

AZ Medien

Ritratto

AZ Medien ha sede ad Aarau. Questa impresa mediatica regionale possiede la quota maggioritaria della BT Holding AG e della casa editrice Peter Wanner. AZ Medien gestisce il portale di notizie online **watson.ch** e le due emittenti televisive regionali **Tele M1** e **TeleBärn**. La regione di base di AZ Medien è il Mittelland svizzero, tra la valle del Limmat nel Canton Zurigo e i cantoni Argovia e Soletta.

Da ottobre 2018, AZ Medien ha fatto confluire tutti i quotidiani con edizioni regionali e i relativi portali di notizie online, i settimanali e i giornali di stampa specializzata, diversi programmi radio e televisivi e una tipografia per quotidiani ad Aarau nella **joint venture CH Media** (cfr. di seguito «Cambiamenti importanti»).

¹Nel rapporto di bilancio del 2021 di AZ Medien e NZZ-Mediengruppe, la trasparenza con cui CH Media viene documentata e distinta è diversa. Pertanto, è difficile documentare il fatturato di AZ Medien rettificato di CH Media. Dopo averne effettuato richiesta, Publicom non ha ricevuto cifre esatte. Di conseguenza sarà presentata il fatturato cumulativo di AZ Medien incl. CH Media, analogo al rapporto finanziario del 2021. Secondo le proprie stime, il fatturato rettificato di AZ Medien è stato di circa 45 milioni di franchi.

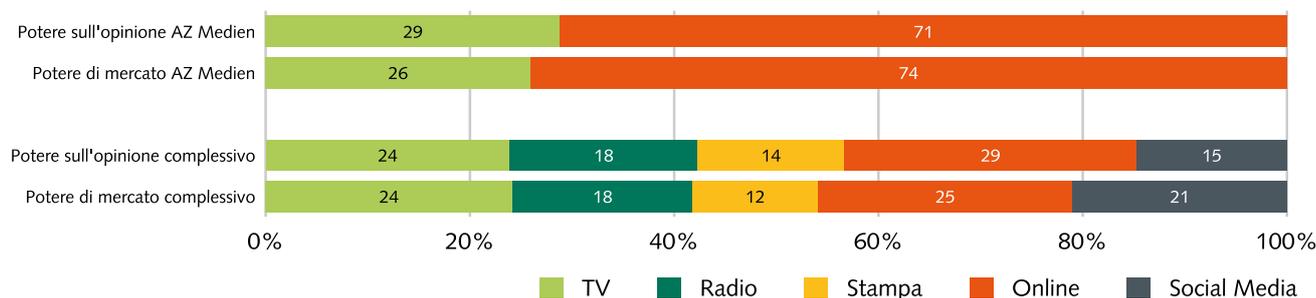
Informazioni di base



Sede aziendale:	Aarau
Nome nel registro di commercio:	BT Holding AG
Azionariato:	Proprietà familiare
Fatturato 2021 (mio. CHF):	232,1 (-0.4% dal 2020)
Utile 2021 (mio. CHF):	24,8 (+145.5% dal 2020)
Campione analizzato:	3 marques de médias

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

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



Publicom 2022

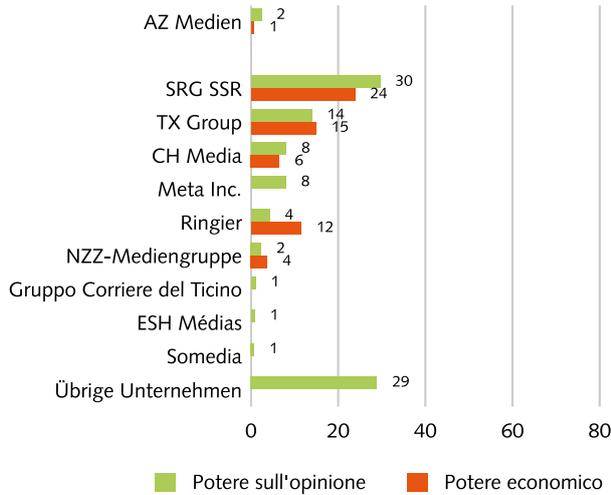
- > L'**online** rappresenta il **71%** del potenziale di potere sull'opinione di AZ Medien e il **74%** del suo potere di mercato, seguito a distanza dalla TV con il **29%** del potere sull'opinione e il **26%** del suo potere di mercato
- > Aumento del potere sull'opinione dell'online (+20), calo per la TV (-20) dal 2020
- > Mercato d'opinione svizzero complessivo: online (29%) davanti a TV (24%), radio (18%), social media (15%) e stampa (14%)

MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

Fig. 2: Potere sull'opinione, economico e di mercato nonché brand performance – AZ Medien a confronto con la concorrenza

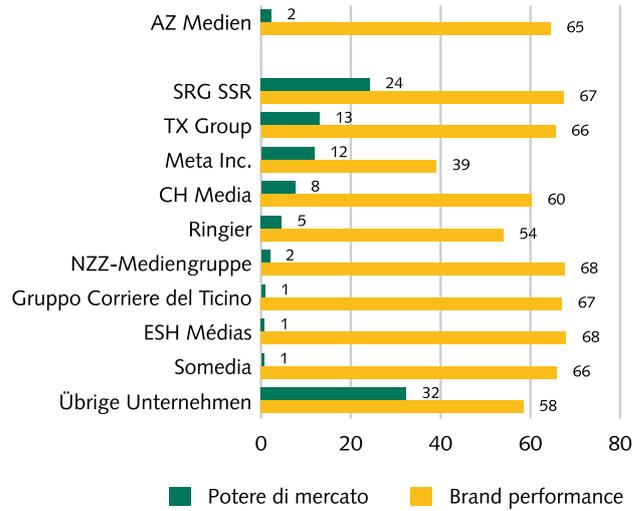
Quote di gruppi industriali del potere sull'opinione, di mercato ed economico globale nazionale; valori medi per brand performance (indice da 0 a 100)

Svizzera



Publicom 2022

Svizzera



Publicom 2022

- > AZ Medien è al 6° posto nel **potere sull'opinione** nazionale (2,5%) dietro a SRG SRR, TX Group, Meta, CH Media e Ringier
- > AZ Medien è al 6° posto nel **potere economico** (1%) dei gruppi industriali svizzeri

- > AZ Medien raggiunge la **settima più forte brand performance** qualitativa (valore medio di 62), davanti a CH Media, Ringier e Meta
- > AZ Medien al **6° posto nel potere di mercato nazionale**

Fig. 3: Potere sull'opinione regionale di AZ Medien

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



Publicom 2022

Potere sull'opinione molto elevato:

Ampio potere sull'opinione:

Medio potere sull'opinione:

Piccolo potere sull'opinione:

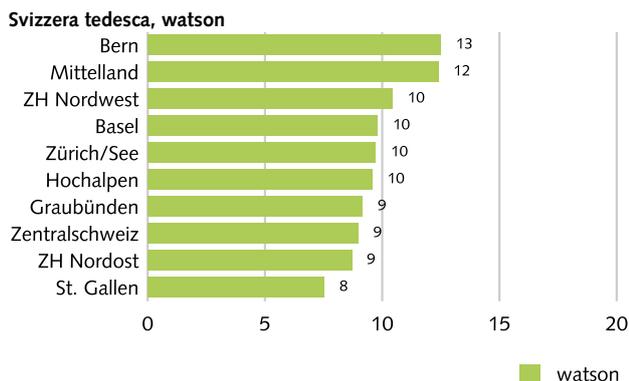
- > Bern al 6°; Mittelland al 7° posto con rispettivamente il 5%
- > Zürich Nordwest al 7° posto con il 4%
- > Hochalpen al 6°; Zürich/See e Zentralschweiz al 8°; Svizzera tedesca e Basel al 7° posto con rispettivamente il 3%
- > Tutta la Svizzera al 7°; St. Gallen al 8°; Zürich Nordost al 8° e Graubünden al 9° posto con rispettivamente il 2%
- > Svizzera francese, Genève e Vaud/Fribourg/Valais al 6° posto con rispettivamente l'1%

Non presente nello spazio mediatico Arc Jurasien e nella Svizzera italiana (Ticino)

MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

Fig. 4: Potere sull'opinione di AZ Medien: watson.ch nella Svizzera tedesca

Potere sull'opinione di watson.ch nella Svizzera tedesca (valori dell'indice da 0 a 100)



Publicom 2022

- > **Watson** è il marchio più forte di AZ Medien per il potere sull'opinione, è al **16° posto** in Svizzera nonché nella Svizzera tedesca
- > **Watson** più forte a **Bern** e nel **Mittelland** rispetto all'area metropolitana di Zurigo e agli spazi mediatici Basel, Hochalpen, Graubünden, Zentralschweiz e St. Gallen

Cambiamenti importanti

- > Gli azionisti di AZ Medien AG hanno **approvato la proposta di fusione in contanti** durante la loro assemblea generale annuale. Ciò significa che la famiglia Wanner detiene ora tutte le azioni di AZ Medien Holding AG (28.05.2021).

Osservazioni metodologiche

Monitoraggio media Svizzera studia l'influsso di un totale di **172 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