

Somedia

Ritratto

Somedia, con sede a Coira, è un'impresa mediatica regionale leader nei cantoni **Grigioni** e Glarona e nella parte meridionale del canton San Gallo.

L'azienda a conduzione familiare dell'editore Hanspeter Lebrument è editrice di **quotidiani** e **settimanali** stampati e online e cura **un'emittente radio** e una **TV**. Somedia è editrice dell'unico quotidiano in lingua romancia. Insieme a Sargansländer Druck AG e a Vaduzer Medienhaus, gestisce un centro di stampa nella città sangalese di Haag.

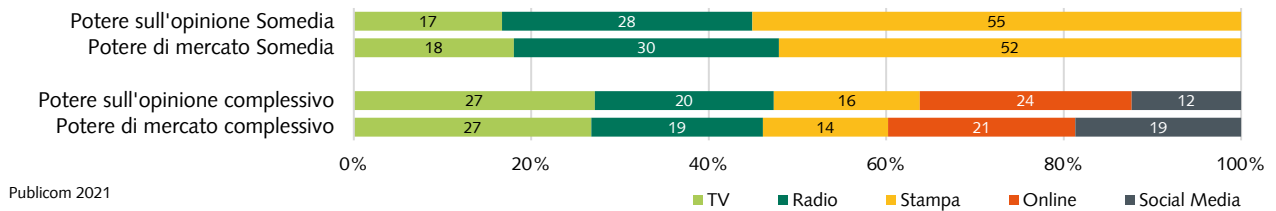
Informazioni di base

somedia

Sede aziendale:	Coira
Nome nel registro di commercio:	Somedia AG
Azionariato:	Proprietà familiare
Cifre d'affari:	Non disponibili
Campione analizzato:	5 media brand

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

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



Publicom 2021

- > Primo **punto chiave** è la **stampa** con il **56%** di potenziale di potere sull'opinione e il **52%** del potere di mercato complessivo di Somedia
- > La seconda colonna portante è la **radio**, che ottiene il **28%** di potere sull'opinione e il **30%** di potere di mercato del gruppo industriale
- > La **TV** contribuisce con **17%** del potere sull'opinione e **18%** del potere di mercato di Somedia

- > Il portale di notizie suedostschweiz.ch è **uscito** dal rilevamento di NET-Metrix con il **NET-Metrix-Profile 2019-2**. Viene quindi meno il **raggio d'azione dell'online**, con effetti sulle quote dei tre tipi di media
- > **Aumento del potere sull'opinione** della stampa (+4), **calo** per radio (-4) e TV (-1) dal 2019
- > **Mercato dell'opinione svizzero** complessivo: TV (31%) davanti a radio (26%), stampa (21%) e online (21%)

Fig. 2: Potere sull'opinione regionale di Somedia

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



Publicom 2021

Ampio potere sull'opinione:

Potere relativamente grande sull'opinione:

- > Graubünden: Somedia al 2° posto con 12%

Potere sull'opinione da ridotto a medio:

Potere esiguo sull'opinione:

- > Zürich/See: al 7° posto con 2%

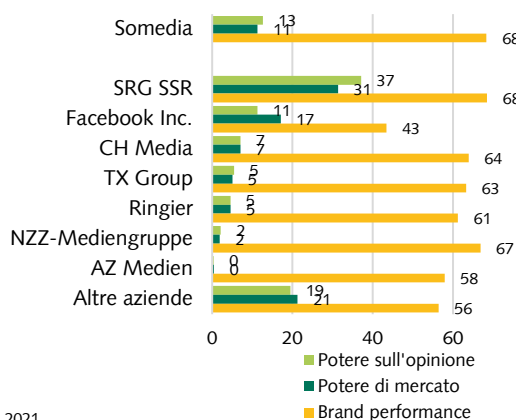
Non presente nella Svizzera francese (spazi mediatici Genève, Vaud/Fribourg/Valais, Arc Jurassien), Svizzera italiana (Ticino) et nei seguenti spazi mediatici della Svizzera tedesca: Zentralschweiz, Zürich Nordost, Zürich Nordwest, Basel, Mittelland, Bern, Hochalpen e St. Gallen

MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

Fig. 3: Somedia: confronto con la concorrenza / potere sull'opinione media brand

Valori medi per brand performance (indice da 0 a 100) / potere sull'opinione dei media brand Somedia nel Graubünden (valori dell'indice da 0 a 100)

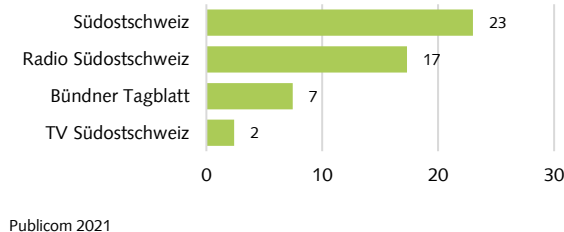
Graubünden



Publicom 2021

- > Nel **Graubünden**, **Somedia** è al **2° posto** per **potere sull'opinione** (13%) e **potere di mercato** (11%), chiaramente dietro a SRG SSR (37% del potere di mercato), ma per poco davanti a Facebook Inc. (11%) e CH Media (7%).
- > Somedia registra **una brand performance qualitativa mediana** (valore medio di 68), davanti a SRG SSR (68), NZZ (67), CH Media (64) e TX Group (63)

Graubünden potere sull'opinione



Publicom 2021

- > Il quotidiano **Südostschweiz** è il marchio più forte di potere sull'opinione di Somedia; complessivamente al **3° posto** nel **Graubünden**, dietro a SRF 1 e Radio SRF 1
- > **Radio Südostschweiz** è il secondo più forte marchio di Somedia nello spazio mediatico di Graubünden, collocandosi all'8° posto
- > Più indietro sono **Bündner Tagblatt** (3° posto per Somedia e 18° nel Graubünden) e soprattutto **TV Südostschweiz** (4° posto per Somedia e 33° nel Graubünden)

Cambiamenti importanti

- > Somedia e Learning Matters GmbH fondano Somedia Learning, un'impresa specializzata nella produzione di strumenti didattici digitali (15.06.2020).
- > Somedia si unisce a Speed U Up GmbH (Innsbruck) e come joint venture creano un'agenzia digitale per il turismo alpino (12.10.2020).

Osservazioni sul metodo

Monitoraggio media Svizzera studia l'influsso di un totale di **171 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. 3) 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