

## TX Group

### Ritratto

TX Group è l'impresa mediatica **con la seconda maggiore attività in Svizzera** dopo SRG SSR. Opera nell'editoria, più esattamente nelle aree **stampa e online**, è editrice di **quotidiani** regionali per la Svizzera tedesca e francese e di un giornale della domenica nonché di 20 minuti, il **giornale gratuito per pendolari** in tre regioni linguistiche. Ogni giornale possiede la rispettiva versione online. A Zurigo e Losanna si trova anche una redazione centrale responsabile per i contenuti transregionali dei giornali quotidiani venduti.

Dal 2020, il gruppo è composto da quattro aziende: «TX Markets» (segmento marketplace), «Goldbach» (commercializzazione di contenuti pubblicitari), «20 Minuten» (media per pendolari) e «Tamedia» (media a pagamento). Nel **digitale**, l'attività è incentrata sui marketplace e su altri mercati di annunci. L'azienda opera anche nella **commercializzazione** di pubblicità TV, radio, online ed esterna.

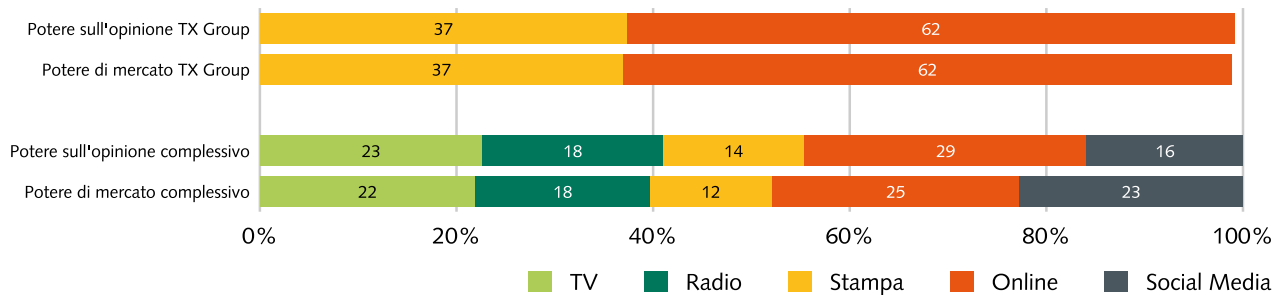
### Informazioni di base



Sede aziendale:	Zurigo
Nome nel registro di commercio:	TX Group AG
Azionariato:	69% con patto parasociale in possesso della famiglia fondatrice Coninx 31% distribuito (quotazione in borsa al SIX)
Fatturato 2022 (mio. CHF):	957,4 (+2,2% dal 2021)
Utile 2022 (mio. CHF):	832,7 (+780.2%)
Collaboratori 2022:	3627 posti di lavoro a tempo pieno (-0.1%)
Struttura del guadagno:	> 48.2% Tamedia > 16.2% Goldbach > 15.1% TX Markets > 1211.7 20 Minuten > 8.8% Group & Ventures
Campione analizzato:	19 media brand

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

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



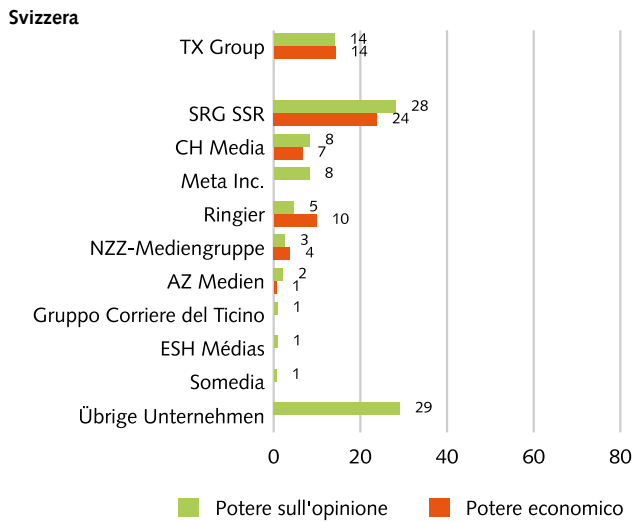
Publicom 2023

- > **Due punti centrali:** la **stampa** è responsabile per il **37%** del potenziale di potere sull'opinione e di potere di mercato di TX Group, l'**online** per rispettivamente il **62%**, la radio (non mostrato graficamente) con l'1% arrotondato. di potere sull'opinione e di potere di mercato; nessuna attività pubblicitaria in TV e radio
- > **Aumento del potere sull'opinione** dell'online (+1), calo per la stampa (-1) dal 2021
- > **Mercato dell'opinione svizzero** complessivo: online (29%) davanti a TV (23%), radio (18%), social media (16%) e stampa (14%)

# MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

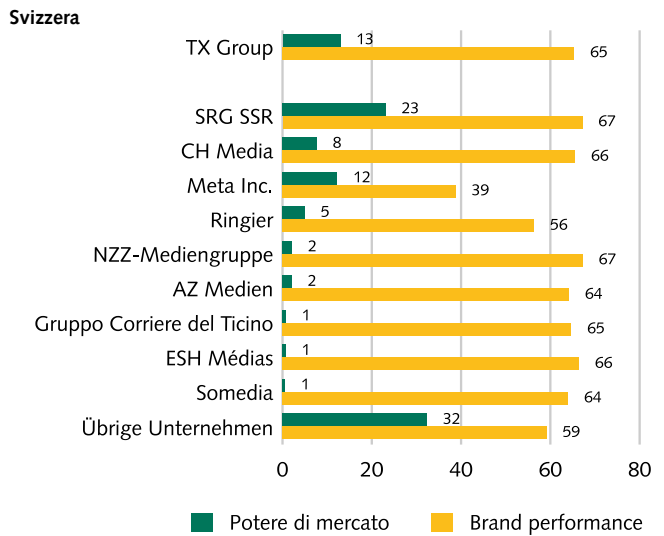
**Fig. 2: Potere sull'opinione, economico e di mercato nonché brand performance – TX Group a confronto con la concorrenza**

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



Publicom 2023

- > TX Group occupa un saldo **2° posto** nel **potere sull'opinione** nazionale (14%), nettamente dietro a SRG SSR e davanti a CH Media
- > TX Group è anche al **2° posto** nel **potere economico** (14%) dei gruppi industriali svizzeri; chiaramente indietro a SRG SSR e davanti a Ringier



Publicom 2023

- > Con una **media di brand performance** pari a 65 (#5), TX Group si posiziona nella fascia **intermedia** di tutti i gruppi svizzeri. Appena dietro CH Media e davanti di Gruppo Corriere del Ticino
- > Dietro a SRG SSR e davanti a Meta, TX Group è il #2 di **potere di mercato nazionale**, CH Media, Ringier, NZZ Mediengruppe e AZ Medien sono nettamente distanziati

**Fig. 3: Potere sull'opinione regionale di TX Group**

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



Publicom 2023

**Potere sull'opinione molto elevato:**

**Ampio potere sull'opinione:**

- > Bern: #3 con il 21%
- > Genève e Zürich/See: #3 con il 20%

**Medio potere sull'opinione:**

- > Hochalpen: #3 con il 18%
- > Vaud/Fribourg/Valais e Französische Schweiz: #3 con il 16%
- > Zürich Nordwest: #3 con il 15%
- > ZH Nordost, Basel, Deutsche Schweiz e ganze Schweiz: #3 con il 14%
- Mittelland: #4 con il 12%

**Piccolo potere sull'opinione:**

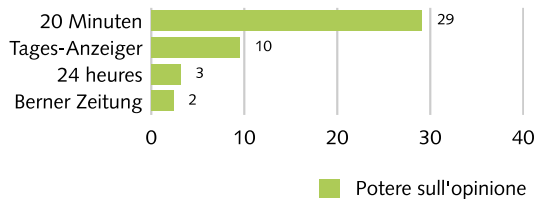
- > Arc Jurassien e St. Gallen: #4; Ticino: #5 con il 9%
- > Italianische Schweiz: #5 con il 8%
- > Graubünden: #6 con il 7%

# MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

**Fig. 4: Potere sull'opinione di TX Group: i media brand più forti in Svizzera e nelle regioni linguistiche**

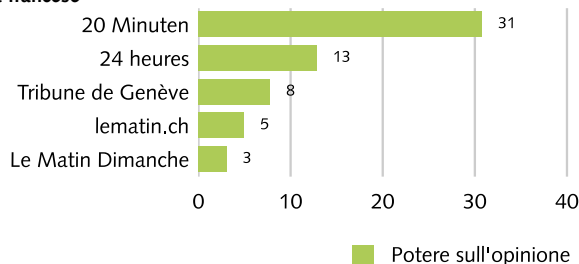
Potere sull'opinione dei media brand, nell'intera Svizzera e nelle regioni linguistiche (valori dell'indice a 0 a 100)

## Svizzera



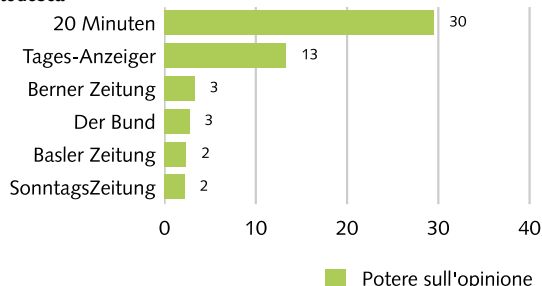
Publicom 2023

## Svizzera francese



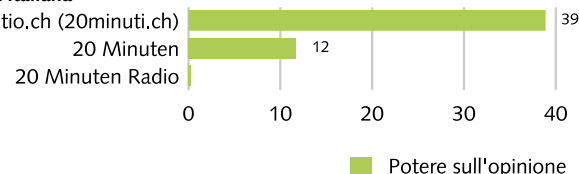
Publicom 2023

## Svizzera tedesca



Publicom 2023

## Svizzera italiana



Publicom 2023

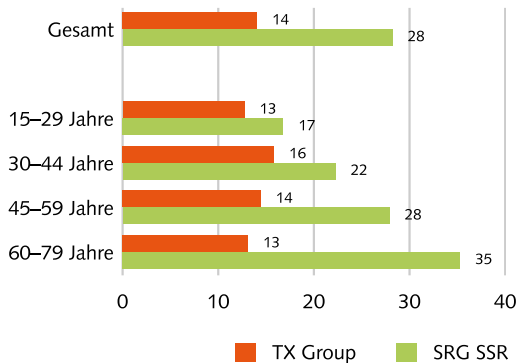
- > **20 Minuten**: il maggiore potere sull'opinione nazionale tra tutti i media brand (29 punti dell'indice), nettamente davanti a YouTube (22)
- > **20 Minuten** è il marchio TX Group più forte anche nella **Svizzera tedesca** (30) e in quella **francese** (31); è al 1° posto a livello delle regioni linguistiche avanti a SRF 1 (27 nella Svizzera tedesca) e al 2° posto dietro RTS 1 (33 nella Svizzera francese)
- > Nella **Svizzera italiana 20 minuti** si posiziona al 2° posto per TX Group (dietro al portale online del marchio non controllato maggioritariamente da TX Group), (solo) al 16° posto nella regione linguistica
- > **20 Minuten** maggior potere regionale sull'opinione negli spazi mediatici Mittelland (35), Genève e ZH Nordwest (rispettivamente 32), St. Gallen (31), Bern (30) e Basel (29)
- > **Tages-Anzeiger** nel 2° posto di TX Group (a livello nazionale al 12° tra tutti i media brand e all'11° posto nella Svizzera tedesca); su scala regionale particolarmente forte nello spazio mediatico **Zürich/See** (al 1° posto con 35 punti)
- > **24 heures** è il terzo marchio più forte di TX Group (nella regione linguistica al 10° posto e a Vaud/Fribourg/Valais al 7° posto), seguito da **Berner Zeitung** (#4 TX Group, al 3° posto a Bern), **Der Bund** (#5, al 5° posto a Bern), **Tribune de Genève** (#6, al 3° a Genève), **Basler Zeitung** (#7, al 3° posto a Basel), **tio.ch** (#8, al 2° posto in Ticino), **SonntagsZeitung** (#10)

# MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

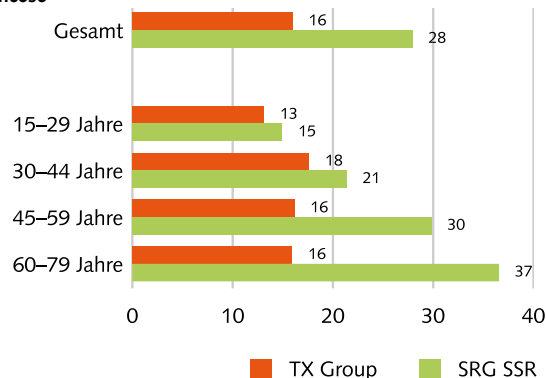
**Fig. 5: potere sull'opinione in base all'età: TX Group e SRG SSR a confronto**

Quote dei gruppi industriali del potere sull'opinione, su scala nazionale globale e per regioni linguistiche, per segmenti di età e nel complesso

## Svizzera

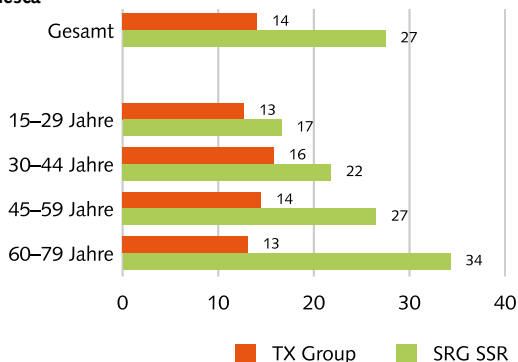


## Svizzera francese



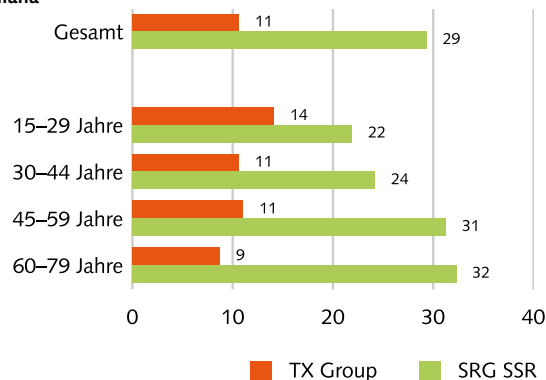
Publicom 2023

## Svizzera tedesca



Publicom 2023

## Svizzera italiana



Publicom 2023

Publicom 2023

- > TX Group, come nell'anno precedente non ha una divergenza tra le età rispetto alla SRG SSR. Aumento dei **punti di forza nei segmenti di mezza età**
- > **SRG SSR** è in testa in tutti i segmenti di età
- > TX Group soprattutto più forte nella **Svizzera francese**, chiaramente più debole nella Svizzera italiana
- > SRG SSR **perde quote di potere sull'opinione** in tutte le regioni linguistiche rispetto all'anno precedente. La quota del Gruppo TX è diminuita solo tra il segmento di età più giovane

- > **A partire dai 30 anni SRG SSR** con potere sull'opinione nettamente superiore (soprattutto per i primi e secondi programmi radio/TV) e vantaggio su TX Group in continua crescita
- > **SRG SSR** è la più forte **nella Svizzera italiana**, con un potere sull'opinione relativamente equilibrato in tutti i segmenti di età

## Cambiamenti importanti

- > Il Gruppo TX, insieme alla propria filiale di marketing pubblicitario Goldbach Group, rileva la società di pubblicità esterna Clear Channel Schweiz a partire dal 31 marzo 2023 (22.12.2022)
- > Tamedia ha acquistato il 50% delle azioni della casa editrice G. Maurer ed è quindi proprietaria al 100% di Berner Oberland Medien (BOM), rilevando così i giornali regionali "Thuner Tagblatt" e "Berner Oberländer" (16.12.2022)
- > Tamedia amplia gli "Abbonamenti all'accesso", trasversali a tutte le lingue e a tutti i titoli. Ora gli utenti Premium hanno accesso anche a tutte le edizioni e-paper delle dodici testate. Dal novembre 2021, gli utenti hanno accesso illimitato a tutti i contenuti online di tutti e dodici i quotidiani. (19.07.2022)
- > La fusione di Scout24 e TX Markets per formare il gruppo SMG Swiss Marketplace prevede il taglio di 70 posti di lavoro su un totale di 638 dipendenti (13.06.2022)
- > La fusione di Scout24 e TX Markets per formare SMG Swiss Marketplace prevede la riduzione di 70 posti di lavoro su un totale di 638 dipendenti (13.06.2022)
- > TX Group vende le quote rimanenti di Moneypark a Helvetia, uscendo così dal settore dei broker ipotecari (02.03.2022)
- > L'offerta dell'app di streaming "Zappn", che riunisce in modo centralizzato i canali del gruppo Seven.One Entertainment, viene ora integrata con le notizie video di "20 Minuten NOW!". L'applicazione è disponibile per tutte le piattaforme mobili e le app TV più diffuse. (18.01.2022)

## 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](http://www.monitoraggio-media-svizzera.ch)