

Ringier

Ritratto

Ringier è un gruppo industriale di media e intrattenimento con sede a Zofingen. Questa **azienda a conduzione familiare** realizza quasi l'80% del fatturato in Svizzera, il resto soprattutto nell'Europa dell'est e in piccola parte in Asia e Africa. In Svizzera, Ringier è editrice di due **quotidiani**, un **giornale della domenica**, una testata finanziaria e un portale finanziario, oltre a curare tre **programmi radio** regionali. Ogni marchio possiede la sua rispettiva versione **online**. Nel 2020, è stato lanciato il **canale televisivo digitale** «Blick TV». Nel 2016, in Svizzera, le **riviste** Axel Springer sono state riunite nel portafoglio di Ringier nell'ambito di una joint venture 50/50.

Nella forte **attività digitale**, il punto chiave sono i marketplace e altre attività di e-commerce. La **commercializzazione** avviene nell'affiliata **Admeira**, che appartiene al 100% a Ringier dal 2020.

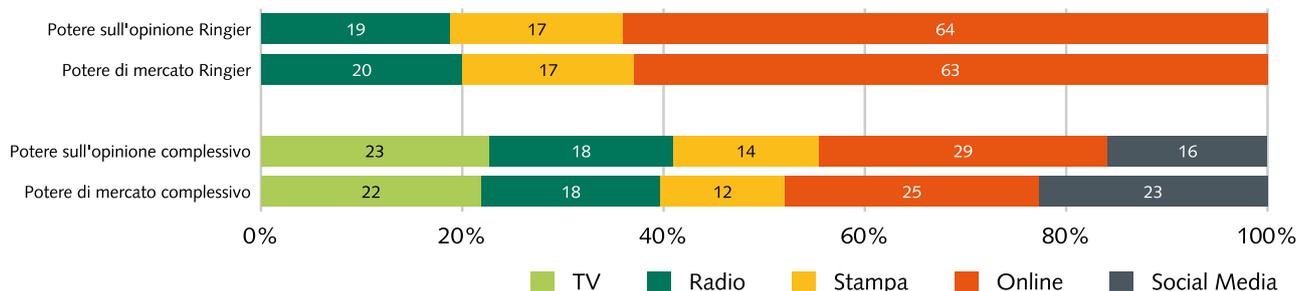
Informazioni di base



Sede aziendale:	Zofingen
Nome nel registro di commercio:	Ringier AG
Azionariato:	Proprietà familiare
Fatturato 2022 (mio. CHF):	932.6 (-3.4% dal 2021)
Utile 2022 (mio. CHF):	104.9 (-15.2%)
Collaboratori 2022:	6'486 (+1.8%)
Struttura del guadagno:	<ul style="list-style-type: none"> > 56% da ricavi digitali > 19% da ricavi di vendita > 10% da ricavi di annunci > 8% dal settore della stampa > 7% altri ricavi
Campione analizzato:	7 media brand

Fig. 1: Potere sull'opinione e potere di mercato – punti centrali dell'attività editoriale di Ringier

Quote dei tipi di media o canali di diffusione del potere sull'opinione e del potere di mercato globale nazionale del gruppo industriale



Publicom 2023

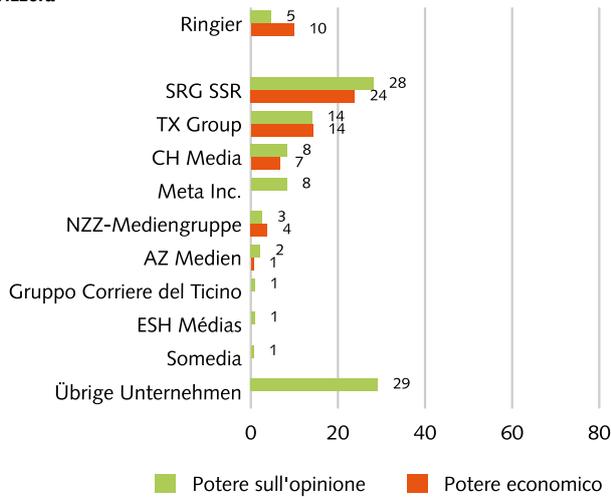
- > Primo **punto chiave** è l'**online** con il **64%** di potenziale di potere sull'opinione e il **63%** del potere di mercato complessivo di Ringier
- > La seconda colonna portante svizzera è la **radio**, che raggiunge il **19%** di potenziale di potere sull'opinione e il **20%** di potere di mercato del gruppo industriale
- > La **stampa** con il **17%** di potenziale di potere sull'opinione di Ringier e **17%** di potere di mercato
- > **Aumento del potere sull'opinione** del online (+4), calo per la stampa (-2) e per la radio (-2) dal 2021
- > **Mercato dell'opinione svizzero** complessivo: online (29%) davanti a TV (23%), radio (18%), social media (16%) e stampa (14%)
- > Non ci sono dati sulle attività televisive di Ringier a causa della mancanza di dati di portata.

MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

Fig. 2: Potere sull'opinione, economico e di mercato nonché brand performance – Ringier a confronto con la concorrenza

Quote di gruppi industriali del potere sull'opinione, di mercato ed economico globale nazionale; valori medi per brand performance (indice da 0 a 100)

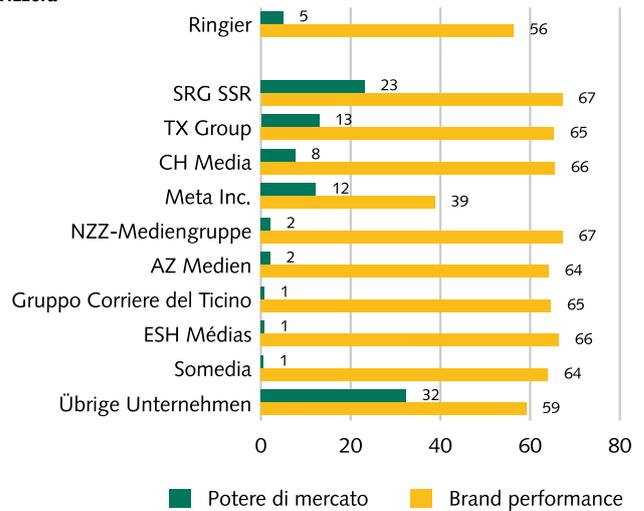
Svizzera



Publicom 2023

- > A livello nazionale, **Ringier** ottiene il **quinto maggiore potenziale di potere sull'opinione** (5%) e il **terzo più forte potere economico** (10%) fra tutti i gruppi industriali
- > Il **potere sull'opinione** di Ringier è chiaramente inferiore a quello di SRG SSR, TX Group, CH Media e Meta, nettamente superiore a NZZ-Mediengruppe e AZ Medien

Svizzera



Publicom 2023

- > Ringier realizza ancora la **brand performance qualitativa più esigua** tra tutti i maggiori gruppi industriali svizzeri (valore medio di 62), collocandosi tuttavia chiaramente davanti a Meta
- > Ringier possiede il **quinto maggiore potere di mercato** nazionale, si posta (chiaramente) dietro a SRG SSR, TX Group, Meta e CH Media

Fig. 3: Potere sull'opinione regionale di Ringier

Quote di potere globale sull'opinione negli spazi mediatici del gruppo industriale



Publicom 2023

Potere sull'opinione molto elevato:

Ampio potere sull'opinione:

Medio potere sull'opinione:

Piccolo potere sull'opinione:

- > Basel #4 e Zürich/See #5: con il 8%
- > Bern #5: con il 7%
- > Deutsche Schweiz, Mittelland, ZH Nordwest e ZH Nordost #6: con il 6%
- > Hochalpen #5; St. Gallen, Zentralschweiz e Ganze Schweiz #6; Graubünden #7: con il 5%
- > Zentralschweiz e St. Gallen: #6; Graubünden #7: con il 5%
- > Vaud/Fribourg/Valais e Arc Jurassien #6: con il 1%

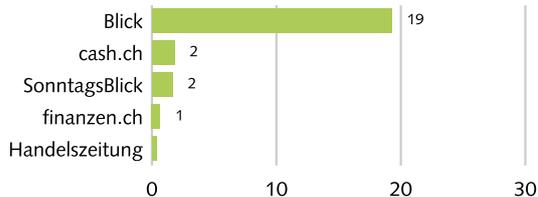
Non presente nella Svizzera francese (spazi mediatici Genève, Vaud/Fribourg/Valais, Arc Jurassien) e nella Svizzera italiana (Ticino)

MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

Fig. 4: Potere sull'opinione di Ringier: i media brand di maggiore forza in regioni selezionate

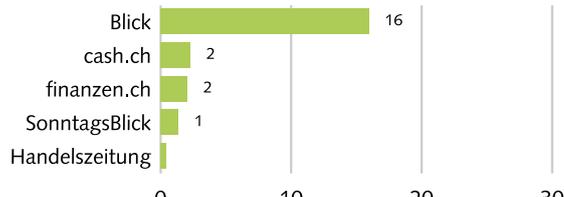
Potere sull'opinione dei media brand negli spazi mediatici locali-regionali e nella Svizzera tedesca (valori dell'indice da 0 a 100)

Hochalpen



Potere sull'opinione

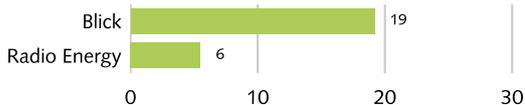
ZH Nordost



Potere sull'opinione

Publicom 2023

Basel

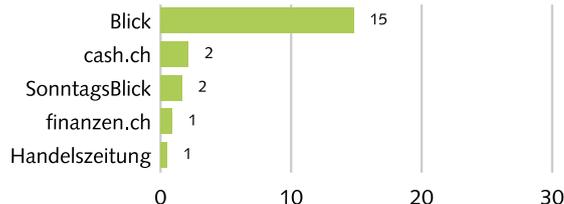


Potere sull'opinione

Publicom 2023

Publicom 2023

Bern



Potere sull'opinione

Publicom 2023

- > **Blick** è chiaramente il marchio più forte di Ringier in quanto a potere sull'opinione; il tabloid è al 8° posto in Svizzera e al 8° posto nella Svizzera tedesca e ottiene in entrambe il **secondo maggiore potere sull'opinione tra tutti i marchi di stampa** (chiaramente dietro a 20 Minuten)
- > **Blick** molto forte in Hochalpen (#8) con un potere d'opinione di 19 punti; bene anche in Mittelland (19); Zentralschweiz e St. Gallen (16 ciascuno); Graubünden, Bern e ZH Nordwest (15 ciascuno); Basel e Zürich/See (14 ciascuno)

- > **Radio Energy** è al 2° posto di Ringier (a livello nazionale al 25° e nella Svizzera tedesca al 18° posto)
- > Segue **cash.ch** (a livello nazionale al 60° e nella Svizzera tedesca al 45° posto)

Cambiamenti importanti

- > Nella primavera del 2023, il Blick renderà a pagamento parte dei suoi contenuti sul portale online "**blick.ch**". (04.10.2022)
- > Energy lancia uno studio radiofonico nel Metaverso. (26.08.2022)
- > La "**Handelszeitung**" lancia una nuova app e rinnova quella su carta elettronica. (24.08.2022)
- > Il Gruppo Blick lancia un'app chiamata "**Blick I fr**" per accompagnare il proprio portale di notizie nella Svizzera francese. (25.01.2022)

MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

Osservazioni metodologiche

Monitoraggio media Svizzera studia l'influsso di un totale di **176 media brand** di TV, radio, stampa, online e social media (con aggiornamenti almeno settimanali, senza annunci settimanali gratuiti) sulla **formazione dell'opinione** nella popolazione svizzera.

Il **potere sull'opinione** è costituito da due grandi elementi d'influenza: in primo luogo **la brand performance qualitativa** (valutazione dei media brand da parte dei loro utenti, rilevata dal sondaggio condotto tra la popolazione) e in secondo luogo il **potere di mercato quantitativo**, risp. la performance di contatto quotidiana dei media brand, (basata su analisi secondarie degli studi svizzeri sulla valuta di WEMF e Mediapulse per la stampa, la radio e la TV, nonché sulle nostre proiezioni per i media online e i social media).

- > I riscontri inerenti il **tipo** indicano la somma delle performance di contatto quotidiane per ogni canale di diffusione, di cui si avvalgono i media brand del gruppo industriale (fig. 1). I riscontri inerenti il gruppo industriale indicano la performance di contatto complessiva (=tutti i canali di diffusione) di tutti i marchi dell'azienda (fig. 2 e 3). La somma di contatti rilevata viene presentata come **quota** percentuale dell'universo di contatti lordo, che corrisponde alla somma delle performance di contatto di tutti i media brand di un gruppo industriale (fig. 1) ovvero di una regione (fig. 2 e 3).
- > I **valori di indice a livello di brand** (fig. 4) indicano la somma delle performance di contatto quotidiane di un media brand, presentata come parte dell'universo netto (=popolazione) nel settore e/o nel segmento di popolazione pertinenti. Per il calcolo dell'indice del potere sull'opinione, viene ponderato l'indice del potere di mercato con l'indice della brand performance e normalizzato nell'intervallo dell'indice (da 0 a 100).
- > La cifra del **potere economico** indica fatturati nazionali rettificati dei gruppi industriali (se presenti) come quote del mercato complessivo svizzero.

Monitoraggio media Svizzera è uno studio svolto da Publicom AG su incarico dell'Ufficio federale delle comunicazioni (UFCOM).

Per maggiori informazioni e per conoscere la metodologia utilizzata consultare il sito www.monitoraggio-media-svizzera.ch