

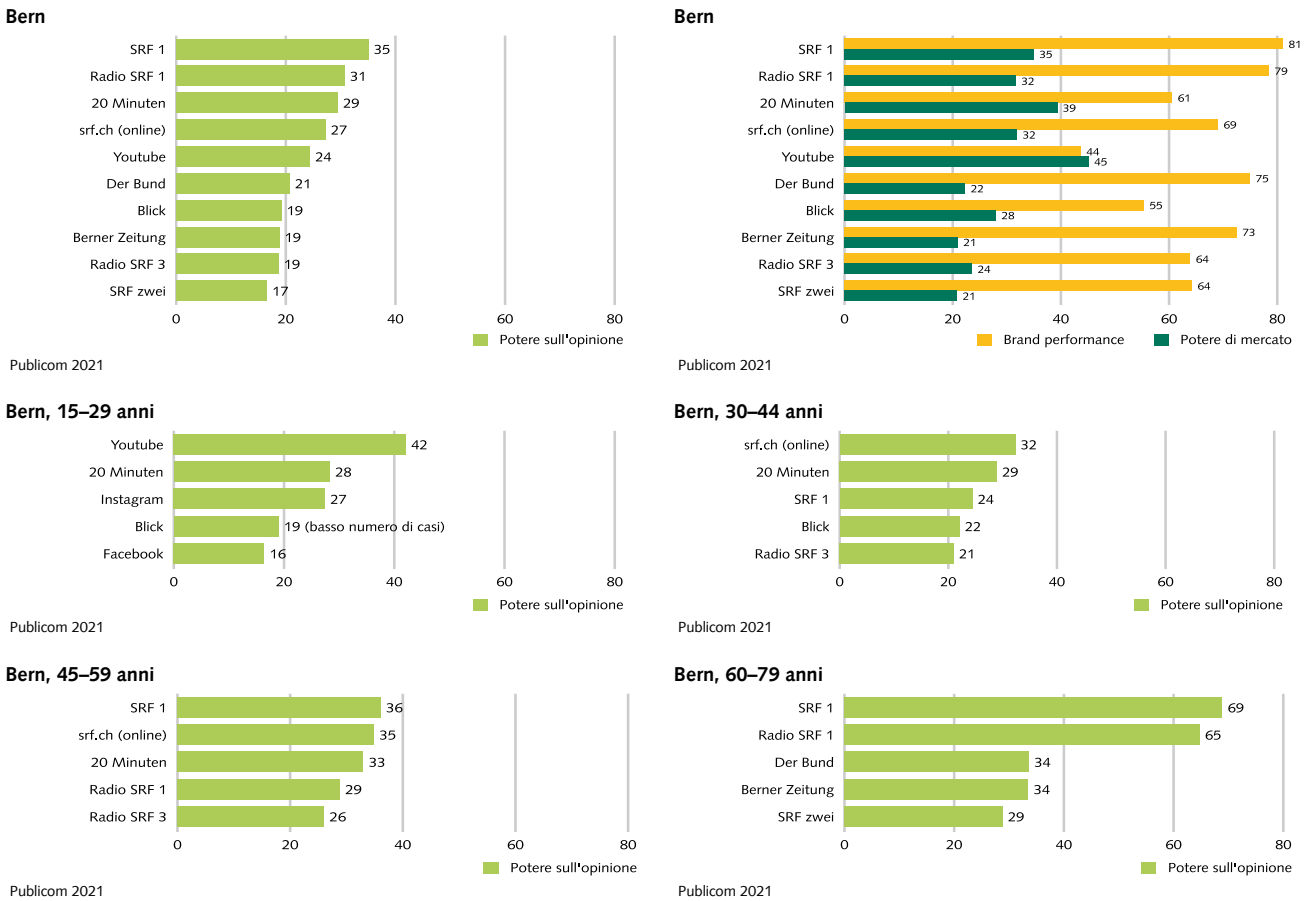
# Spazio mediatico Bern



## 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 475'500 persone (6.9% dell'intera Svizzera)
- > Campione spazio mediatico: 55 media brand
- > Controllo a campione spazio mediatico: N=319 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)



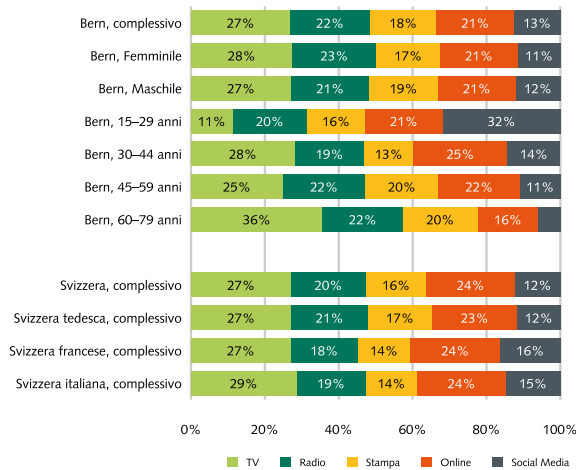
- > **SRF 1, Radio SRF 1 e 20 Minuten** con il maggior potenziale di potere sull'opinione a Bern
- > SRF 1 e Radio SRF 1 con eccellente **brand performance qualitativa**

- > **20 Minuten** nella top 3 degli U60
- > **SRF 1** con il più grande potere sull'opinione tra gli O45
- > **srf.ch (online)** nella top 2 tra i 30-59 anni

**Fig. 2: Potere sull'opinione tipi di media**

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

## Bern, complessivo



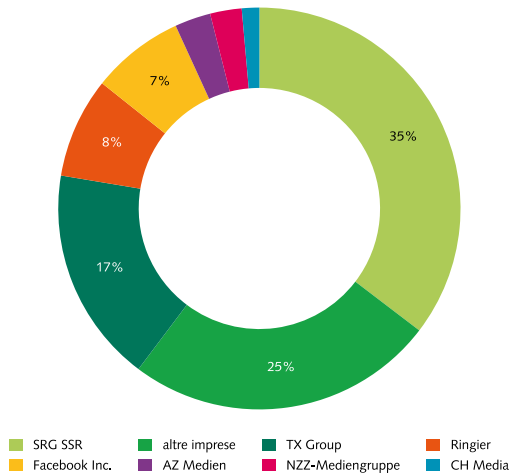
Publicom 2021

**Fig. 3: Potere sull'opinione gruppi mediatici**

Quote di potere globale sull'opinione nello spazio mediatico

- > **TV (27%)** a Bern superiore alla radio (22%) nelle **quote di potere sull'opinione** dei tipi di media, seguono online (21%), stampa (18%) e social media (13%)
- > **Piccole differenze tra i sessi:** radio in vantaggio tra le donne, stampa tra gli uomini
- > **Grande divergenza tra le età** nel potere sull'opinione dei **social media:** social media sopra i 60 anni più di cinque volte inferiore degli U30
- > I social media hanno il **potere sull'opinione più forte** tra gli U30, la TV tra gli O30
- > La TV ha il **più debole potere sull'opinione** tra gli U30, la stampa nel segmento 30-44 anni e i social media tra gli O45

## Bern, complessivo



Publicom 2021

- > **SRG SSR** è con il 35% il gruppo industriale con la maggiore quota di potere sull'opinione a Bern
- > **TX Group** al 2° posto con il 17%, seguito da **Ringier** con l'8% e **Facebook Inc.** con il 7%.
- > Altissima **concentrazione dei fornitori:** i due gruppi più grandi (SRG SSR e TX Group) raggiungono il **potere sull'opinione maggioritario (52%)**
- > **AZ Medien, NZZ-Mediengruppe** e **CH Media** di minore importanza
- > **Altre aziende** a Bern con il 25% del potere sull'opinione complessivo

## Osservazioni metodologiche

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 quotidiane dei media brand, rilevata mediante analisi secondaria degli studi svizzeri sulla valuta di WEMF, Mediapulse e Net-Matrix. Proiezione propria per i social media).

- > 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 al **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).

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