

Somedia

Ritratto

Somedia, con sede a Coira, è un'impresa mediatica regionale leader nei cantoni **Grigioni** e Glarona e nella parte meridionale del canton San Gallo.

L'azienda a conduzione familiare dell'editore Hanspeter Lebrument è editrice di **quotidiani** e **settimanali** stampati e online e cura **un'emittente radio** e una **TV**. Somedia è editrice dell'unico quotidiano in lingua romancia. Insieme a SargansländerDruck AG e a Vaduzer Medienhaus, gestisce un centro di stampa nella città sangallese di Haag.

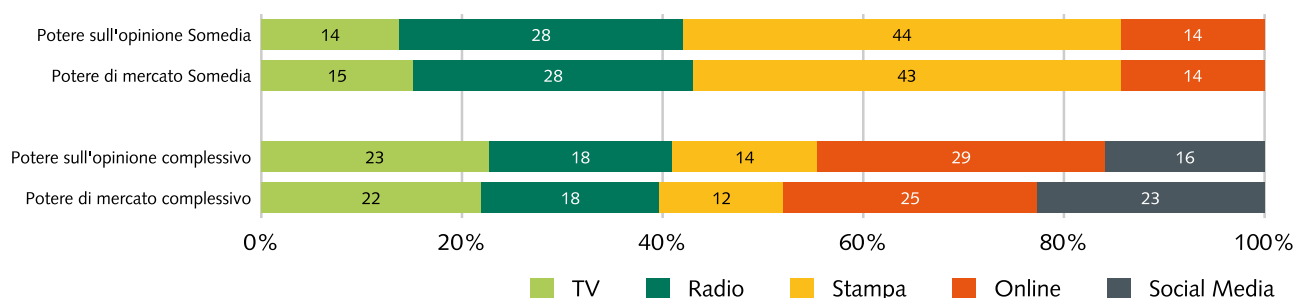
Informazioni di base

somedia

Sede aziendale:	Coira
Nome nel registro di commercio:	Somedia AG
Azionariato:	Proprietà familiare
Cifre d'affari:	Non disponibili
Campione analizzato:	5 media brand

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

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 la **stampa** con il **44%** di potenziale di potere sull'opinione e il **43%** del potere di mercato complessivo di Somedia
- > La seconda colonna portante è la **radio**, che ottiene il **28%** di potere sull'opinione e lo stesso di potere di mercato del gruppo industriale
- > La **TV** contribuisce con il **14%** di potere sull'opinione e il **15%** di potere di mercato di Somedia
- > L'**online** assicurasi rispettivamente il **14%** di potere sull'opinione e il **14%** di potere di mercato di Somedia
- > **Aumento del potere sull'opinione** della radio (+1) e stampa (+3), calo per online (-2) e per la TV (-1) dal 2021
- > **Mercato dell'opinione svizzero** complessivo: online (29%) davanti a TV (23%), radio (18%), social media (16%) e stampa (14%)

Fig. 2: Potere sull'opinione regionale di Samedia

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



Publicom 2022

Potere sull'opinione molto elevato:

Ampio potere sull'opinione:

Medio potere sull'opinione:

> Graubünden al 3° posto con il 12%

Piccolo potere sull'opinione:

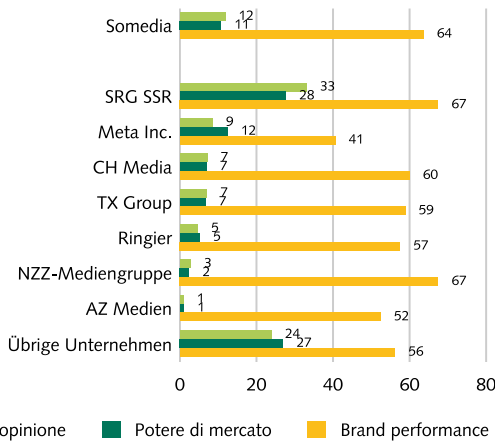
> Zürich/See al 9° posto con il 2%

Non presente nella Svizzera francese (spazi mediatici Genève, Vaud/Fribourg/Valais, Arc Jurasien), Svizzera italiana (Ticino) et nei seguenti spazi mediatici della Svizzera tedesca: Zentralschweiz, Zürich Nordost, Zürich Nordwest, Basel, Mittelland, Bern, Hochalpen e St. Gallen

Fig. 3: Samedia: confronto con la concorrenza / potere sull'opinione media brand

Valori medi per brand performance (indice da 0 a 100) / potere sull'opinione dei media brand Samedia nel Graubünden (valori dell'indice da 0 a 100)

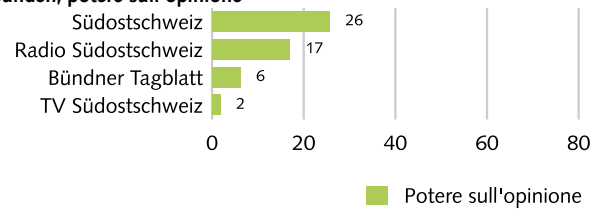
Graubünden



Publicom 2023

- > Nel **Graubünden**, Samedia è al **2° posto di potere sull'opinione** (12%) e al **3° di potere di mercato** (11%), chiaramente dietro a SRG SSR (33% di potere sull'opinione), ma nettamente davanti a Meta (9%) e TX Group (7%)
- > Samedia registra una **brand performance qualitativa mediana** (valore medio di 62), appena indietro a NZZ-Mediengruppe (67) e SRG SSR (67); davanti a CH Media (60) TX Group (59), Ringier (57) e AZ Medien (52)

Graubünden, potere sull'opinione



Publicom 2023

- > Il quotidiano **Südostschweiz** è il marchio più forte di potere sull'opinione di Samedia; complessivamente al 2° posto nel **Graubünden**, dietro a SRF 1
- > **Radio Südostschweiz** è il secondo più forte marchio di Samedia nello spazio mediatico Graubünden, collocandosi all'9° posto
- > Più indietro sono **Bündner Tagblatt** (#3 di Samedia e al 25° posto nel Graubünden) e soprattutto **TV Südostschweiz** (#4 di Samedia e al 38° posto nel Graubünden)

Cambiamenti importanti

- > L'assemblea generale dell'Associazione degli editori dei media svizzeri (VSM) ha eletto Andrea Masüger, membro del consiglio di amministrazione di So-media Press AG e pubblicitista dal 2018, come presidente dell'associazione. Sostituisce Pietro Supino (TX Group). (13.09.2022)
- > Samedia vende il quotidiano gratuito di Rapperswil "Obersee Nachrichten" a Fridolin-Medien il 1° agosto 2022. Anche il giornale gratuito "Glarner Woche" sarà soppresso. (25.05.2022)

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