisse romande (92.7) restent proches l’une de l’autre.

L'indice de la cible 15–74 ans se maintient à 100.4 points, celui des 15–49 ans à 109.9 points. Les cibles plus jeunes restent ainsi au niveau nettement plus élevé atteint en 2025.

Remarque: depuis l'évaluation 2025, le supplément saisonnier de 10% pendant les semaines de cinéma 44 à 52 est inclus dans le mix tarifaire. La hausse de 2024 à 2025 s'explique par ce supplément. La prochaine enquête MACH Cinema aura lieu en 2027.

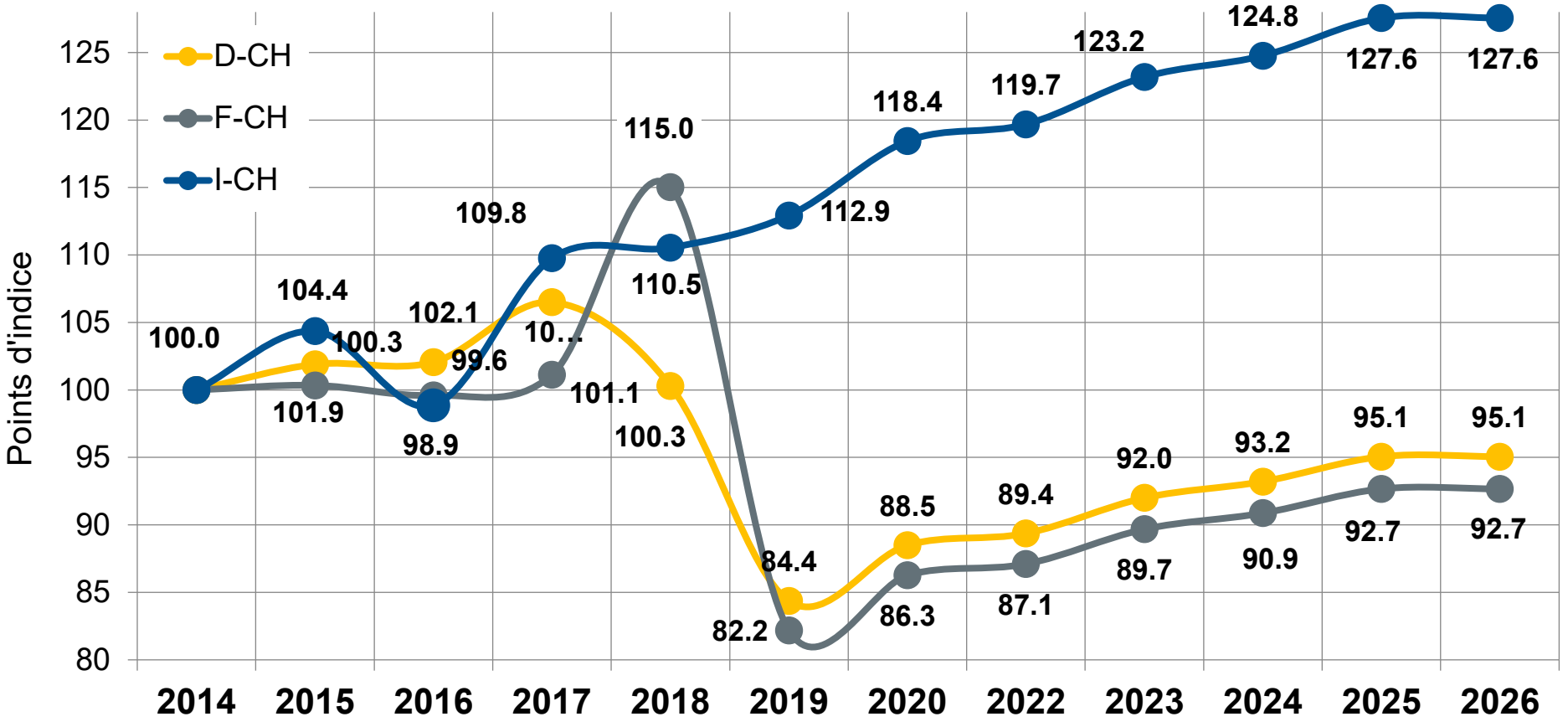
INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / CINÉMA

BASE: 14 – 99 ANS / TOUTE SUISSE



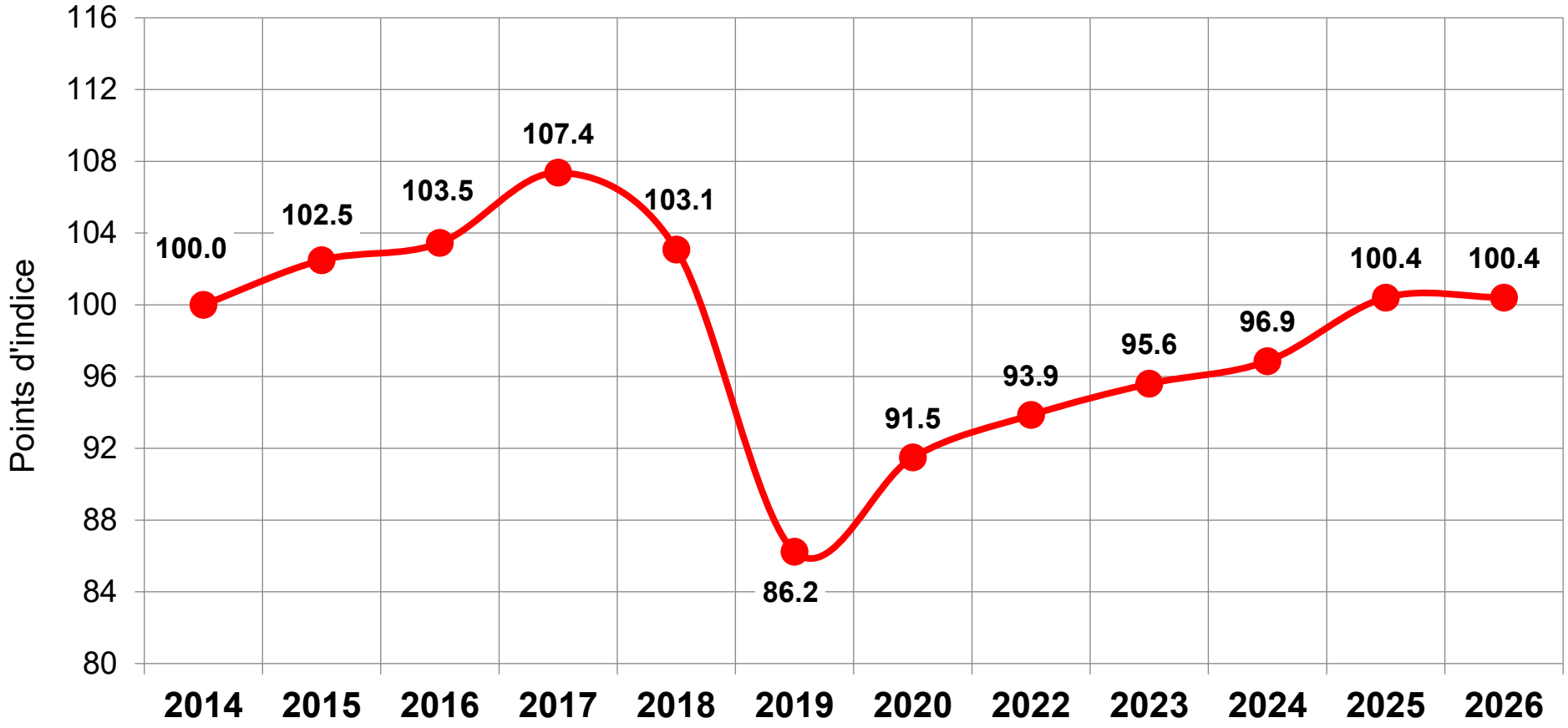
INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / CINÉMA

BASE: 14 – 99 ANS



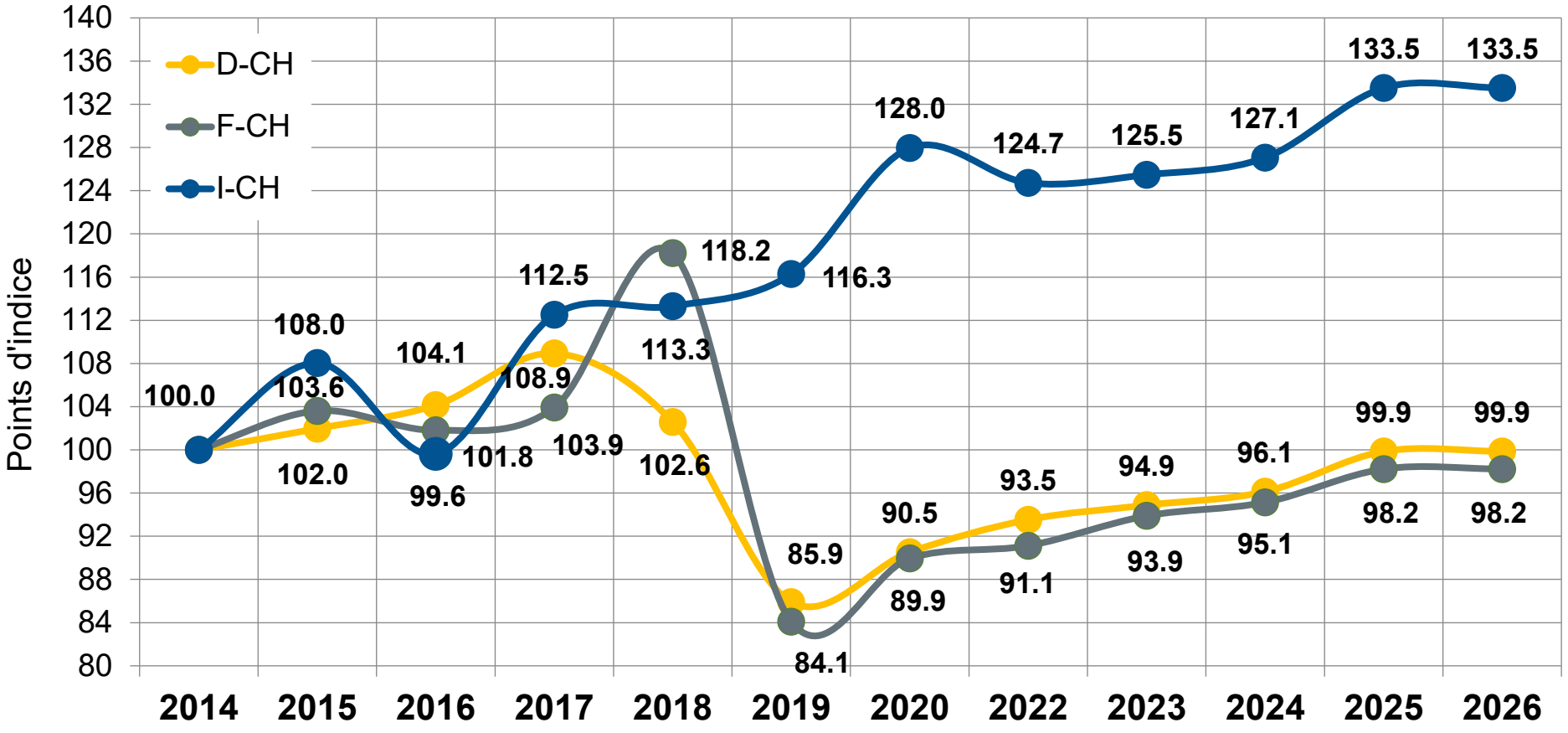
INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / CINÉMA

BASE: 15 – 74 ANS / TOUTE SUISSE



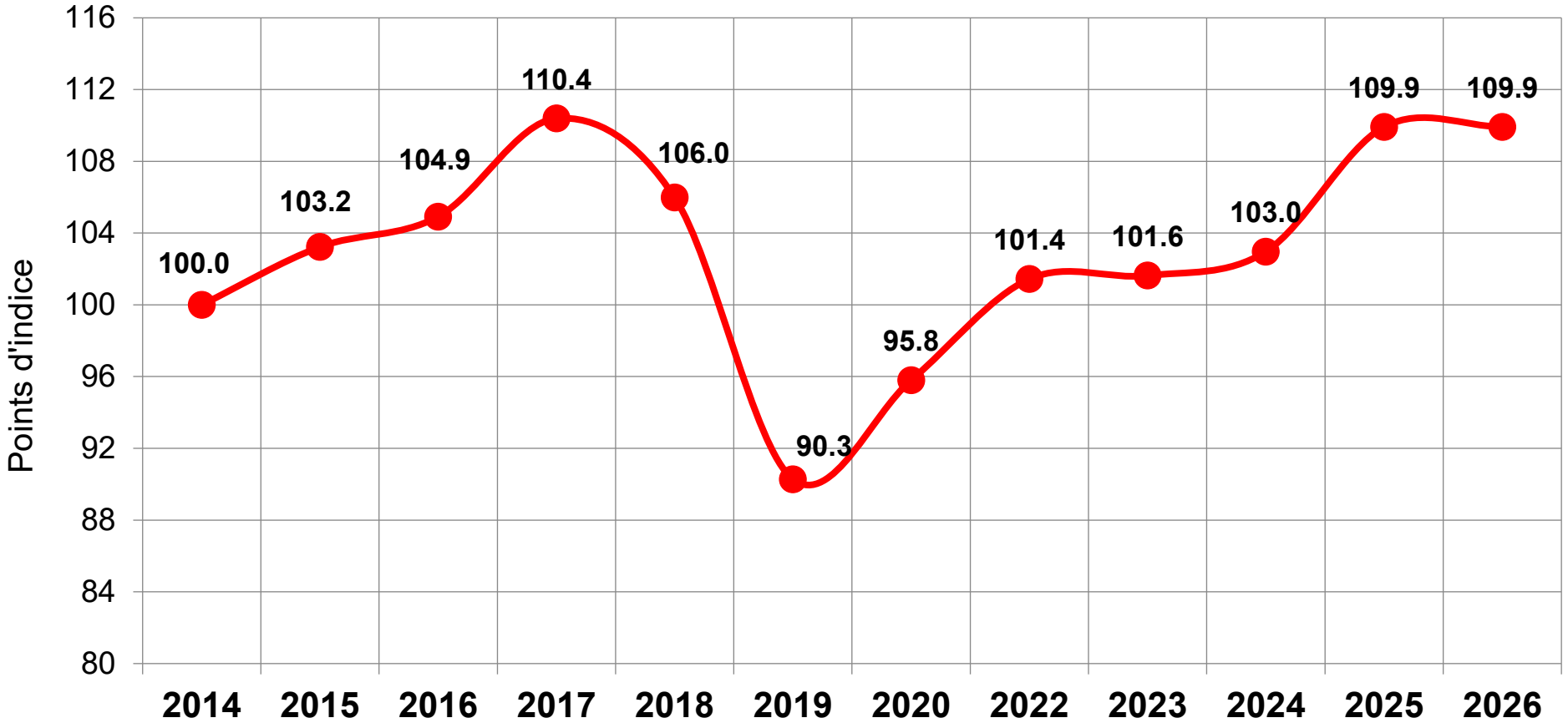
INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / CINÉMA

BASE: 15 – 74 ANS



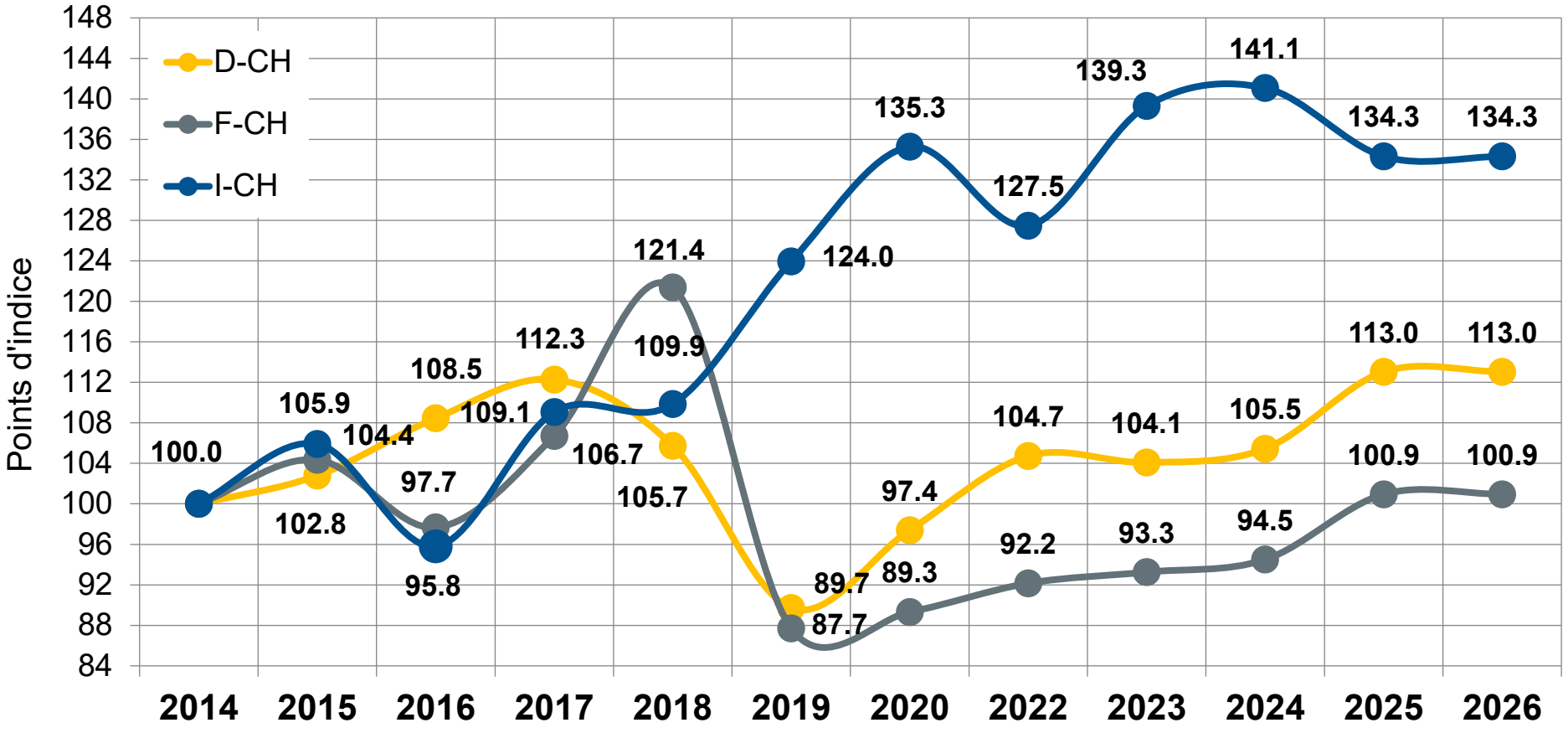
INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / CINÉMA

BASE: 15 – 49 ANS / TOUTE SUISSE



INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / CINÉMA

BASE: 15 – 49 ANS





02

RADIO

Indice prix/performances des médias 2026

INDICE PRIX/PERFORMANCES RADIO / MÉTHODE



Médias	Stations privées suisses (sans stations étrangères) avec au moins 1% de part de marché dans la région
Performance	20 sec. prix par heure / lundi – vendredi Contacts moyens en TSD par région linguistique Mediapulse Radiopanel ø performances par an et par heure (lu – ve), somme de tous les contacts
Cible	15+
Évaluation	Valeurs prévisionnelles annuelles

INDICE PRIX/PERFORMANCES RADIO / REMARQUES (1/2)

Notre prévision de l'année précédente s'est confirmée de manière impressionnante: le marché radio enregistre en 2025 une nette déflation dans toutes les régions linguistiques. La baisse de l'indice des prix ne résulte pas d'une baisse des tarifs des stations, mais de la hausse significative de la couverture des stations de radio commerciales.

La redistribution de l'auditoire suite à l'arrêt de la FM par la SSR continue de profiter aux stations privées. Comme le nombre absolu d'auditeurs des stations pertinentes pour la publicité a augmenté alors que les prix sont restés stables, les coûts par contact effectifs (CPM) baissent – et tirent ainsi l'indice vers le bas. Selon ses indications, la SSR veut toutefois émettre à nouveau en FM dès l'automne. Reste à voir combien d'auditeurs changeront à nouveau leurs habitudes et reviendront aux stations de la SSR, et si la tendance s'inversera.

Un regard sur les chiffres actuels illustre cette évolution dans les régions:

- **National (CH):** L'indice global recule nettement d'environ 15 points, de 120.6 (2024) à 105.6 (2025).
- **Suisse alémanique (D-CH):** Après la plus forte hausse de l'année précédente, l'indice se corrige ici à la baisse et recule de près de 14 points à 103.6.
- **Suisse romande (F-CH):** La tendance déflationniste amorcée l'année précédente par le départ d'auditeurs de la SSR s'accélère. L'indice recule ici de près de 16 points à 119.7.
- **Tessin (I-CH):** L'effet relatif le plus fort s'observe en Suisse italienne, où l'indice chute de près de 25 points à 81.6.

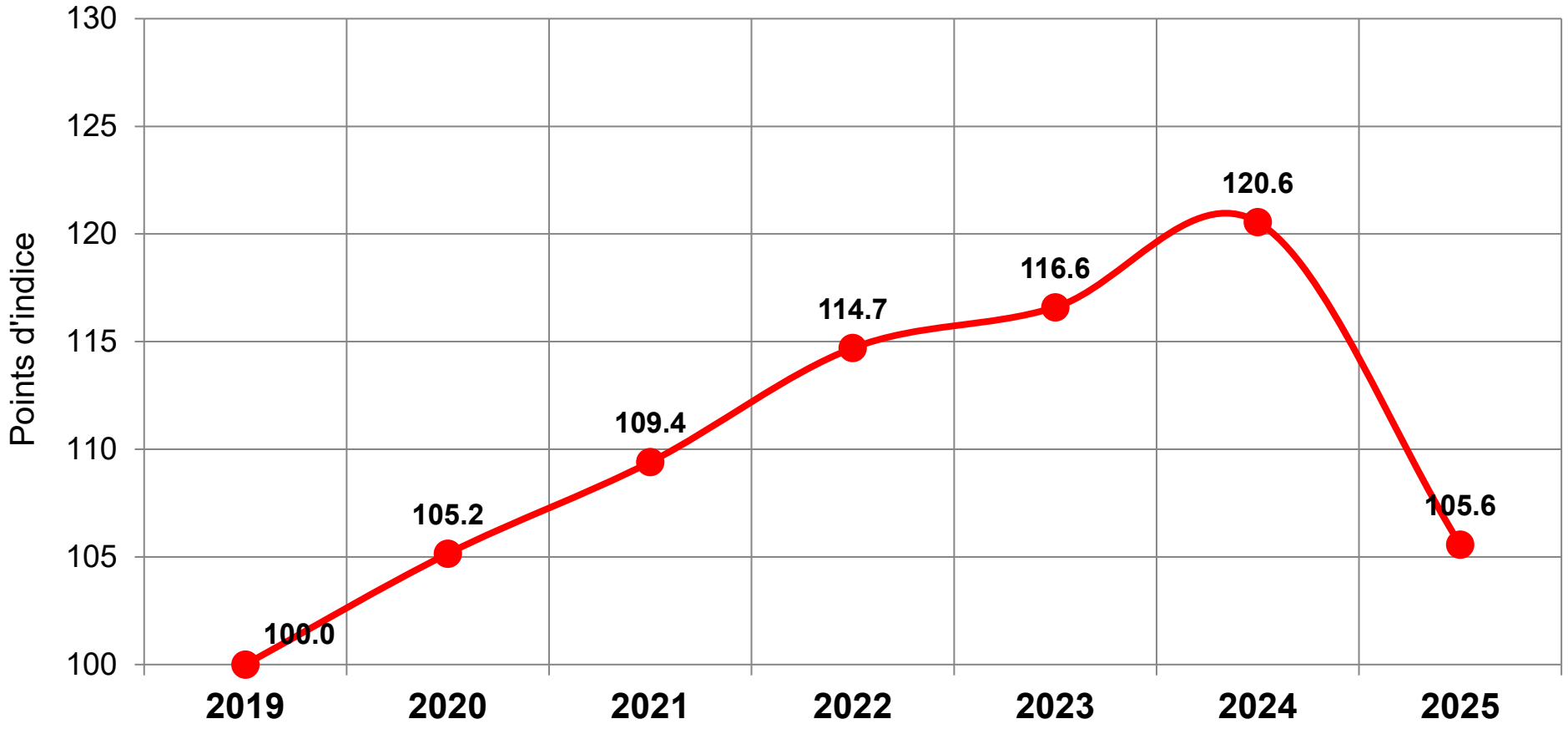
INDICE PRIX/PERFORMANCES RADIO / REMARQUES (2/2)

Pour les annonceurs, cette configuration est particulièrement attractive cette année. Plutôt que d'acheter simplement de l'espace publicitaire moins cher, ils obtiennent tout simplement plus d'audience pour leur investissement média et bénéficient ainsi d'un réel gain d'efficacité dans leurs campagnes radio.

La recherche connaîtra aussi des changements à partir de 2027, car le relevé des données va évoluer. Plus d'informations sous: https://www.mediapulse.ch/news/medienmitteilungen

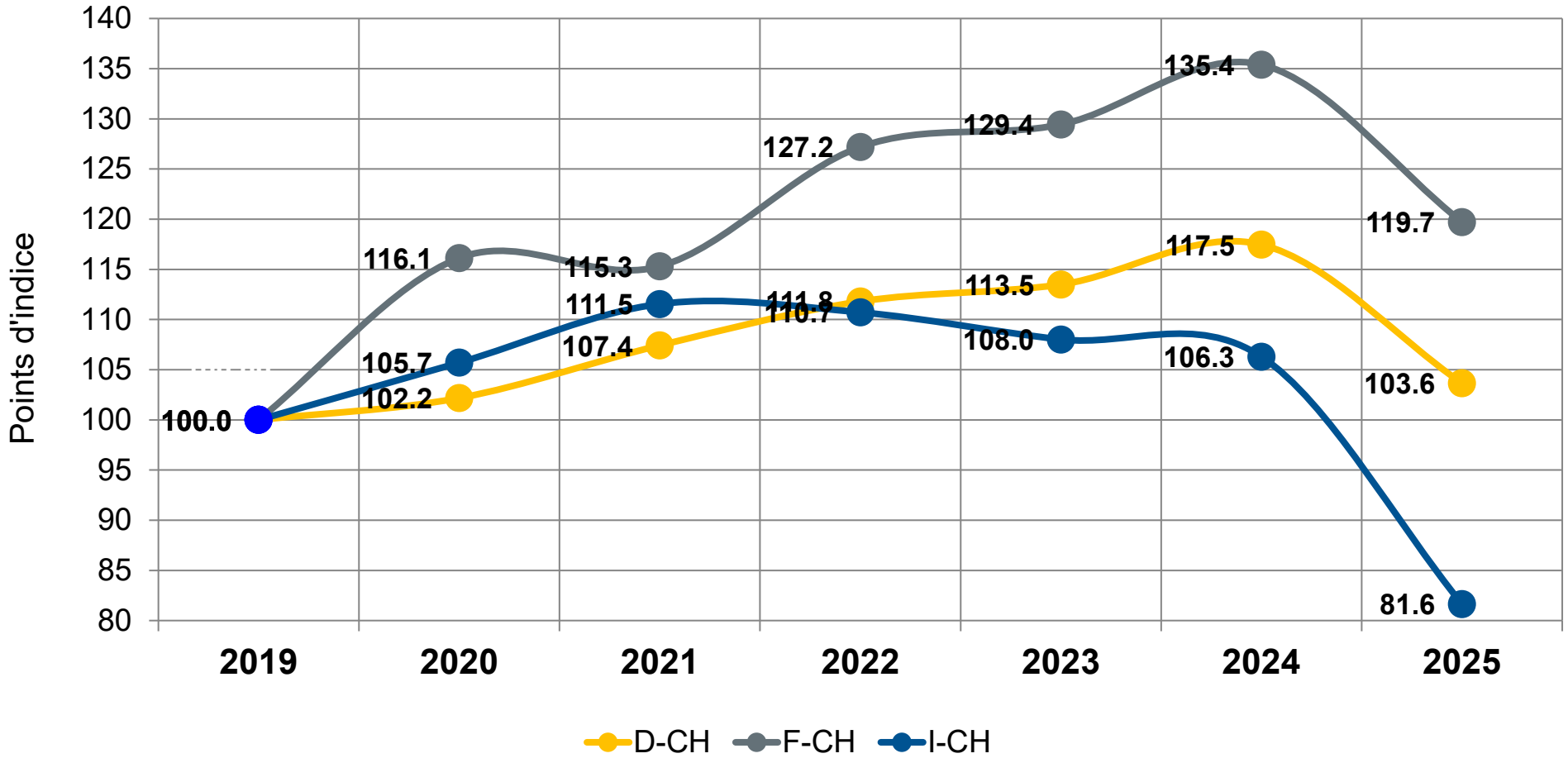
INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / RADIO (T-CH)

BASE: 15+ ANS / VALEURS PRÉVISIONNELLES



INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / RADIO

BASE: 15+ ANS / VALEURS PRÉVISIONNELLES





03

TV

Indice prix/performances des médias 2026

INDICE PRIX/PERFORMANCES TV / MÉTHODE

Médias	Nouveau à partir de 2019 = toutes les chaînes TV nationales par région linguistique (sans chaînes thématiques telles que chaînes de sport, pour enfants, de musique, d'information, régionales) Jusqu'en 2019 = 17 chaînes SSR et chaînes privées, CH et étranger, au moins 1% de part de marché par région
Frais	30 sec. net (BK 15%), sans formes publicitaires spéciales, sans sport en direct Moyenne de tous les blocs/chaînes LU – DI par an
Performance	Evo Ad / valeurs prévisionnelles Moyenne des contacts en TSD par région linguistique
Cible	15 – 59 ans et 15 – 49 ans
Évaluation	Valeurs prévisionnelles annuelles

INDICE PRIX/PERFORMANCES TV / REMARQUES



En 2026, les CPM prévisionnels ont baissé en Suisse alémanique et en Suisse romande pour la première fois depuis longtemps.

Pour la cible 15 – 59 ans, cela correspond en Suisse alémanique à l'indice de 2022 et en Suisse romande à peu près à l'indice d'il y a 2 ans. Après une reprise l'an dernier, la Suisse italienne atteint son niveau le plus élevé depuis 2019.

Dans la cible plus jeune (15 – 49 ans), le recul est un peu moins marqué et le renchérissement en Suisse italienne est encore beaucoup plus prononcé.

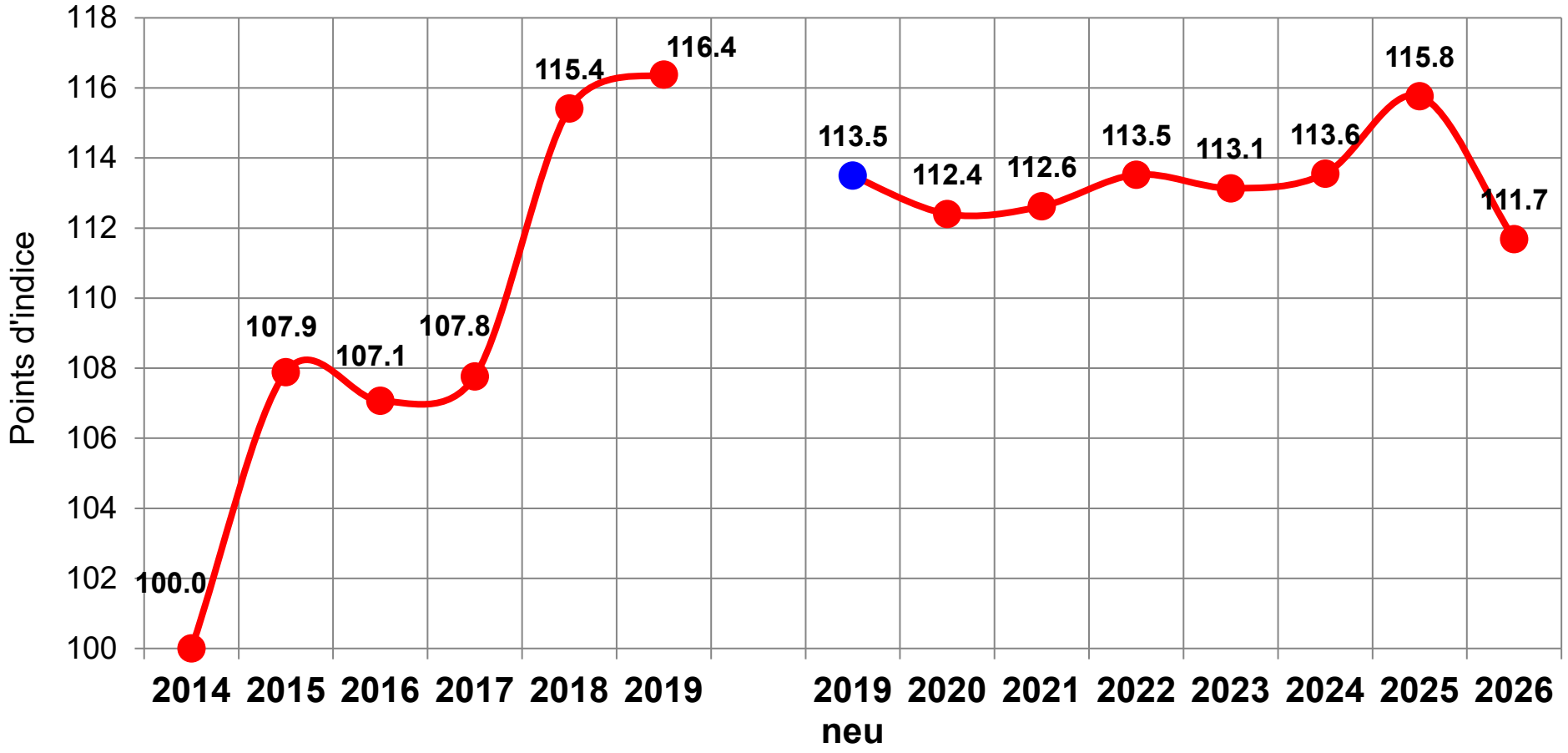
Les CPM plus bas en Suisse alémanique et en Suisse romande s'expliquent par les baisses de prix de Goldbach Media dès juin 2026, en raison des pertes de couverture auprès des cibles plus jeunes en TV linéaire. Selon la chaîne, les prix ont été réduits jusqu'à 40% – Goldbach Media a ainsi ramené les CPM de ses chaînes à un niveau compétitif. La baisse de prix n'a pas eu d'impact en Suisse italienne, où les CPM continuent d'augmenter.

Le comportement d'utilisation des téléspectateurs, en constante évolution et donc difficile à évaluer, ainsi que les pertes de couverture de la TV linéaire chez les jeunes téléspectateurs font que les performances de contact effectives s'écartent encore régulièrement et fortement des valeurs prévues.

Pour la TV, le calcul de l'indice repose sur les valeurs prévisionnelles des chaînes et ne correspond pas aux résultats effectivement obtenus.

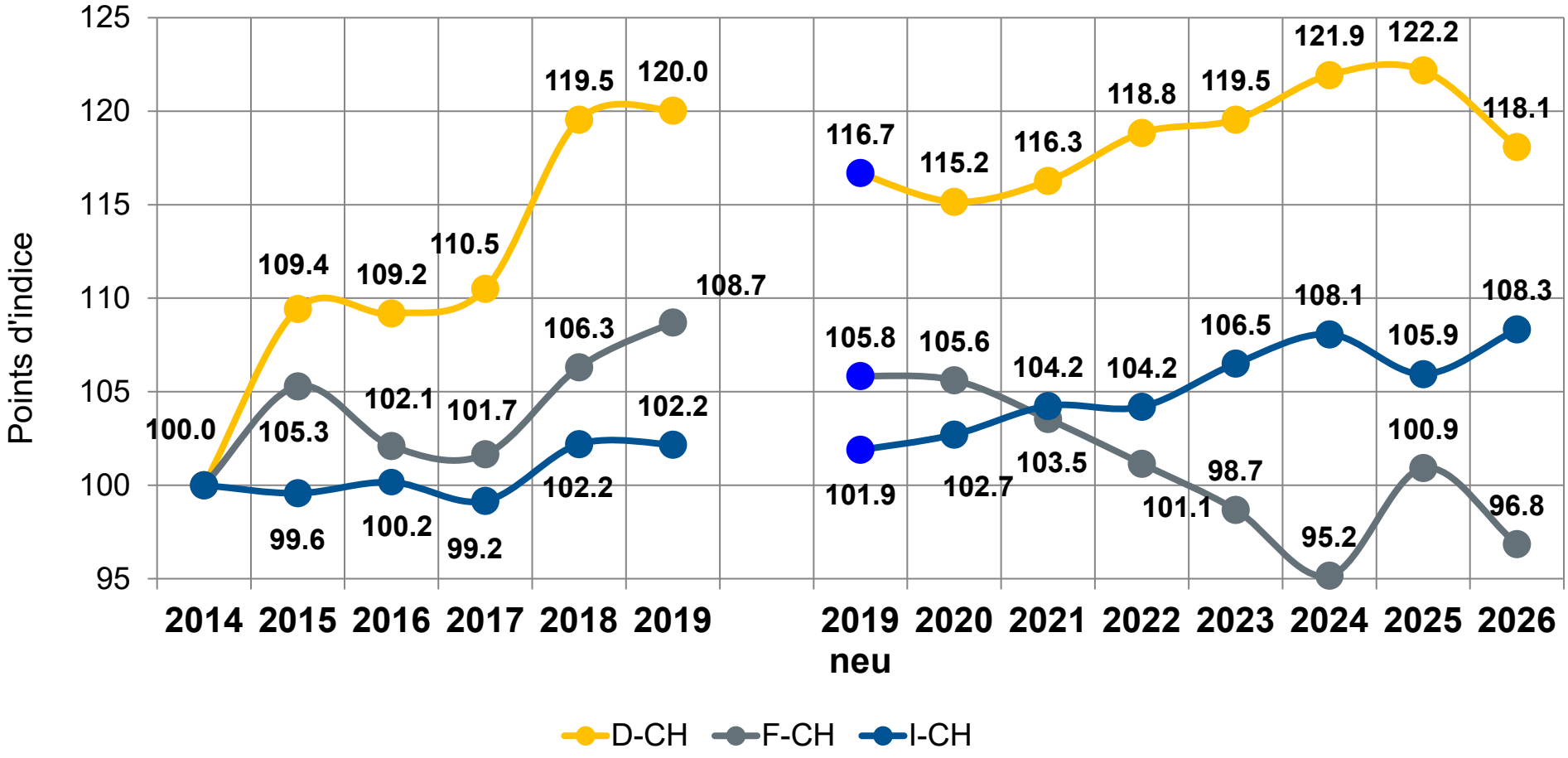
INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / TV (T-CH)

BASE: 15 – 59 ANS



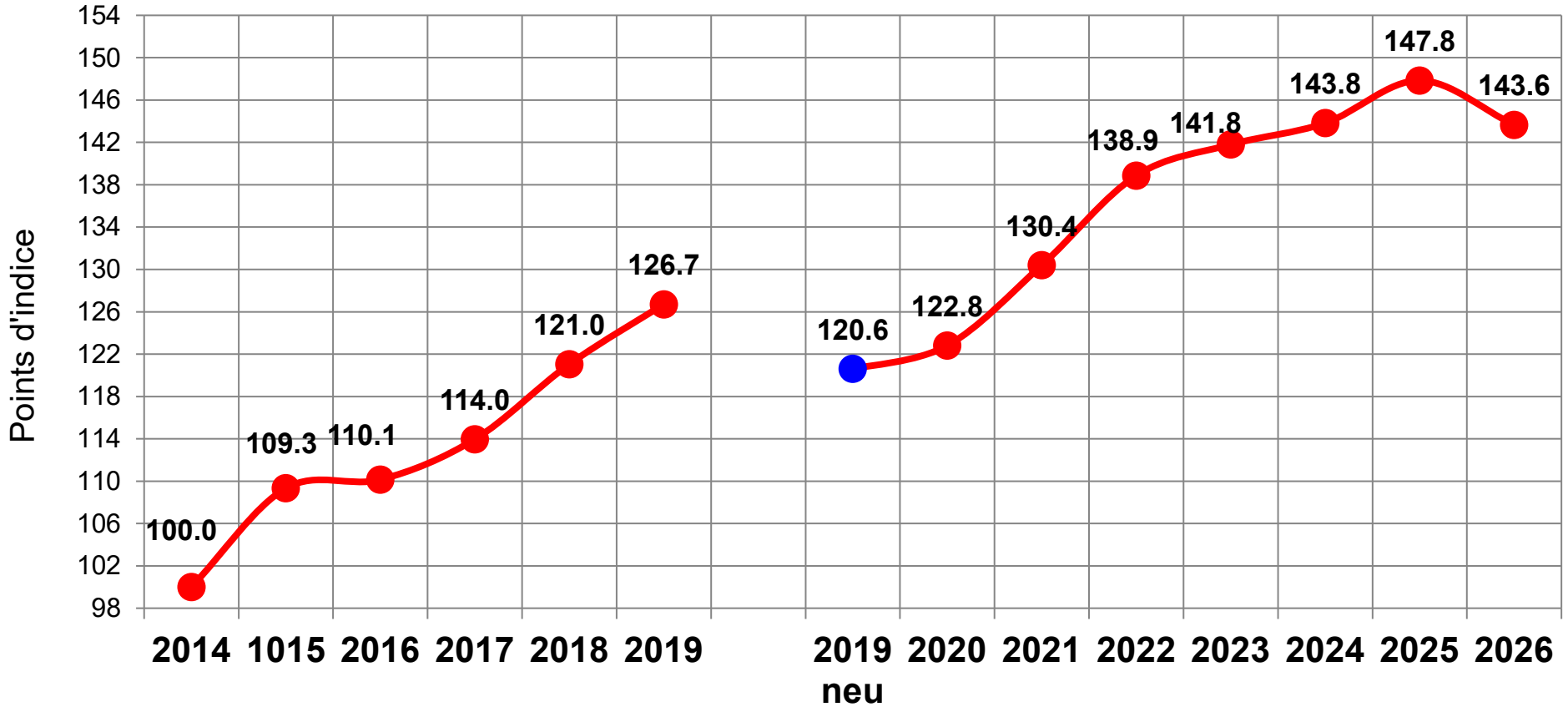
INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / TV

BASE: 15 – 59 ANS



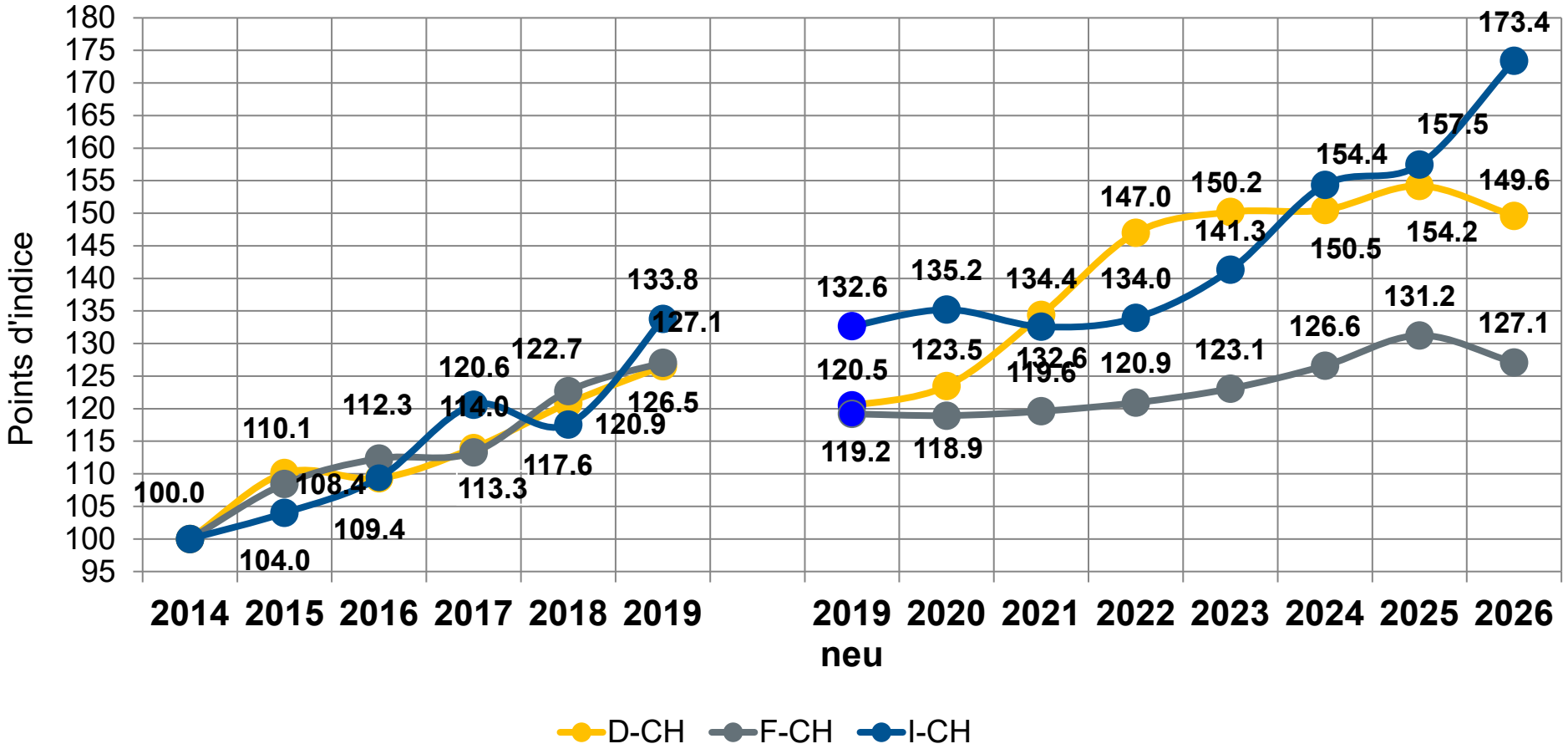
INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / TV (T-CH)

BASE: 15 – 49 ANS



INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / TV

BASE: 15 – 49 ANS





04

PRINT

Indice prix/performances des médias 2026

INDICE PRIX/PERFORMANCES PRINT / MÉTHODE

Médias	88 journaux et magazines répartis en sept catégories, présentant une couverture minimale de 1% dans la région linguistique concernée
Frais	1/1 page quadri net (BK 5%/10%/15%) sans combinaisons, répliques (e-paper) ni grands tirages
Performance	MACH BASIC / cRR (calculated Recent Readership) Prix actuels / contacts en TSD = CPM
Cible	Total 15 – 74 ans
Évaluation	MACH BASIC 2017/2, 2018/2, 2019/2, 2020/2, 2021/2, 2022/2, 2023/2, 2024/2, 2025/2, 2026/2

INDICE PRIX/PERFORMANCES PRINT / SÉLECTION DES TITRES

Après la révision approfondie de la sélection des titres en 2024, seules des modifications mineures par rapport à l'année précédente ont été apportées pour la présente analyse.

L'analyse comprend les titres des catégories suivantes (classification selon la typologie VSW de la presse suisse):

- Presse quotidienne I-III 1210, 1220, 1230
- Presse hebdomadaire régionale I-III 1310, 1320, 1330
- Presse dominicale 1710
- Magazines grand public: illustrés, thèmes généraux 2121, presse d'actualité et thématique 2130, presse programmes TV 2140, presse féminine et people 2151
- Thèmes de consommation 2122 et grands distributeurs 2123
- Presse financière et économique 2310
- Special Interest: loisirs 3140-3150, santé, soins corporels, éducation 3160, politique et culture 3170, groupes démographiques 3300, sport 3600, autre presse spécialisée 3999

Tous les titres atteignant au moins 1% de couverture nette dans la région linguistique concernée ont été pris en compte.

INDICE PRIX/PERFORMANCES PRINT / SÉLECTION DES TITRES

Il en résulte les adaptations suivantes par rapport à l'année précédente:

- 88 titres restent inchangés
- 1 titre est retiré de la sélection, car sa couverture est inférieure à 1% dans la région linguistique concernée
- 6 titres ne sont plus relevés ou ont cessé de paraître

L'ancienne catégorie autonome des magazines féminins a été intégrée à la catégorie des magazines grand public.

INDICE PRIX/PERFORMANCES PRINT / REMARQUES (1/2)

Après une révision complète de l'ensemble des titres analysés en 2024, seules des adaptations mineures ont été apportées pour la présente mise à jour par rapport à l'année précédente (6 titres ne sont plus relevés ou ont cessé de paraître, 1 titre est passé sous le seuil de pertinence défini de 1% de couverture dans la région linguistique concernée). Les valeurs 2026 sont donc largement comparables aux données de l'année précédente (exceptions: presse quotidienne et magazines grand public, voir ci-dessous).

Sur l'ensemble des publications print évaluées, le CPM a légèrement augmenté par rapport à l'année précédente (+1.2%); l'examen séparé des régions linguistiques révèle toutefois des différences notables. Ainsi, le CPM est pratiquement inchangé en Suisse alémanique (+0.4%), alors qu'il a nettement augmenté en Suisse romande (+7.1%) et fortement baissé au Tessin (−12.8%).

La hausse du CPM en Suisse romande s'explique presque exclusivement par la baisse du nombre de contacts des titres analysés; la baisse au Tessin résulte principalement de la disparition de 20 Minuti et surtout de La Domenica.

Parmi les différents groupes de titres, la forte hausse du CPM de la presse quotidienne se distingue (+25.2%). Celle-ci s'explique toutefois en premier lieu par l'arrêt des éditions imprimées de 20 minutes; en comparant les CPM hors 20 minutes, la hausse n'est que d'environ 1%.

INDICE PRIX/PERFORMANCES PRINT / REMARQUES (2/2)

Les magazines grand public enregistrent eux aussi une nette hausse du CPM (+15.2%). Il faut toutefois noter que, pour l'évaluation 2026, la catégorie des magazines féminins (relativement chère) n'est plus considérée séparément pour la première fois, mais a été intégrée à la catégorie des magazines grand public. Indépendamment des magazines féminins, le renchérissement des magazines grand public s'élève à env. 4% en raison de la baisse du lectorat.

Des hausses de CPM de moindre ampleur s'observent en outre dans les catégories Special Interest (+1.2%), presse dominicale (+5.1%) et thèmes de consommation/grands distributeurs (+6.0%). La tarification y est pratiquement inchangée par rapport à l'année précédente; le renchérissement s'explique par la baisse du nombre de contacts.

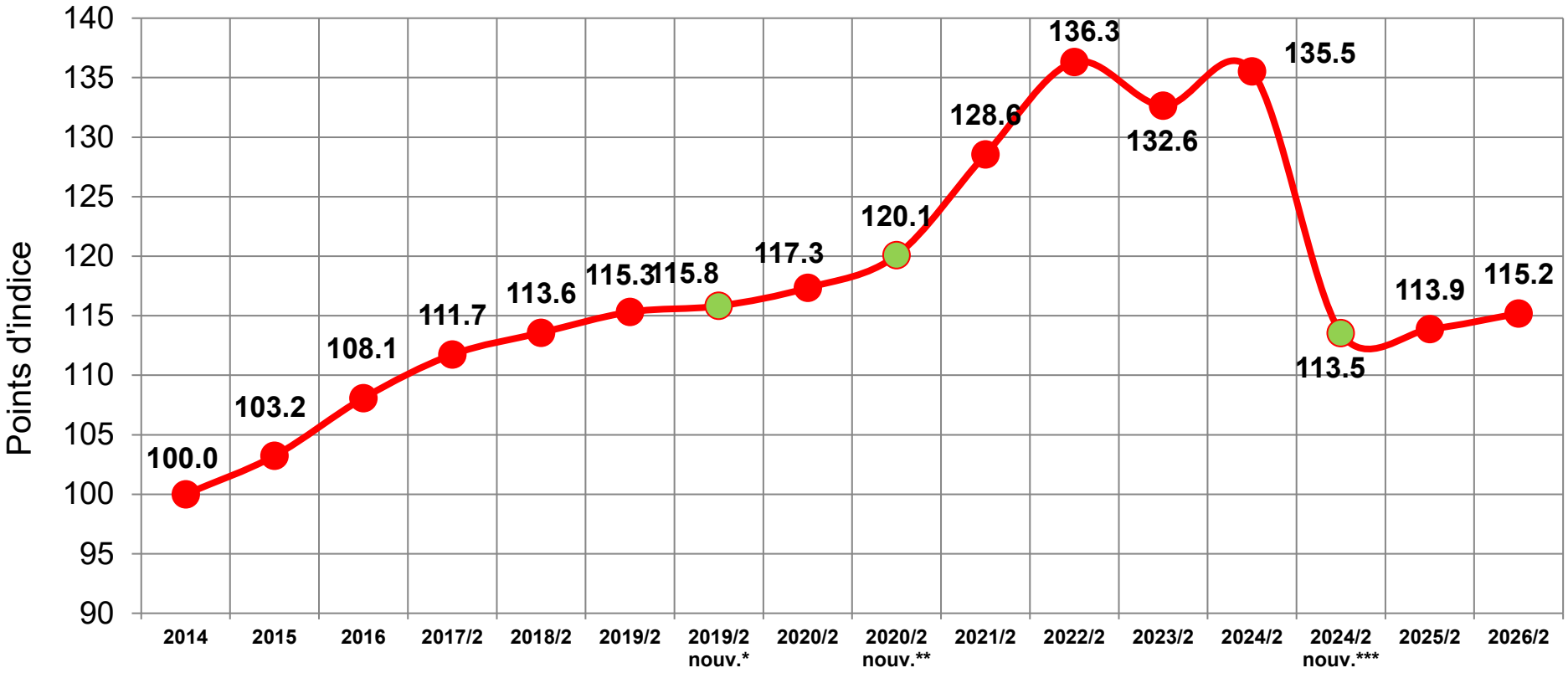
Pour la presse hebdomadaire régionale, en revanche, le CPM est nettement plus bas que l'année précédente (−14.3%). Avec des couvertures plus ou moins stables, les titres de cette catégorie ont souvent procédé à des adaptations de prix à la baisse.

La presse financière et économique affiche elle aussi une baisse du CPM (−4.2%), qui s'explique en premier lieu par le fait que la Handelszeitung ne fait plus partie de l'analyse en raison de sa faible couverture.

La baisse du lectorat continue de poser de grands défis au marché print suisse; de nouvelles approches sont nécessaires. Ringier mise ainsi fortement sur le week-end: dès janvier 2027, le SonntagsBlick et l'édition du samedi du Blick seront regroupés sous le nom «Blick fürs Wochenende» et paraîtront le samedi – dans l'espoir d'accompagner les lecteurs tout au long du week-end avec un seul titre.

INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / MÉDIAS PRINT

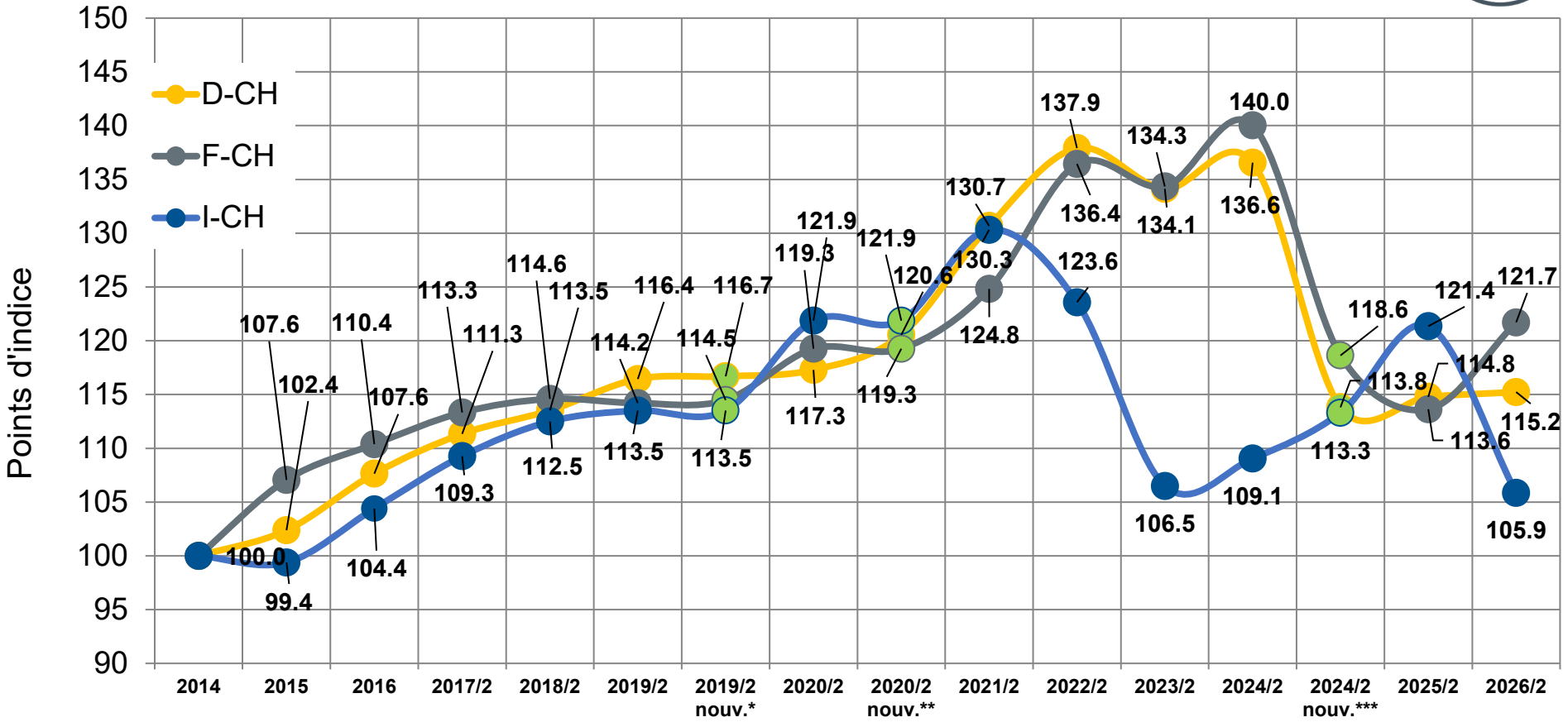
BASE: 15 – 74 ANS



* Hors «Friday» (D+F), «Style» et «Freundin»
** Hors «Schweiz am Wochenende»
*** Révision complète de la liste des titres

INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / MÉDIAS PRINT

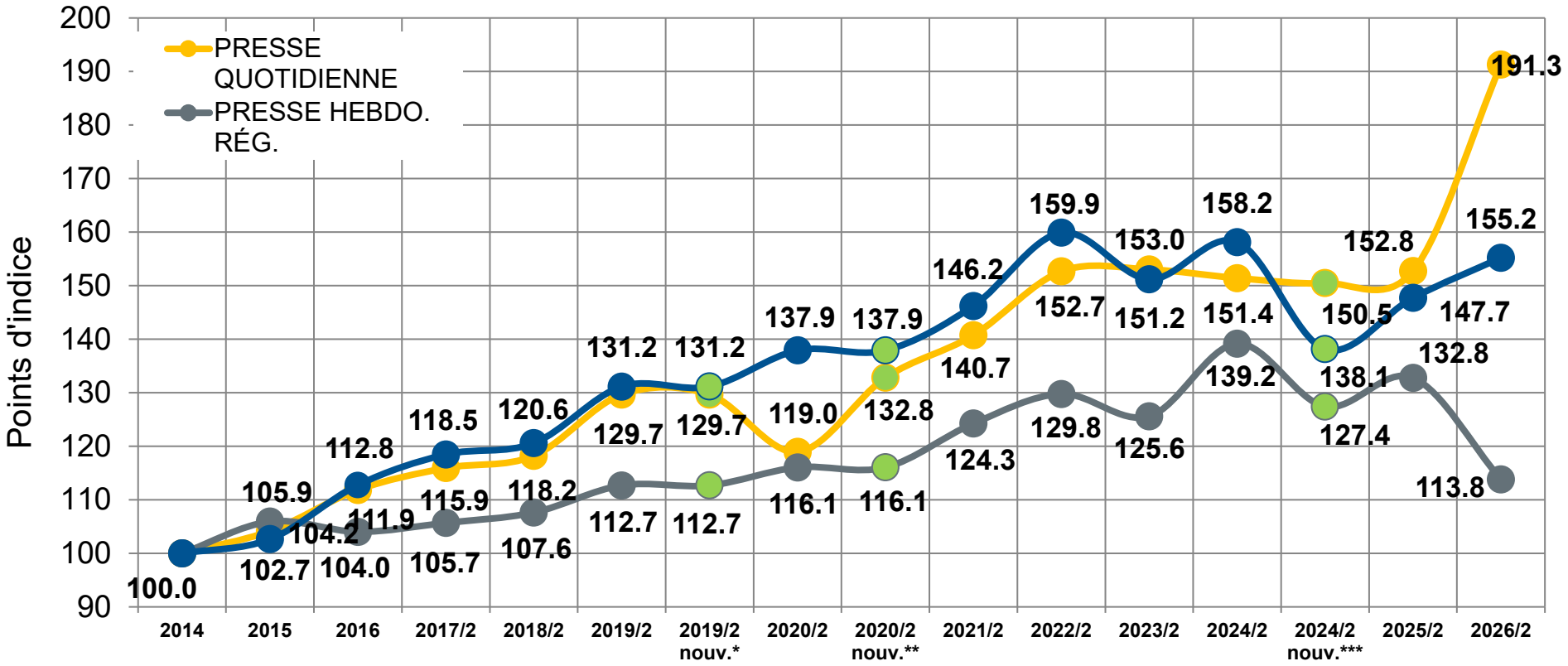
BASE: 15 – 74 ANS



* Hors «Friday» (D+F), «Style» et «Freundin»
** Hors «Schweiz am Wochenende»
*** Révision complète de la liste des titres

INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / MÉDIAS PRINT

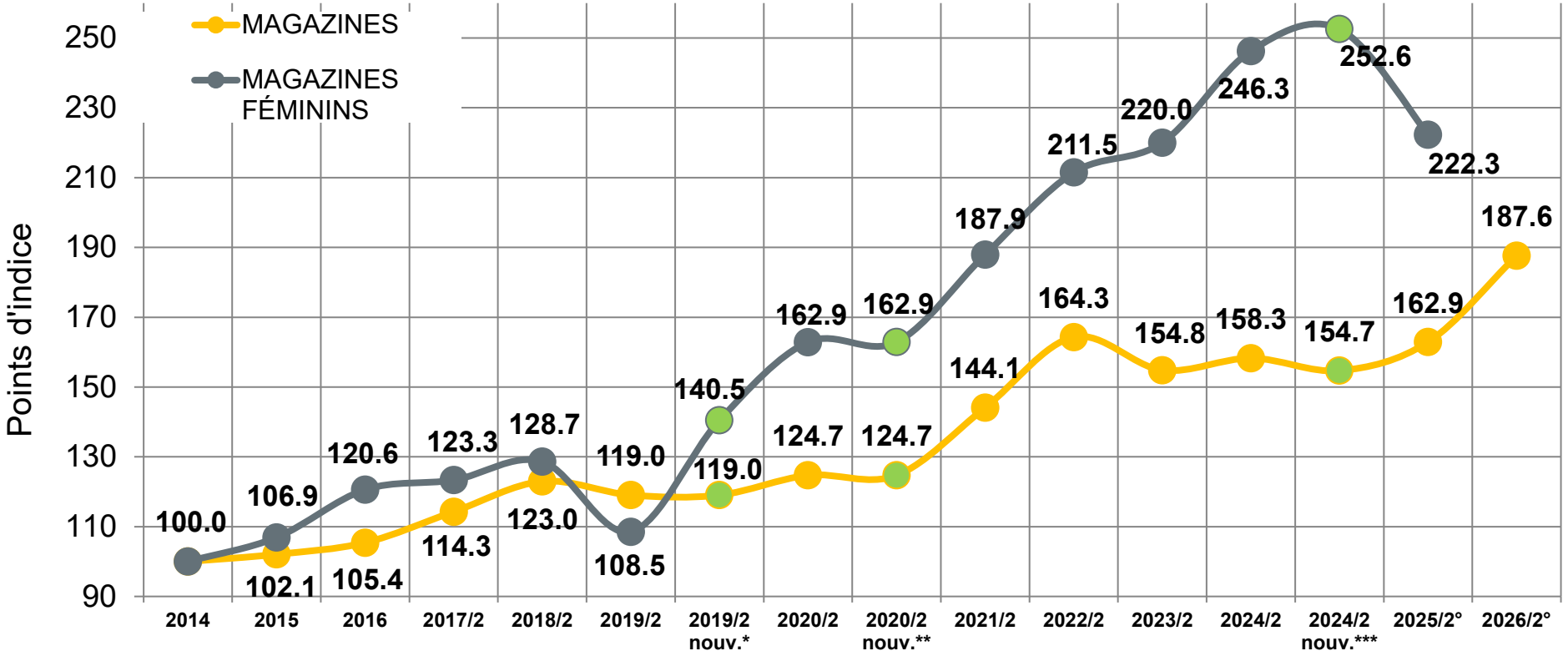
BASE: 15 – 74 ANS



* Hors «Friday» (D+F), «Style» et «Freundin»
** Hors «Schweiz am Wochenende»
*** Révision complète de la liste des titres

INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / MÉDIAS PRINT

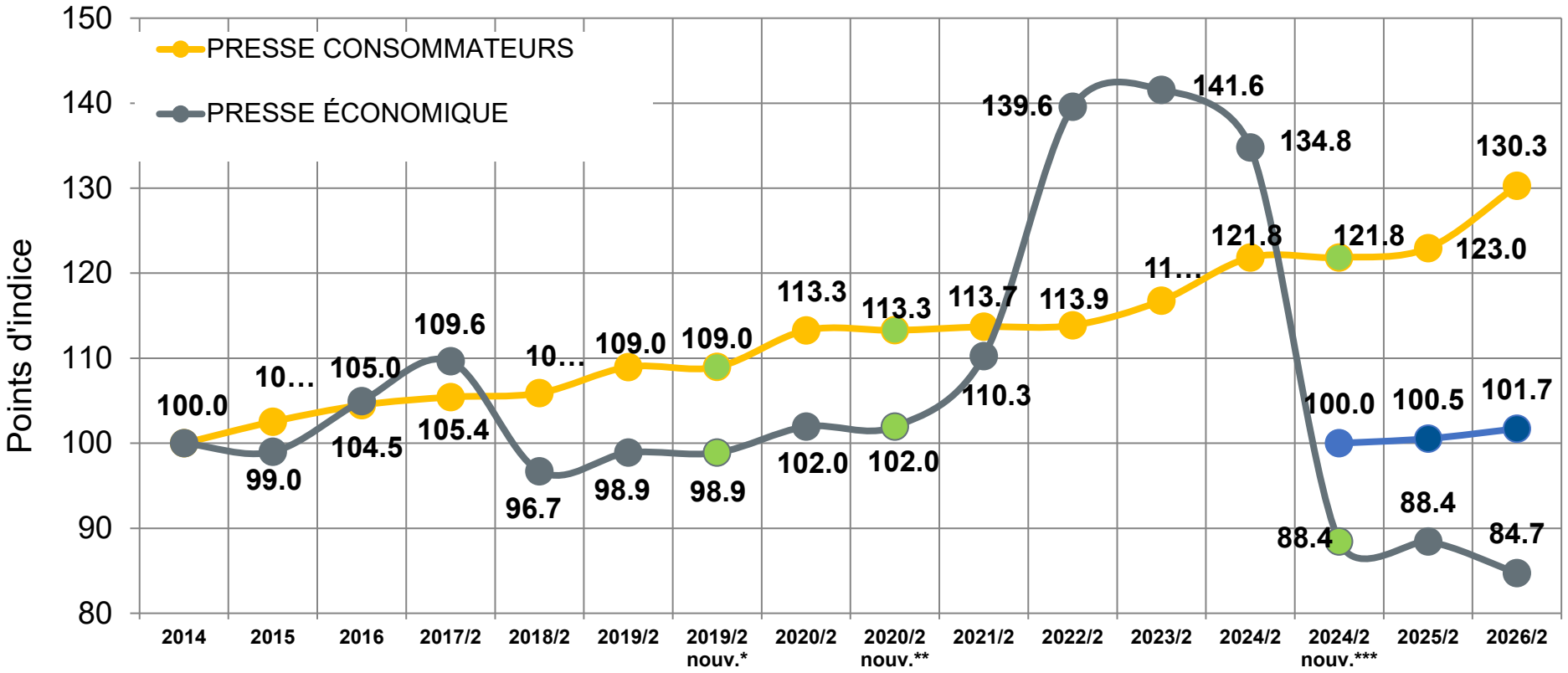
BASE: 15 – 74 ANS



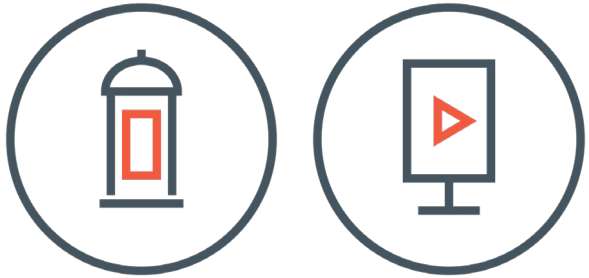
* Hors «Friday» (D+F), «Style» et «Freundin»
** Hors «Schweiz am Wochenende»
*** Révision complète de la liste des titres
° La catégorie des magazines féminins ne compte plus que 3 titres et a été intégrée à la catégorie des magazines à partir du MPLI 2026

INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / MÉDIAS PRINT

BASE: 15 – 74 ANS



* Hors «Friday» (D+F), «Style» et «Freundin»
** Hors «Schweiz am Wochenende»
*** Révision complète de la liste des titres



05

OOH / DOOH

Indice prix/performances des médias 2026

INDICE PRIX/PERFORMANCES OOH / MÉTHODE



Médias	Tous les types de surfaces aux formats F12/F200 dans toute la Suisse de APG|SGA, Goldbach Neo, horizon!, SwissPlakat, Format12
Méthode	Campagnes tirées au hasard et moyennées, par analogie avec le calcul SPR+ de MACH Strategy & Consumer pour REMP (systématique SPR+ Expert Studio) Parmi toutes les surfaces de la zone considérée, 50 campagnes sont tirées au hasard et moyennées afin d'obtenir le nombre moyen de surfaces permettant d'atteindre une couverture de 92% pour la classe de contact (KK) 1 pendant 14 jours. Le nombre de surfaces ainsi déterminé pour la zone considérée est recalculé avec KK 5 pendant 14 jours, avec les prix bruts des données de base. Contacts bruts et coûts bruts moins 5% BK pour le calcul du CPM (coûts/contacts*1'000=CPM)
Frais	Prix bruts des surfaces tirées, moins 5% BK
Performance	Valeurs de performance selon SPR+/prix actuels de l'année concernée / contacts en TSD pour le CPM
Cible	Total 15-49/15-59/15-74/15-90+
Univers	CH, D-CH, F-CH, I-CH
Évaluation	2026: SPR+ update 22.6.2026 (surfaces et prix)

INDICE PRIX/PERFORMANCES OOH / REMARQUES

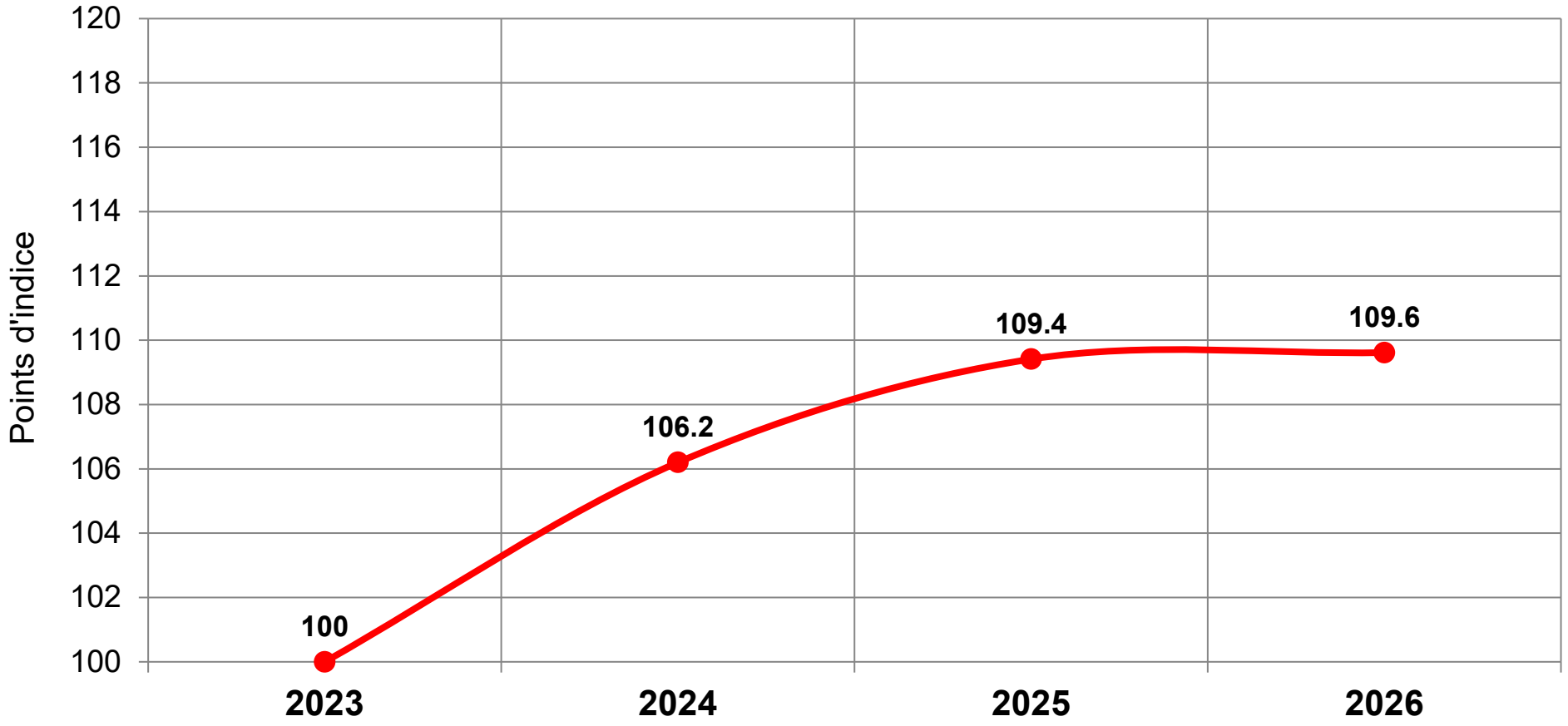
Poursuite de la série chronologique MPLI OOH avec l'année de base 2023

En raison du changement de méthode du modèle SPR+ en 2023, un nouveau point d'indice (indice 100) a été défini comme point de départ pour 2023.

L'évolution des prix OOH présentée pour 2023 vs. 2024 vs. 2025 vs. 2026 repose donc sur la méthode nouvellement appliquée (et poursuivie) et sur le point d'indice 100 de l'année 2023.

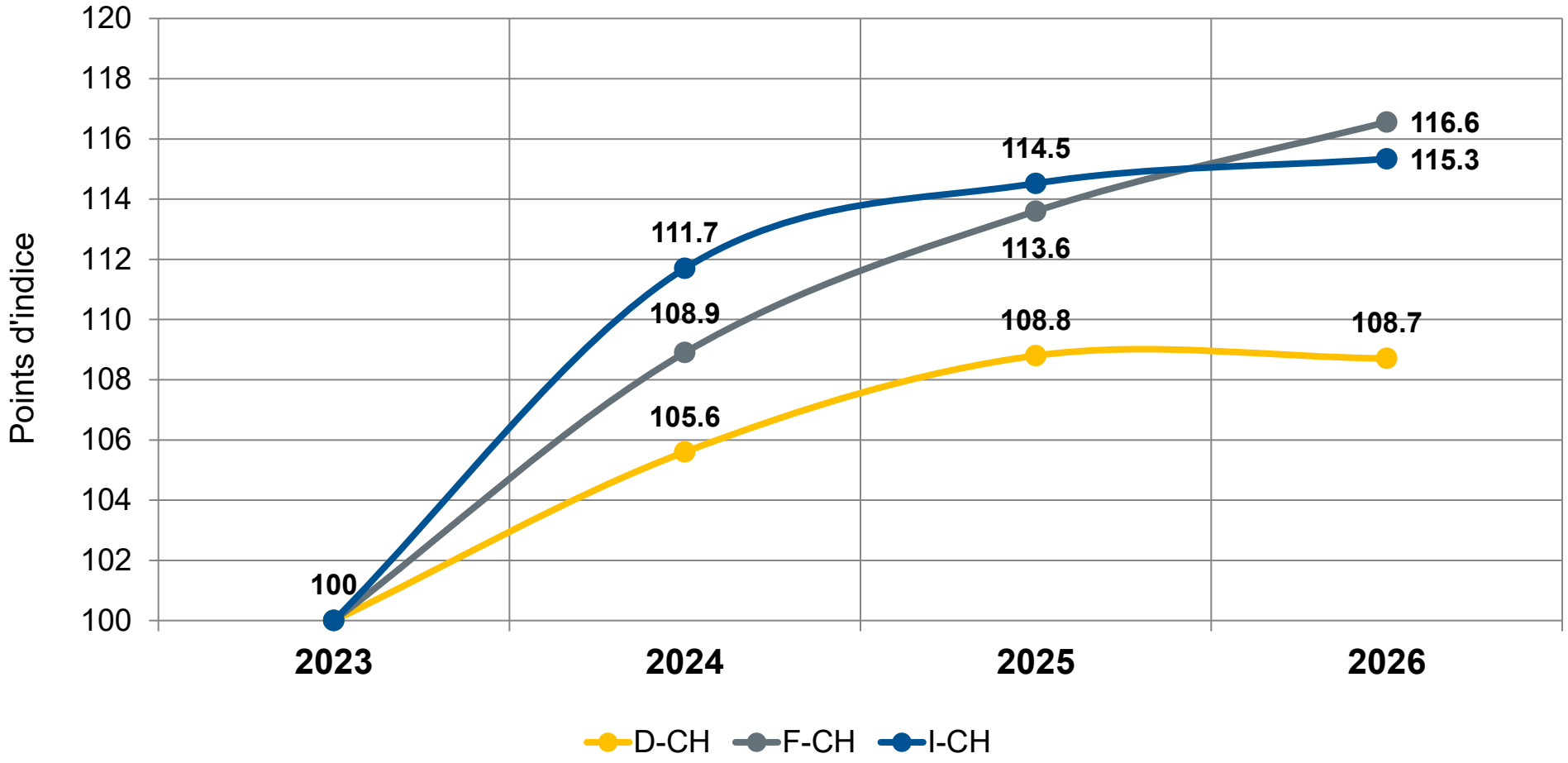
INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / OOH

BASE: 15 – 90 ANS



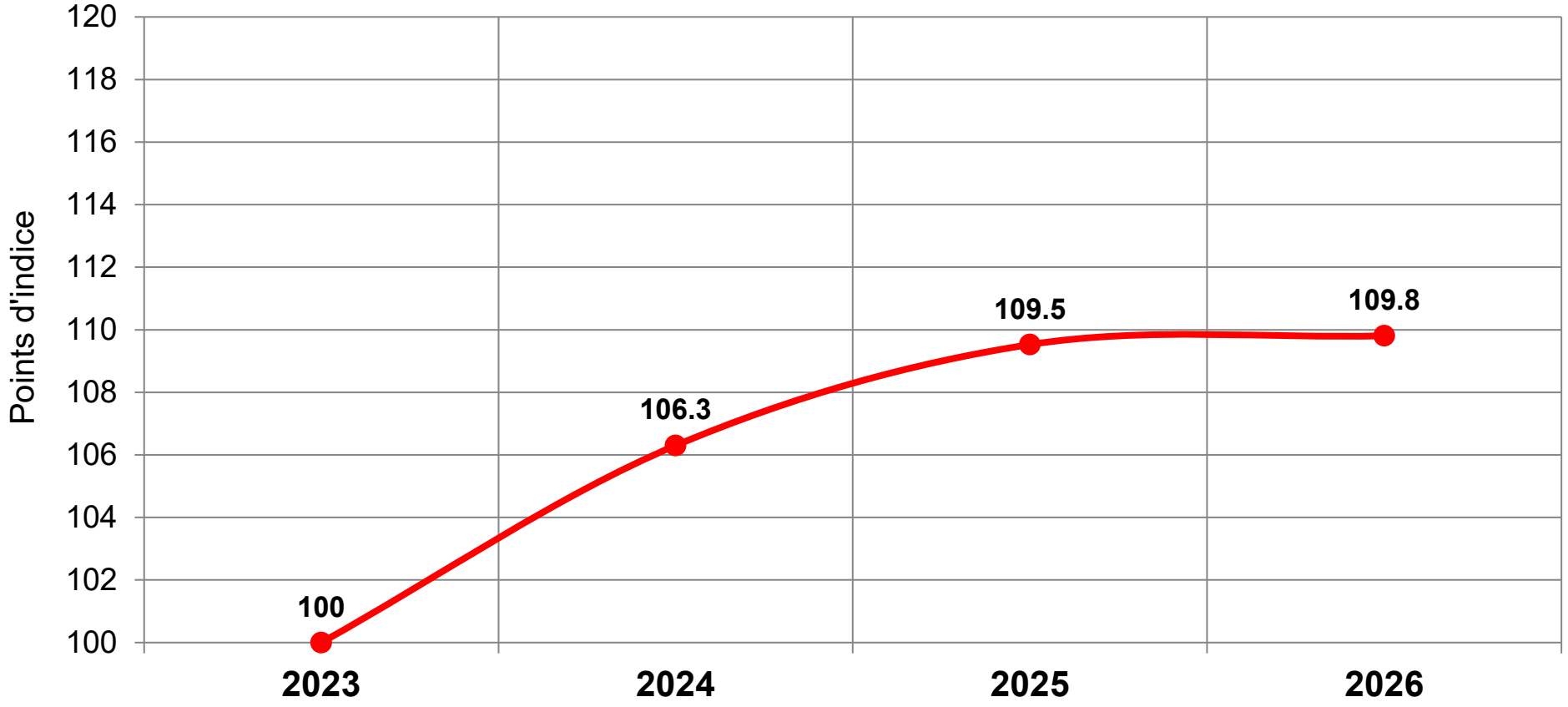
INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / OOH

BASE: 15 – 90 ANS



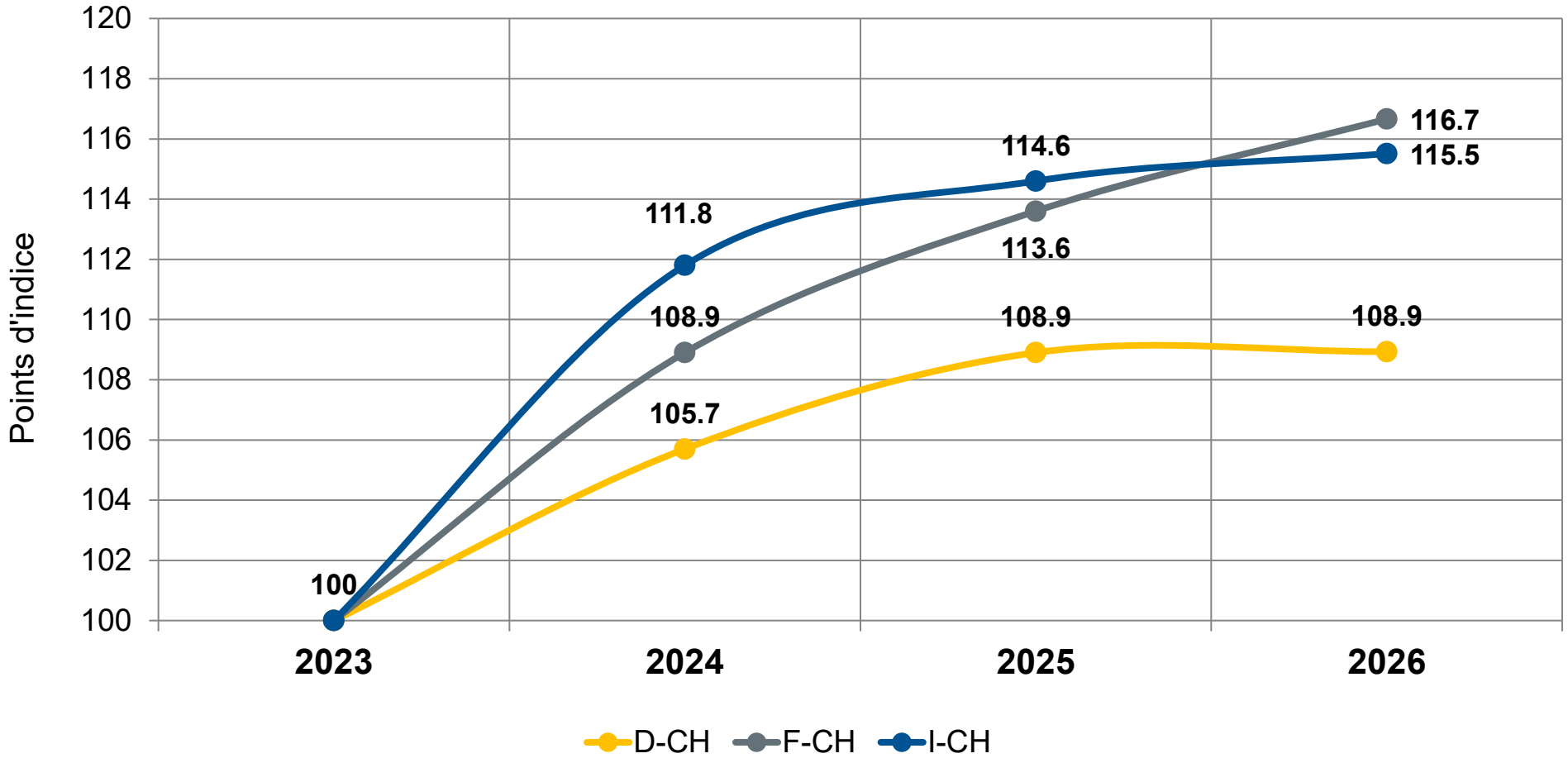
INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / OOH

BASE: 15 – 74 ANS



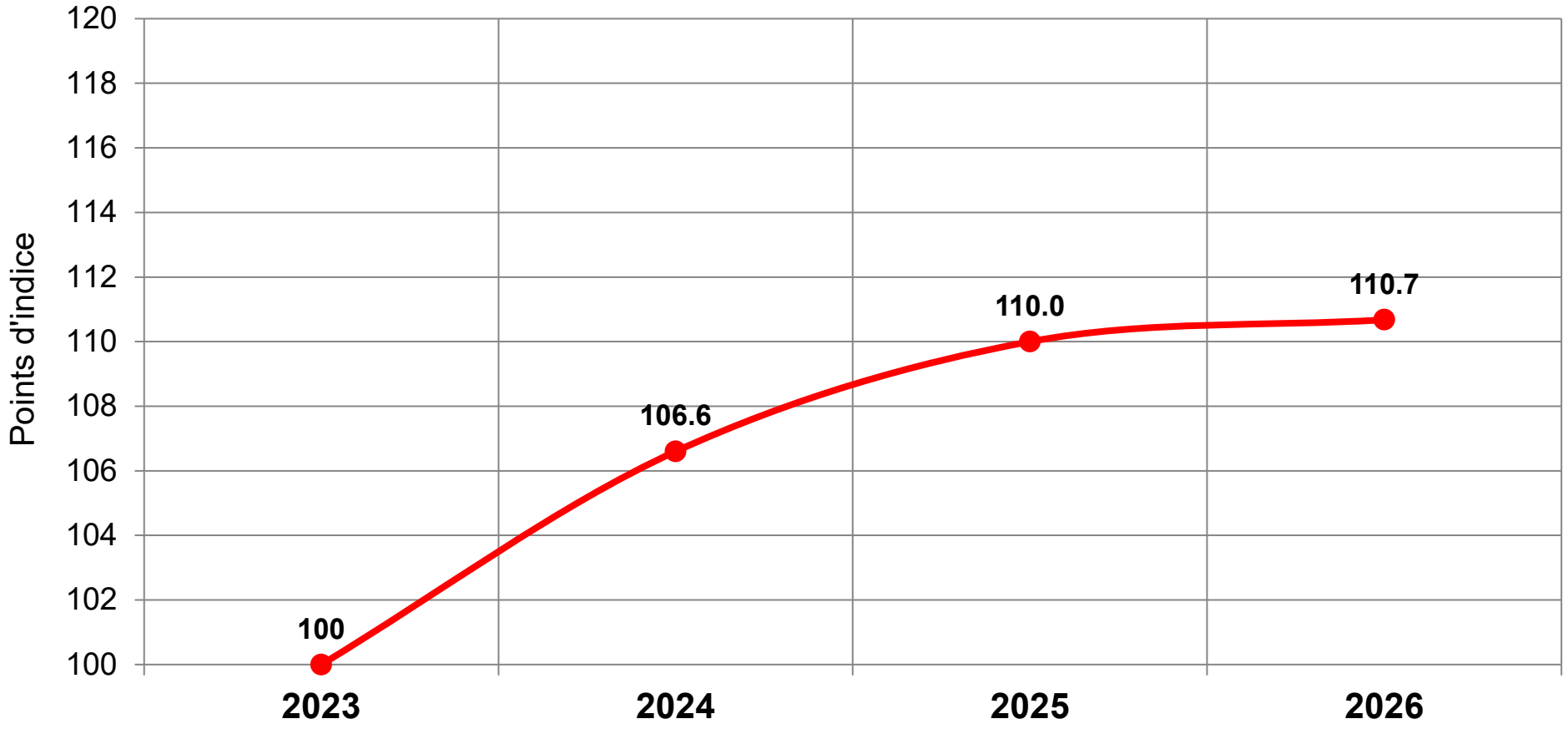
INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / OOH

BASE: 15 – 74 ANS



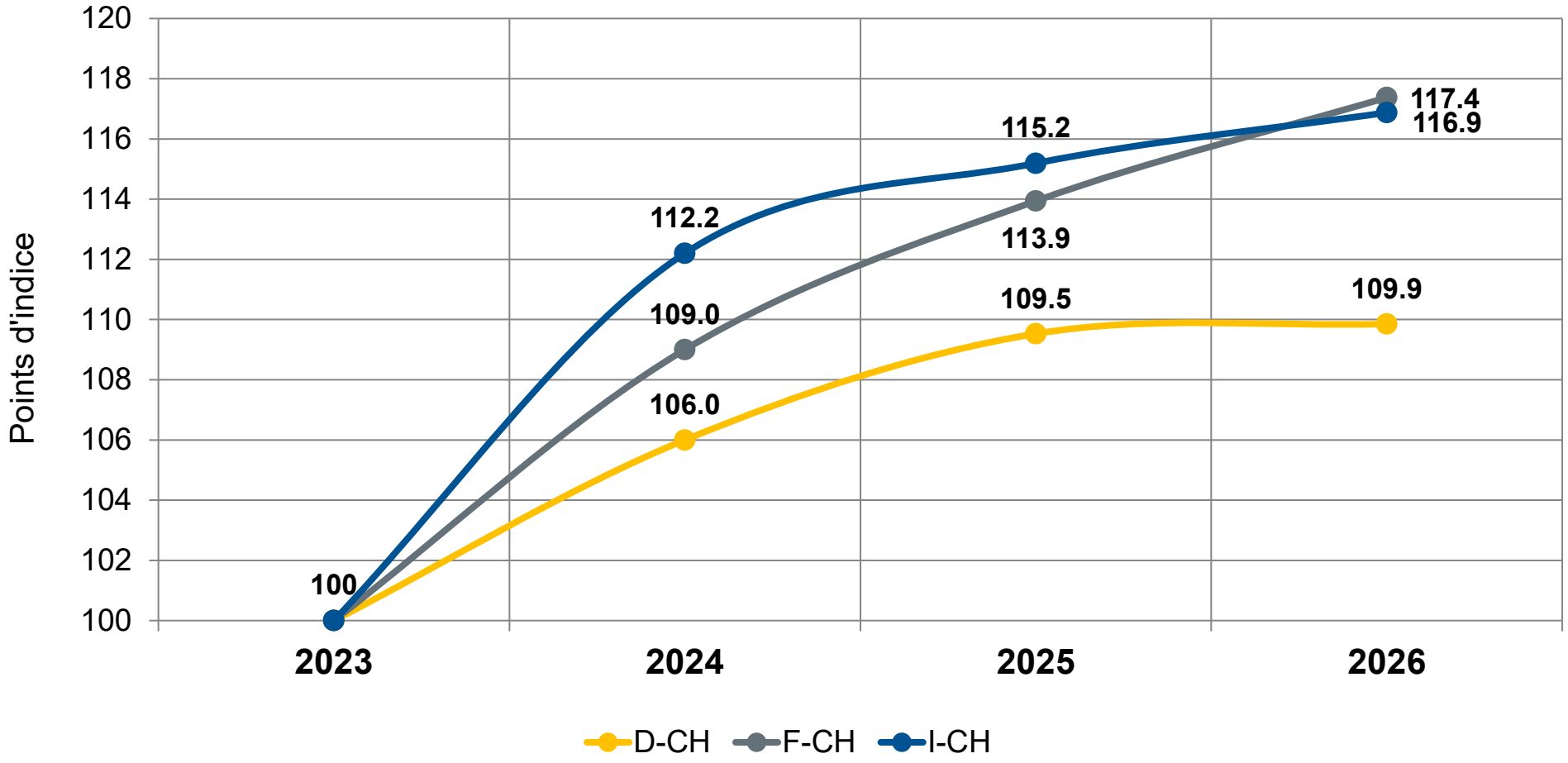
INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / OOH

BASE: 15 – 59 ANS



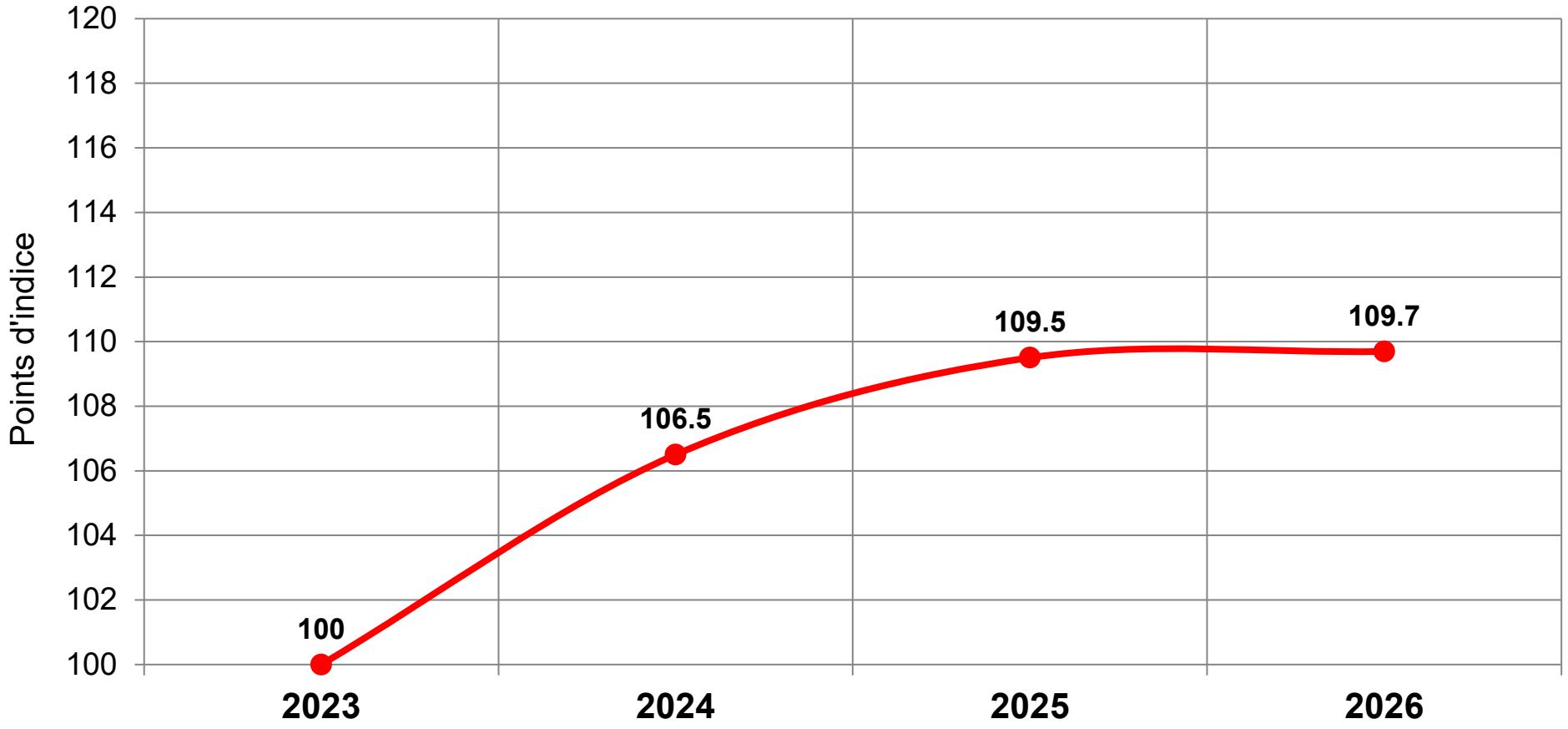
INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / OOH

BASE: 15 – 59 ANS



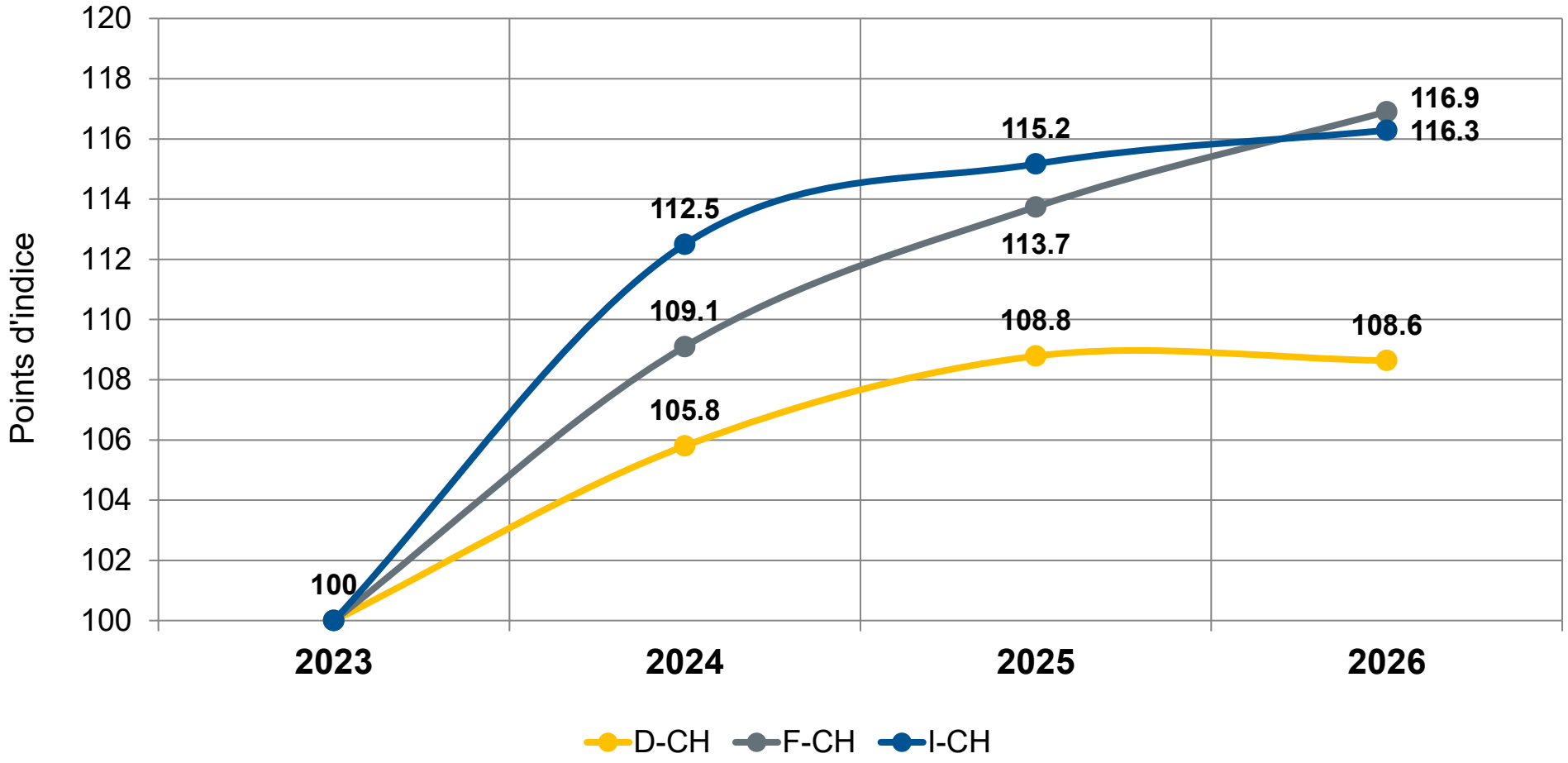
INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / OOH

BASE: 15 – 49 ANS

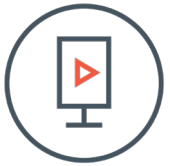


INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / OOH

BASE: 15 – 49 ANS



INDICE PRIX/PERFORMANCES DOOH / MÉTHODE



Médias	Tous les types de surfaces aux formats D40/D80 dans toute la Suisse de APG|SGA, Goldbach Neo, Screen7
Méthode	Campagnes tirées au hasard et moyennées, par analogie avec le calcul SPR+ de MACH Strategy & Consumer pour REMP (systématique SPR+ Expert Studio) Parmi toutes les surfaces de la zone considérée, avec une occupation spot/loop de 60/60, 50 campagnes sont tirées au hasard et moyennées afin d'obtenir le nombre moyen de surfaces permettant d'atteindre une couverture de 92% pour la classe de contact (KK) 1 pendant 14 jours. Pour ce nombre de surfaces, la couverture est ensuite calculée avec KK5 et les durées réelles de spot/loop selon les données de base, ainsi qu'avec les prix pour 2 semaines pendant les heures d'exploitation selon les données de base. Contacts bruts et coûts bruts moins 5% BK pour le calcul du CPM (coûts/contacts*1'000=CPM)
Frais	Prix bruts des surfaces tirées, moins 5% BK
Performance	Valeurs de performance selon SPR+/prix actuels de l'année concernée / contacts en TSD pour le CPM
Cible	Total 15-49/15-59/15-74/15-90+
Univers	CH, D-CH, F-CH, I-CH
Évaluation	2026: SPR+ update 22.6.2026 (surfaces et prix)

INDICE PRIX/PERFORMANCES DOOH / REMARQUES

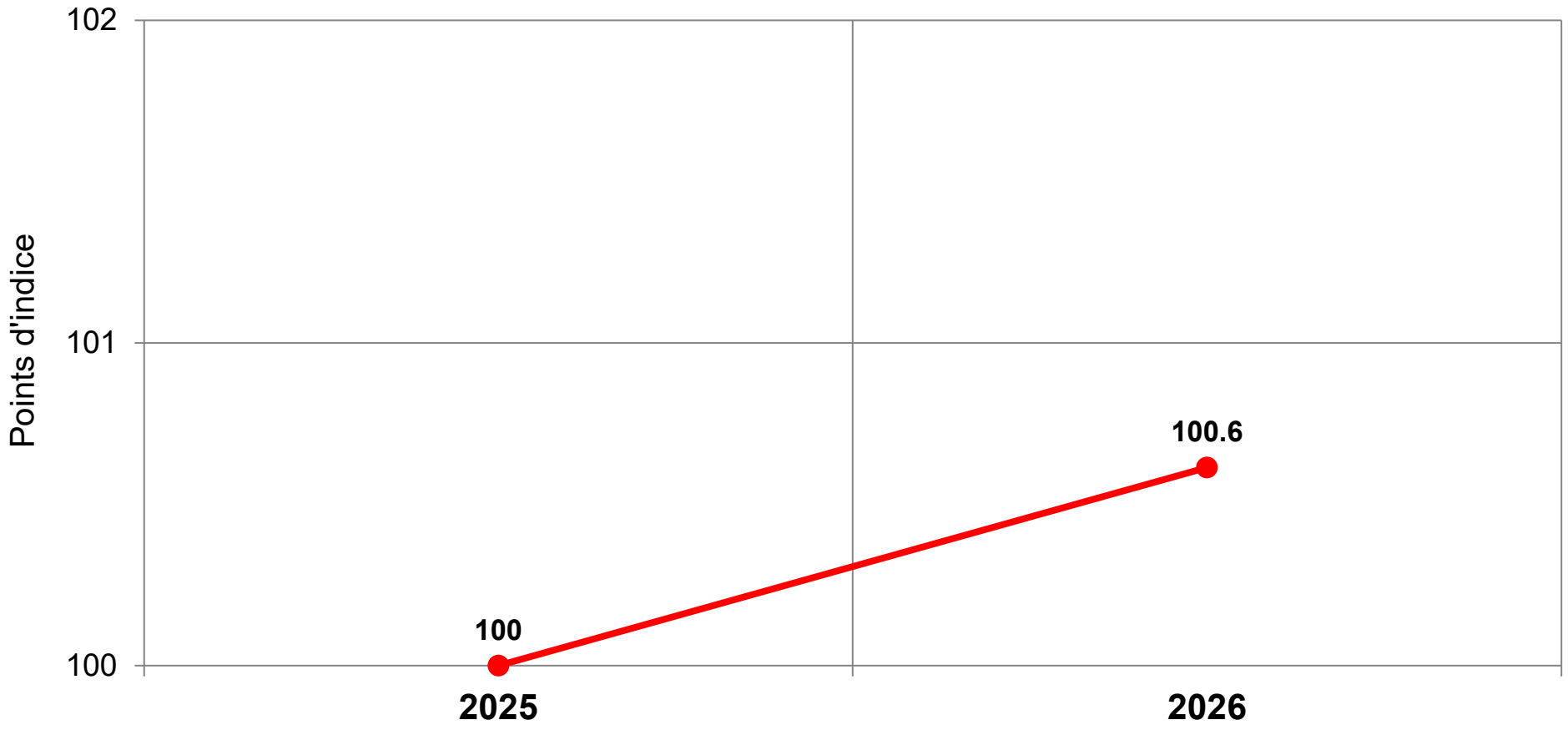
Relevé MPLI DOOH lancé avec l'année de base 2025

Nouveauté: depuis 2025, les données nécessaires au calcul du MPLI DOOH sont également disponibles. La méthode de calcul correspond à celle du MPLI OOH pour les mêmes zones et cibles. Pour le MPLI DOOH, les contacts des écrans déterminés par analogie avec REMP RUS sont calculés par zone et par cible, sur la base des durées de spot/loop enregistrées, pour 2 semaines pendant les heures d'exploitation.

Les valeurs de l'année 2026 permettent pour la première fois de documenter une évolution.

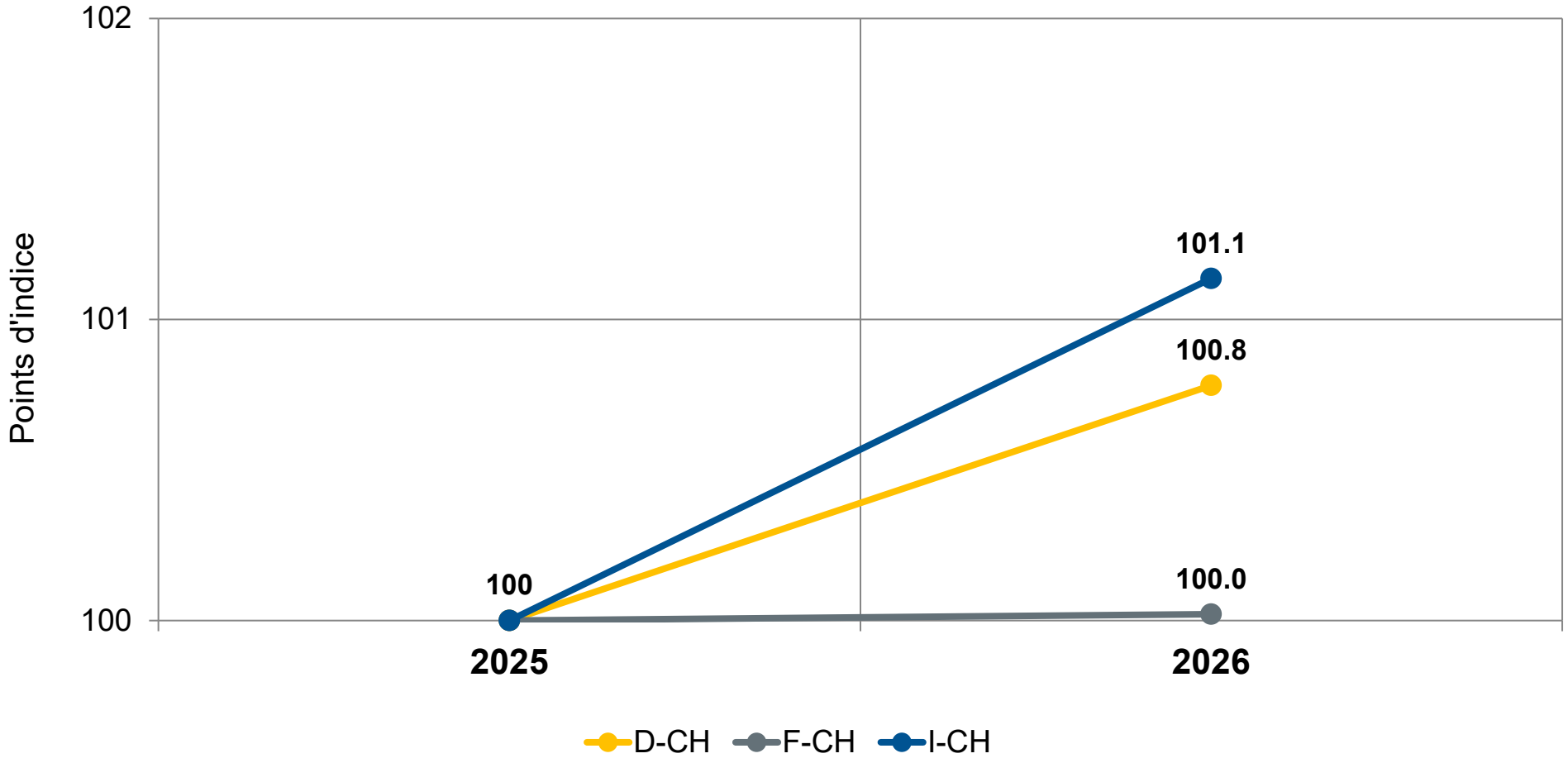
INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / DOOH

BASE: 15 – 90 ANS



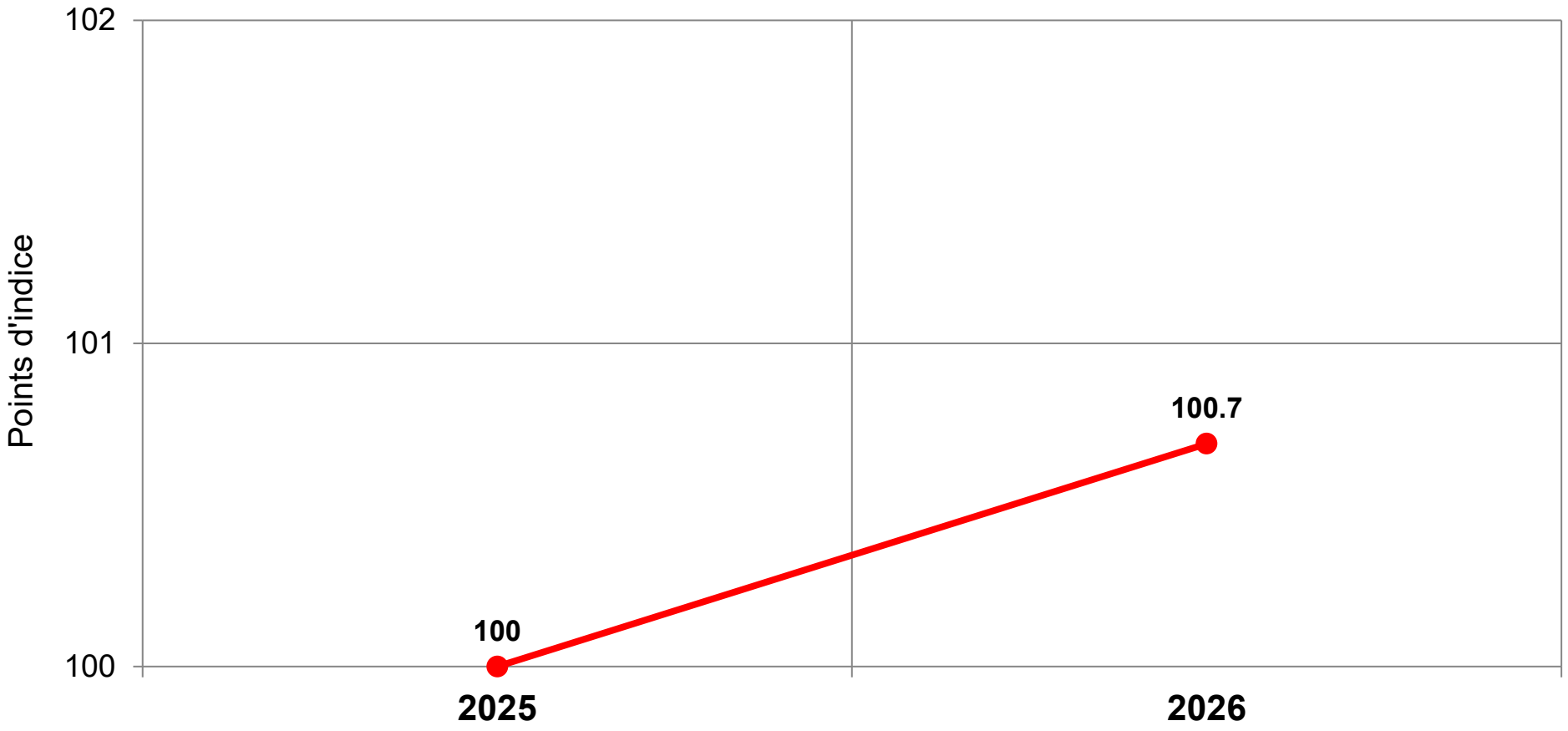
INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / DOOH

BASE: 15 – 90 ANS



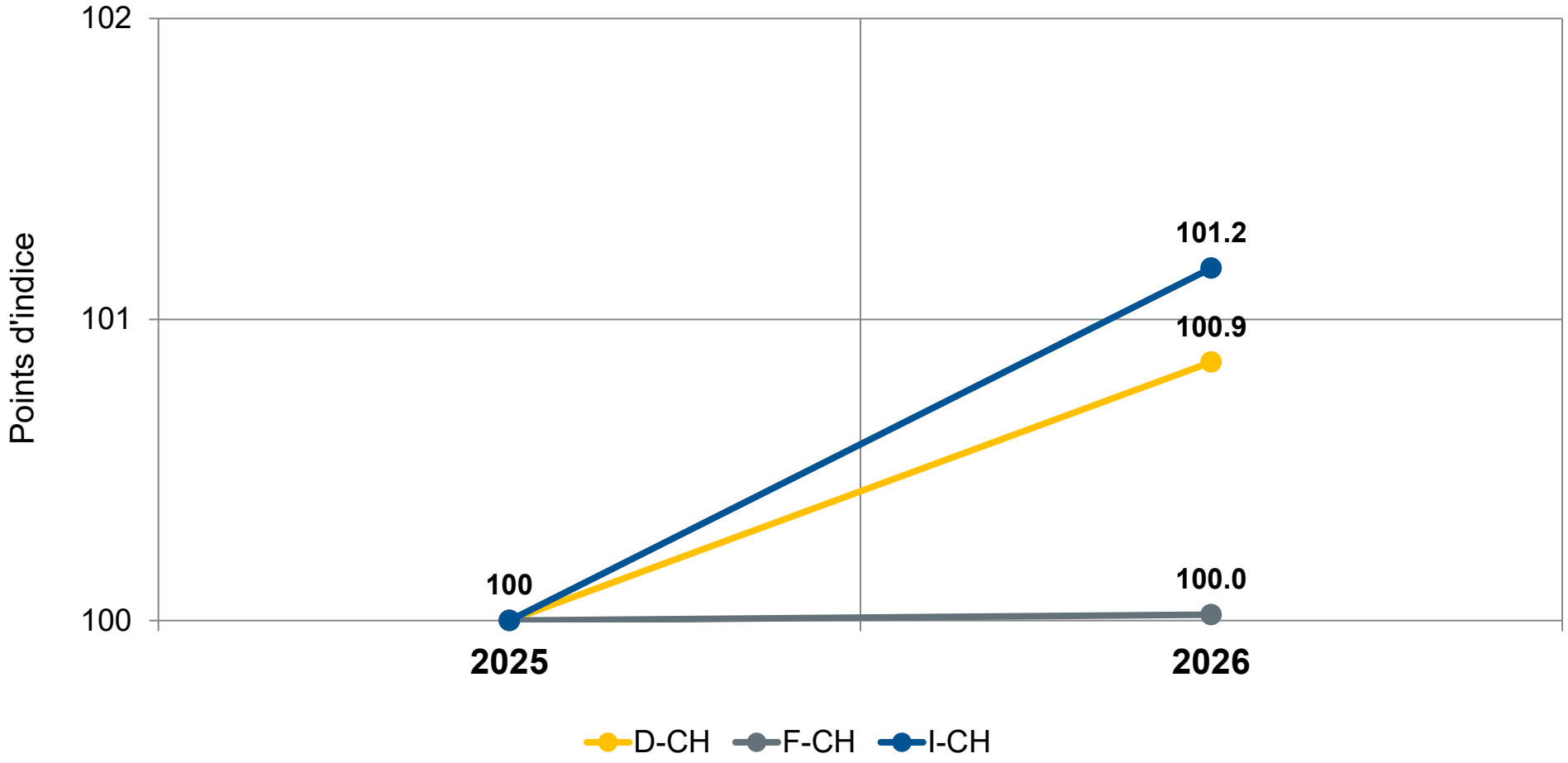
INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / DOOH

BASE: 15 – 74 ANS



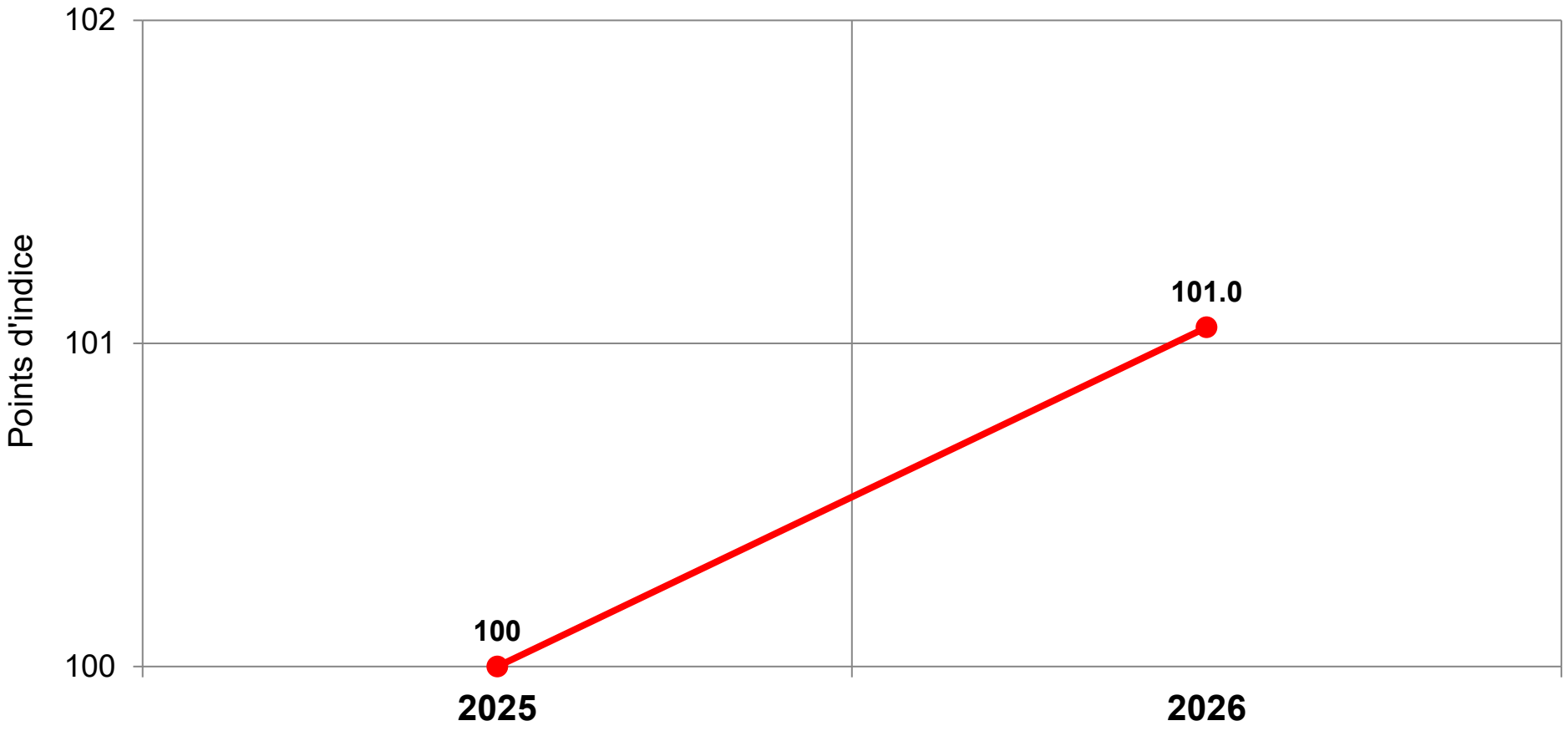
INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / DOOH

BASE: 15 – 74 ANS



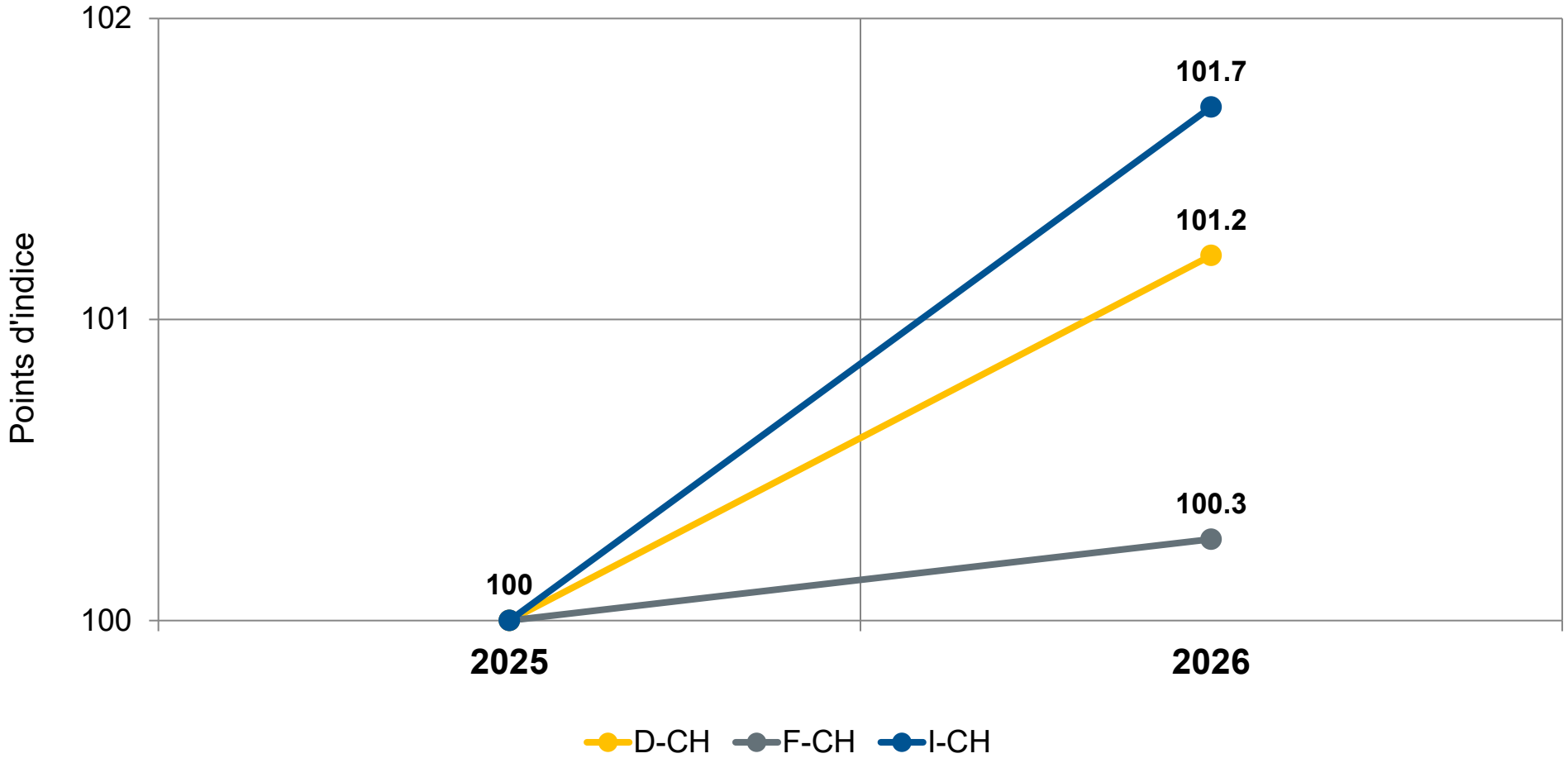
INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / DOOH

BASE: 15 – 59 ANS



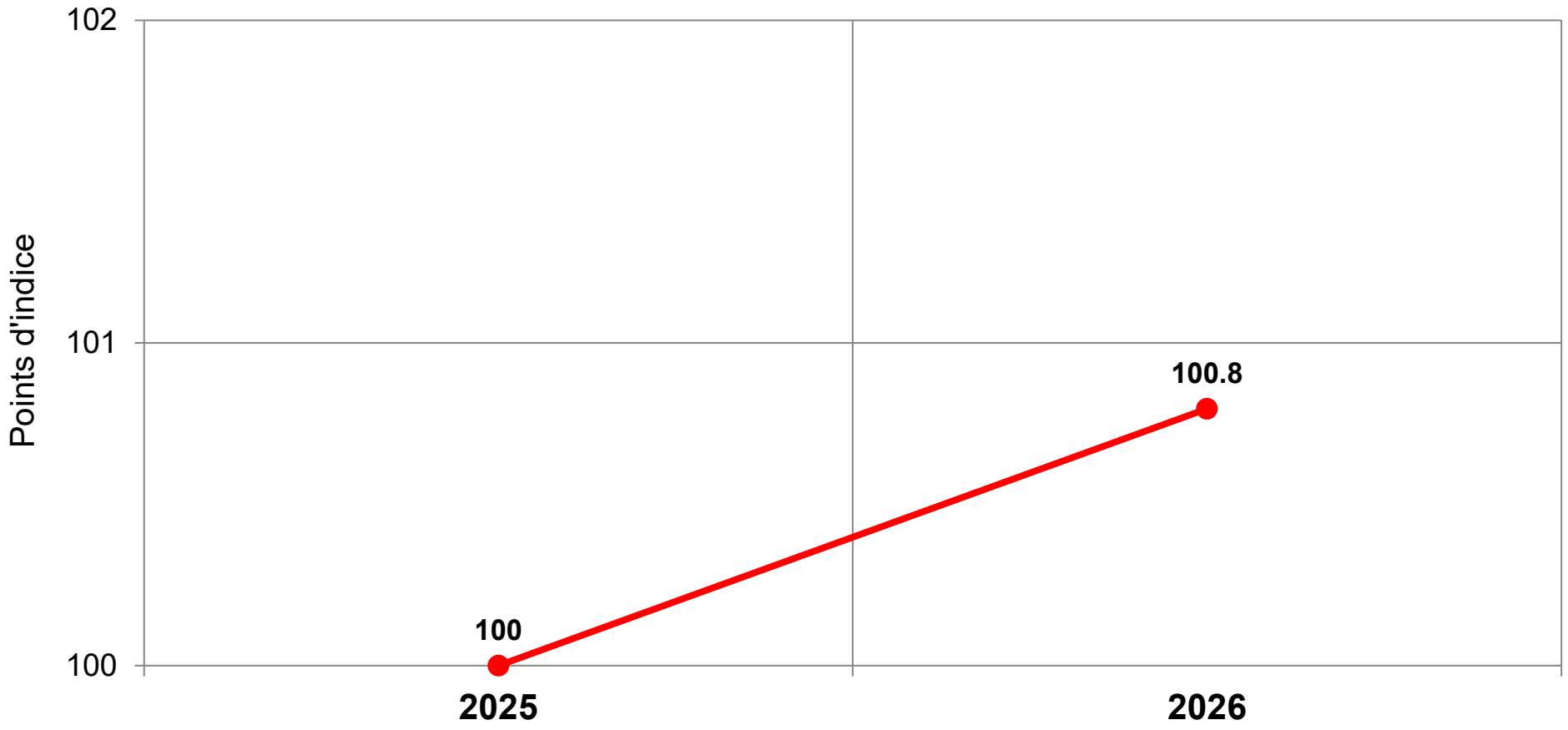
INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / DOOH

BASE: 15 – 59 ANS



INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / DOOH

BASE: 15 – 49 ANS



INDICE PRIX/PERFORMANCES CPM / DOOH

BASE: 15 – 49 ANS

