

Spazio mediatico Bern



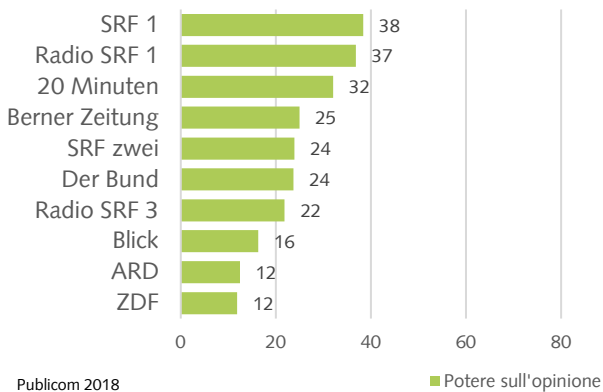
Informazioni di base

- > Geografia:
 - circondari amministrativi di Berna-Altipiano svizzero (BE), Emmental (BE), distretti di See/Lac (FR), Sense (FR)
- > Popolazione residente permanente 15-79 anni: circa 471'000 persone (7,0% dell'intera Svizzera)
- > Campione spazio mediatico: 49 media brand
- > Controllo a campione spazio mediatico: N=327 intervistati

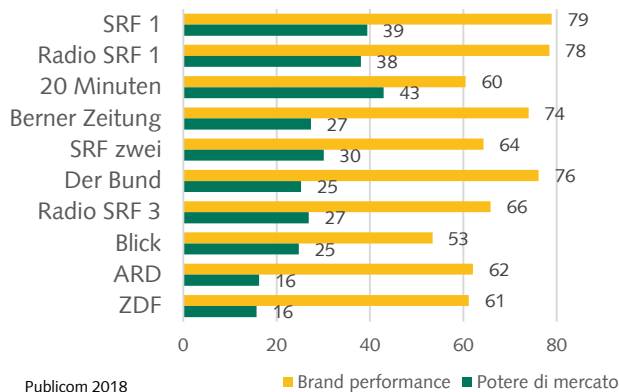
Fig. 1: Potere sull'opinione, Potere di mercato e Brand performance dei media brand

Primi 10 Bern globale e primi 5 Potere sull'opinione nel confronto per età (valori dell'indice da 0 a 100)

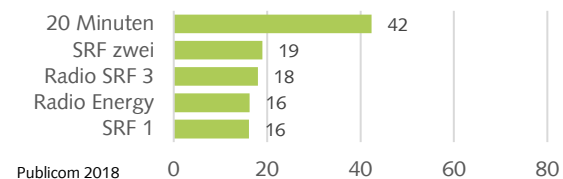
Bern



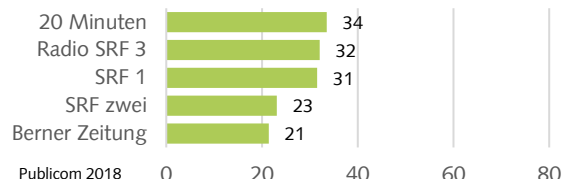
Bern



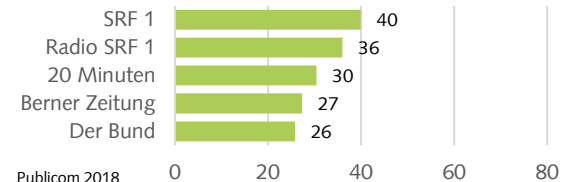
Bern, 15-29 anni



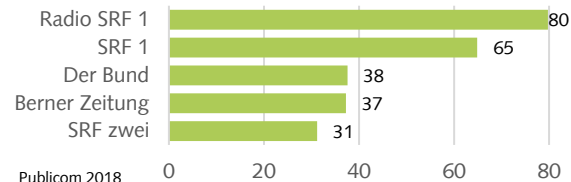
Bern, 30-44 anni



Bern, 45-59 anni



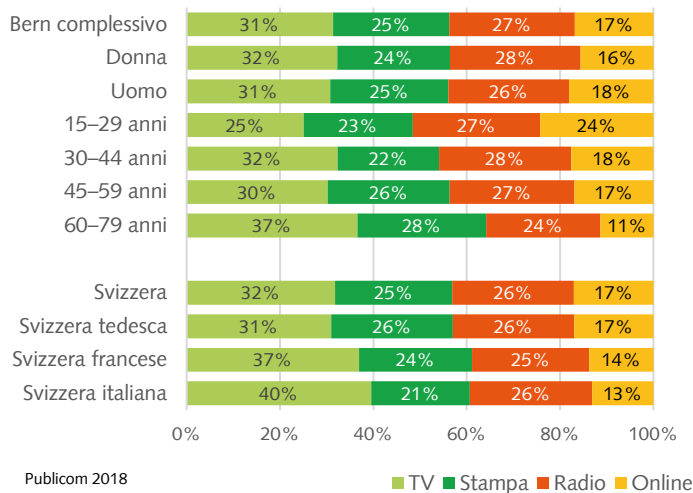
Bern, 60-79 anni



- > **SRF 1 (TV), Radio SRF 1 e 20 Minuten** con il più elevato potenziale di Potere sull'opinione a Bern
- > "Primi" programmi SRG SSR, Der Bund e Berner Zeitung con Brand performance qualitativamente eccellente
- > Radio SRF 1: elevatissimo Potere sull'opinione (80 su 100) per 60+

Fig. 2: Potere sull'opinione tipi di media

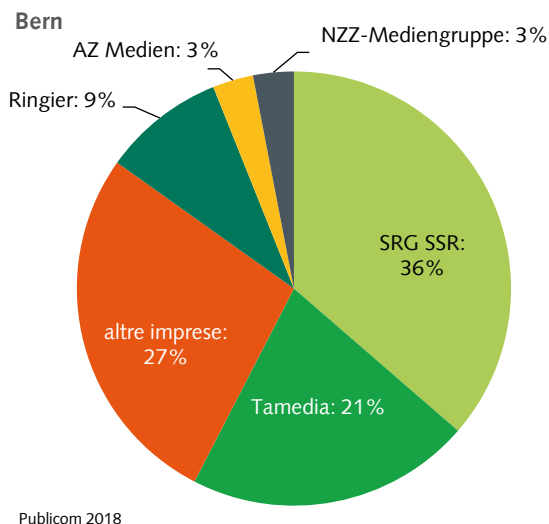
Confronto per età, sesso e regioni (quote di Potere globale sull'opinione nello spazio mediatico)



- > **Quote equilibrate di Potere sull'opinione** dei tipi di media a Bern
- > **TV** a Bern di poco davanti a **radio** e **stampa**, online nettamente indietro
- > Quote paragonabili alla Svizzera tedesca
- > Pochissime differenze tra i sessi: Online con qualche vantaggio fra gli uomini, radio con qualche vantaggio fra le donne
- > **Dai 15 ai 29 anni:** online con quote superiori di Potere sull'opinione
- > Divergenze fra le età per la TV a Bern meno marcate rispetto ad altre regioni

Fig. 3: Potere sull'opinione gruppi mediatici

Quote di Potere globale sull'opinione nello spazio mediatico



- > **SRG SSR** a Bern con la quota più elevata di Potere sull'opinione pari al 36% (media brand: soprattutto SRF 1, Radio SRF 1, SRF zwei, Radio SRF 3, srf.ch)
- > **Tamedia** al 2° posto con il 21% (soprattutto 20 Minuten, Berner Zeitung, Der Bund)
- > **Elevata concentrazione di fornitori** a Bern: i due principali gruppi industriali SRG SSR e Tamedia ottengono insieme un netto **Potere maggioritario sull'opinione** (57%)
- > **Ringier** si aggiudica il 9% del Potere sull'opinione (soprattutto Blick, Energy Bern, Blick am Abend)
- > **AZ Medien** (soprattutto TeleBärn) e **NZZ Mediengruppe** (soprattutto Neue Zürcher Zeitung) con solo il 3%
- > **Altre imprese** con 27% dell'intero Potere sull'opinione a Bern (soprattutto ARD, ZDF, RTL, Radio Bern 1, Pro Sieben)

Osservazioni sul metodo

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 da 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 REMP, Mediapulse e Net-Metrix).

- > I **valori dell'indice a livello di brand** (fig. 1) rappresentano la somma delle performance di contatto quotidiane di tutti i canali di diffusione dei media brand interessati rilevati, documentati come parte dell'universo netto (=popolazione) nel settore e nel segmento 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 nella scala dell'indice (da 0 a 100).
- > I riscontri inerenti il **tipo** (fig. 2 e 3) indicano la somma delle performance di contatto quotidiane dei media brand nel canale di diffusione. La somma di contatti rilevata in base al tipo viene presentata come **quota** percentuale dell'universo di contatti lordo (= somma delle performance di contatto di tutti i canali di diffusione dei brand media analizzati nello spazio interessato).
- > Poiché mancano le cifre ufficiali sulla portata, per i brand di social media il Potere sull'opinione non viene documentato.

Monitoraggio media Svizzera è uno studio svolto da Publicom AG su incarico dell'Ufficio federale delle comunicazioni (UFCOM). Per maggiori informazioni consultare il sito www.monitoraggio-media-svizzera.ch