

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** e una testata finanziaria, oltre a curare tre **programmi radio** regionali. Ogni marchio possiede la sua rispettiva versione **online**. 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. Sin dal 2015, la **commercializzazione** avviene insieme a Swisscom, mediante l'affiliata comune **Admeira** (SRG SSR ha venduto la propria quota di Admeira a giugno 2018, si veda di seguito). La versione stampata del giornale serale gratuito **Blick am Abend** è stata cessata alla fine del 2018.

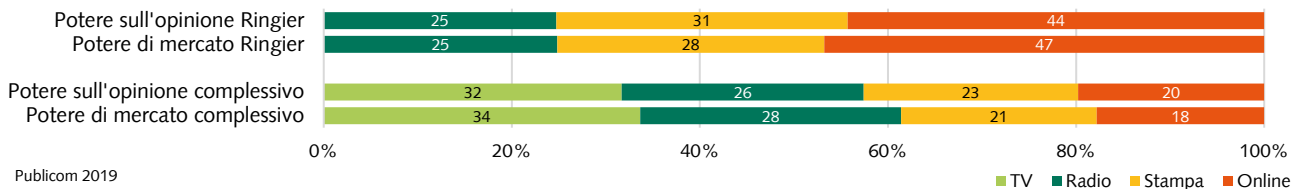
Informazioni di base



Sede aziendale:	Zofingen
Nome nel registro di commercio:	Ringier AG
Azionariato:	Proprietà familiare
Fatturato 2018 (in mio. di CHF):	1'004,2 (+0,2% dal 2017)
Utile 2018 (in mio. di CHF):	113,0 (+2,2%)
Collaboratori 2018:	7'258 persone (+5,5%)
Struttura dei ricavi:	<ul style="list-style-type: none"> > 46% da ricavi digitali > 24% da ricavi di vendita > 14% da ricavi di annunci > 8% dal settore della stampa > 7% altro
Campione analizzato:	7 media brand

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

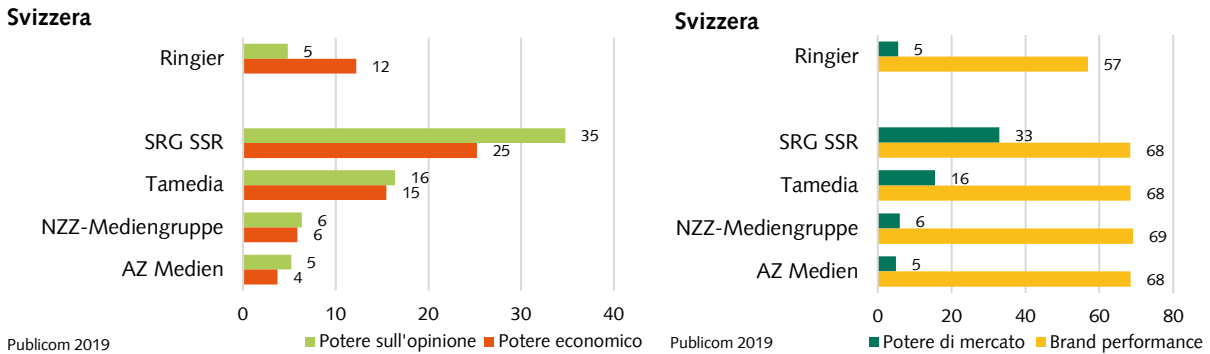
Quote dei tipi di media o canali di diffusione del potere sull'opinione e del potere di mercato globale nazionale del gruppo industriale



- > Il primo **punto chiave** è l'**online**, con il **44%** rispettivamente del potenziale di potere sull'opinione e il **47%** dell'intero potere di mercato di Ringier
- > La seconda colonna portante svizzera è la **stampa**, che ottiene il **31%** di potere sull'opinione e il **28%** di potere di mercato del gruppo industriale
- > 2017: potere sull'opinione della stampa (43%) maggiore dell'online (38%)
- > La **radio** contribuisce con circa un **quarto** del potere sull'opinione e di mercato di Ringier; assenza di attività **TV**
- > **Aumento del potere sull'opinione** di radio e online (+6/+6), calo per la stampa (-12) dal 2017
- > **Mercato dell'opinione svizzero** complessivo: TV (32%) davanti a radio (26%), stampa (23%) e online (20%)

MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

Fig. 2: Potere sull'opinione, economico e di mercato nonché brand performance – Ringier a confronto con la concorrenza
 Quote del potere sull'opinione, del potere di mercato ed economico globale nazionale dei gruppi industriali; valori medi per brand performance (indice da 0 a 100)



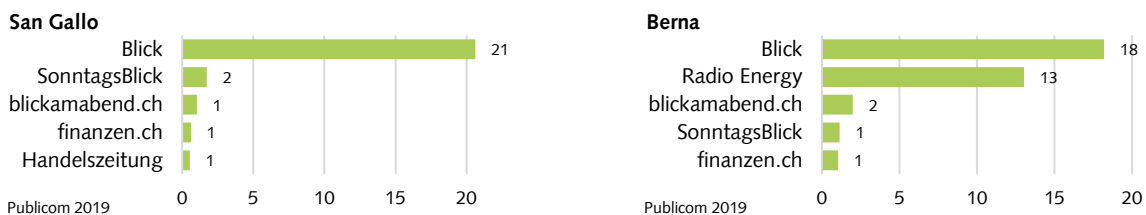
- > A livello nazionale, **Ringier** ottiene il **quinto maggiore potenziale di potere sull'opinione** (5%) e il **terzo più forte potere economico** (12%) fra tutti i gruppi industriali
- > Per il potere sull'opinione, Ringier è chiaramente dietro a SRG SSR e Tamedia, dietro a **NZZ-Mediengruppe**, quasi **a pari merito** con AZ Medien
- > Ringier realizza la **brand performance qualitativa più esigua** tra tutti i maggiori gruppi industriali svizzeri (valore medio di 57)
- > Ringier possiede il quarto maggiore **potere di mercato** nazionale, si trova (chiaramente) dietro a SRG SSR nonché a Tamedia e poco davanti a NZZ-Mediengruppe

Fig. 3: Potere sull'opinione regionale di Ringier
 Quota del gruppo industriale di tutto il potere sull'opinione nello spazio mediatico



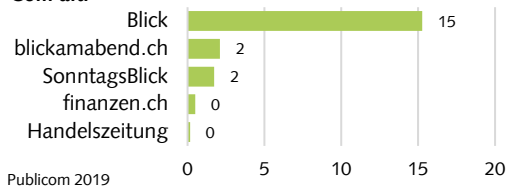
- Ampio potere sull'opinione:**
-
- Potere relativamente grande sull'opinione:**
-
- Potere sull'opinione da ridotto a medio:**
 - > San Gallo: Ringier al 5° posto con il 7%
 - > Berna, Colli alti: entrambi al 3° posto con il 6%
 - > Basilea: al 4° posto con il 6%
 - > Zurigo nordovest, Altipiano e Svizzera centrale: al 5° posto con il 6%
 - > Zurigo/lago: al 4° posto con il 5%
 - > Svizzera tedesca e intera Svizzera: al 5° posto con il 5%
- Potere esiguo sull'opinione:**
 - > Ginevra: al 3° posto con il 4%
 - > Zurigo nordest: al 5° posto con il 4%
 - > Grigioni: al 6° posto con il 4%
 - > Vaud/Friburgo/Vallese, Arco giurassiano e Svizzera francese al 4° posto con il 3%
- Non presente:** spazio mediatico Ticino ovvero Svizzera italiana

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)

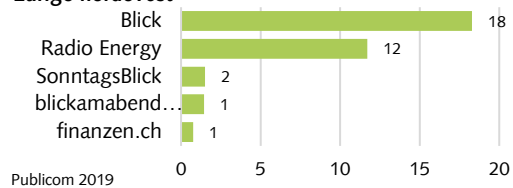


MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

Colli alti



Zurigo nordovest



- > **Blick** è chiaramente il marchio più forte di Ringier in quanto a potere sull'opinione; Boulevardzeitung è al **6° posto** in Svizzera e 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** è molto forte a **San Gallo**, si colloca al 7° posto e possiede un potere sull'opinione pari a 21 punti; Svizzera centrale, Zurigo nordovest, Berna (18), Altipiano (17), Colli alti e Basilea (rispettivamente 15)

- > **Radio Energy** (con tre emittenti nazionali) è al 2° posto di Ringier (a livello nazionale al 15° e nella Svizzera tedesca al 13°)
- > Subito dopo segue **Le Temps**, al 3° posto per potere sull'opinione di Ringier (a livello nazionale al 40° e nella Svizzera francese al 9°)
- > **Energy Basel** è **2° posto del segmento U30** nello spazio mediatico Basel (complessivamente all'11°); **Energy Zürich** è al **3° posto** tra i giovanissimi nelle regioni Zurigo/lago e Zurigo nordovest

Cambiamenti importanti

- > Ringier termina la chiusura della tipografia per quotidiani ad Adigenswil a fine 2018. In futuro stampa di tutti i quotidiani e i settimanali presso Tamedia (08.11.2017).

- > SRG SSR ripartisce equamente la propria quota del 33,3% di Admeira tra gli altri azionisti Ringier e Swisscom. Admeira continua a commercializzare gli spot pubblicitari e la sponsorizzazione per emittenti SRG (28.6.2018).
- > La versione stampata del **Blick am Abend** è cessata il 21.12.2018. Undici collaboratori sono interessati dalla riduzione di posti di lavoro (28.11.2018).

MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

Osservazioni sul metodo

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** (performance di contatto quotidiana dei media brand, rilevata mediante analisi secondaria degli studi svizzeri sulla valuta di WEMF, Mediapulse e Net-Matrix).

- > 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.
- > Poiché mancano le cifre ufficiali sulla portata, per i brand di social media il potere di mercato e sull'opinione non vengono documentati.

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