

Meta Platforms Inc.

Ritratto

Meta è un'azienda statunitense con sede a Menlo Park, California. L'azienda possiede i social network Facebook e Instagram, il servizio di messaggistica WhatsApp e Oculus VR, un produttore di hardware VR.

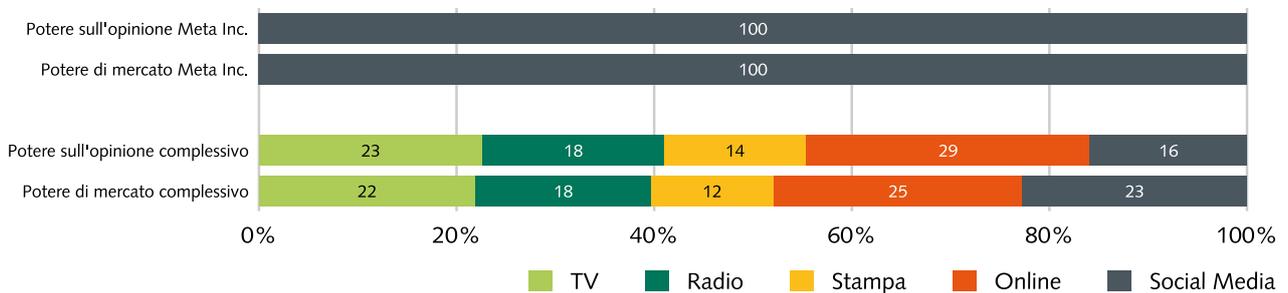
Informazioni di base



Meta Platforms Inc. non comunica le cifre d'affari relative alle sue attività in Svizzera.

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

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

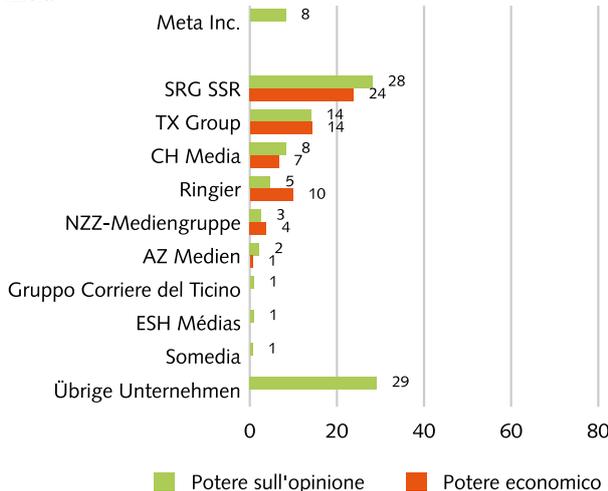
> Meta solo con attività nei **social media**

> **Potere dell'opinione svizzero complessivo:** online (29%) davanti a TV (23%), radio (18%), social media (16%) e stampa (14%)

Fig. 2: Potere sull'opinione, economico e di mercato nonché brand performance – Meta 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)

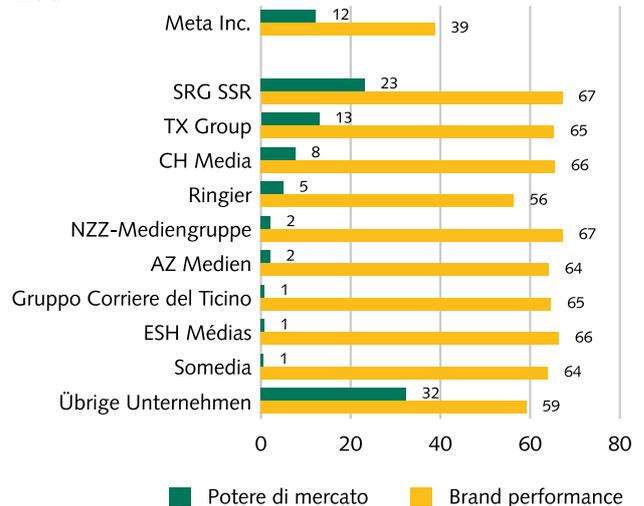
Svizzera



Publicom 2023

> **Meta al 4° posto nel potere sull'opinione nazionale (8%),** dietro SRG SSR e TX Group, appena dietro a CH Media

Svizzera



Publicom 2023

> Meta vanta di gran lunga **la più bassa brand performance qualitativa** (valore medio di 62)

> Meta si situa al **2° posto**, molto dietro a SRG SSR **nel potere di mercato nazionale**, appena dietro a TX Group

MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

Fig. 3: Potere sull'opinione regionale di Meta

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

Meta è, oltre a SRG SSR e TX Group, l'unico gruppo industriale nazionale con attività in **tutte le regioni**:



Publicom 2023

Potere sull'opinione molto elevato:

-

Ampio potere sull'opinione:

-

Medio potere sull'opinione:

- > Genève e Vaud/Fribourg/Valais al 4° posto con il 12%
- > Arc Jurassien al 3° e Svizzera francese al 4° posto con il 11%
- > Ticino e Svizzera italiana al 5° posto con il 10%

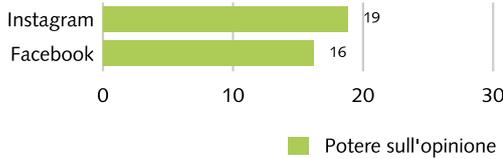
Piccolo potere sull'opinione:

- > Graubünden al 4° e ZH Nordwest al 5° posto con il 9%
- > Hochalpen e Zürich/See al 4°; Ganze Schweiz e St. Gallen al 5° posto: con il 8%
- > ZH Nordost e Bern al 4°; Basel, Deutsche Schweiz, Mittelland et Zentralschweiz al 5° posto: con il 7%

Fig. 4: Potere sull'opinione Meta: media brand nazionali e regioni linguistiche

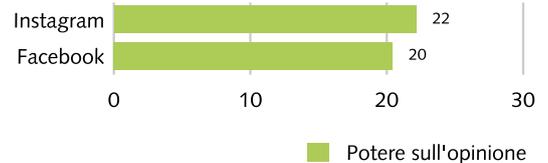
Potere sull'opinione dei media brand nella Svizzera e nelle regioni linguistiche (valori dell'indice da 0 a 100)

Svizzera



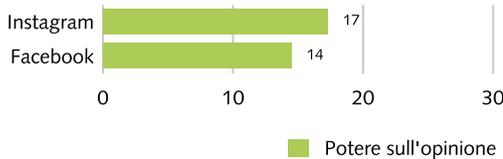
Publicom 2023

Svizzera francese



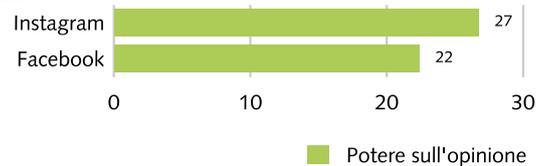
Publicom 2023

Svizzera tedesca



Publicom 2023

Svizzera italiana



Publicom 2023

- > **Instagram e Facebook: quarto e sesto potere sull'opinione nazionale** di tutti i media brand (rispettivamente 19 e 16 punti dell'indice)
- > Instagram nuovo con un potere sull'opinione maggiore di Facebook **in tutto il paese**

- > **Differenze minime** di potere sull'opinione nella Svizzera francese (2); nella Svizzera tedesca con 3 punti e nella Svizzera italiana con una differenza di 5 punti
- > Entrambi i marchi con maggiore potere sull'opinione nella Svizzera francese e italiana

Cambiamenti importanti

- > Meta sta licenziando più di 11.000 dipendenti nel primo grande taglio di posti di lavoro della sua storia. Questo corrisponde a circa il 13% della forza lavoro (09.11.2022)
- > Il grande calo degli utili e dei ricavi di Meta fa crollare le azioni del 13% (26.10.2022)

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