

CH Media

Ritratto

CH Media è nata nel 2018 come **joint venture** di NZZ Medien-gruppe e AZ Medien. Entrambe le aziende vi hanno fatto confluire i propri giornali regionali con i rispettivi portali online nonché le emittenti radio e TV non in concessione e le tipografie.

L'attività dell'azienda è incentrata nel **Mittelland** svizzero, tra la valle del Limmat nel Canton Zurigo e i cantoni Argovia e Soletta, dove si trovano i media brand apportati da AZ Medien. Inoltre CH Media, nella **Svizzera orientale e centrale** è editrice di due giornali regionali con diverse varianti locali, apportati da NZZ-Mediengruppe. Nelle regioni l'azienda infine cura **programmi radio e TV regionali**. Il portafoglio di marchi multimediali è stato ulteriormente rafforzato negli ultimi due anni con l'acquisizione delle stazioni radiofoniche Radio 32 e Radio Bern1 e l'espansione dell'offerta online (Pilatus Today).

Informazioni di base

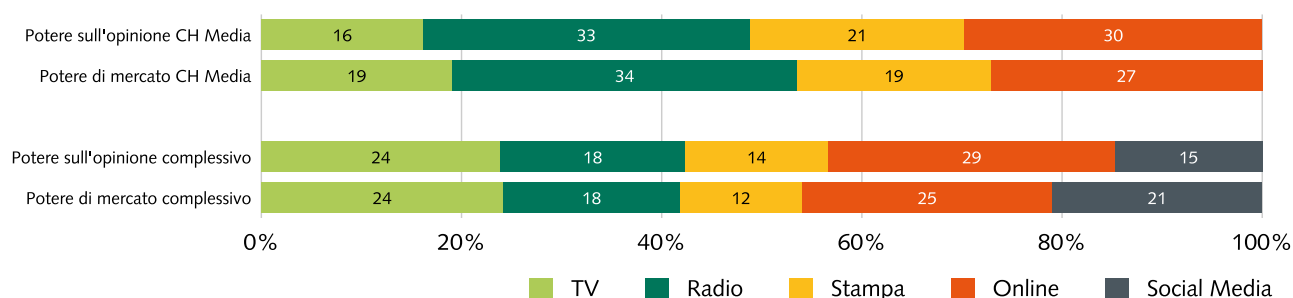


| | |
|---------------------------------|---|
| Sede aziendale: | Aarau |
| Nome nel registro di commercio: | CH Media Holding AG |
| Azionariato: | AZ Medien e NZZ-Mediengruppe |
| Fatturato 2021 (mio. CHF): | 415,7 (-0.5% dal 2020) |
| Utile 2021 (mio. CHF): | 34,8 (+53% dal 2020) |
| Collaboratori 2021: | ca. 1800 posti di lavoro a tempo pieno (invariato dal 2020) |
| Campione analizzato: | 29 media brand |

CH Media per il 2021 non ha pubblicato alcun rapporto annuale proprio; le cifre d'affari derivano dal sito ufficiale e da un comunicato stampa di CH Media.

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

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

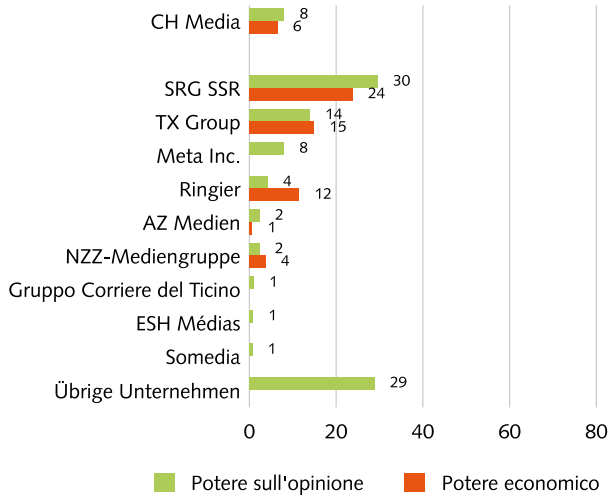
- > La **radio** rappresenta il **33%** del potenziale di potere sull'opinione di CH Media seguita dall'**online** con il **30%**, dalla **stampa** con il **21%** e dalla **TV** con soltanto il **16%**
- > **Aumento del potere sull'opinione** dal 2020 per l'online (+13) e la radio (+1), calo per la stampa (-8) e la TV (-6)
- > **Potere sull'opinione** totale in Svizzera: online (29%) davanti a TV (24%), radio (18%), social media (15%) e stampa (14%)
- > La **radio** è anche in testa nel **potere di mercato** con il **34%**, seguita chiaramente indietro dall'**online** con il **27%**, la **stampa** e la **TV** al terzo posto con il **19%**

MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

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

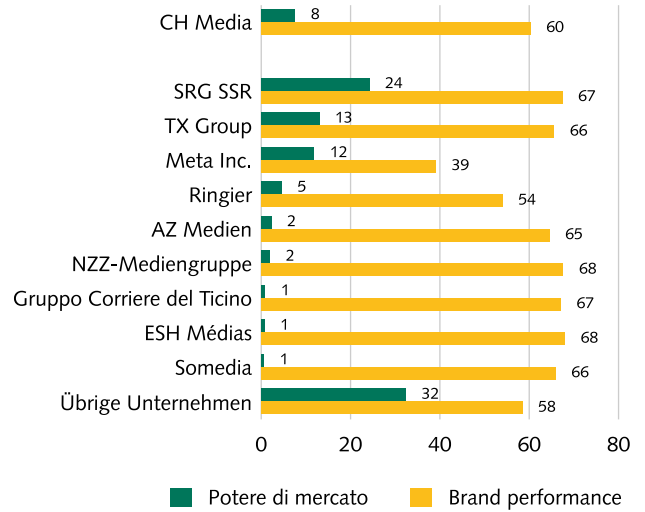
Quote di gruppi industriali del potere sull'opinione, di mercato ed economico globale nazionale; valori medi per brand performance (indice da 0 a 100)

Svizzera



Publicom 2022

Svizzera



Publicom 2022

- > CH Media è al **4° posto** nel **potere sull'opinione** nazionale (8%), dietro a SRG SSR, TX Group e Meta
- > CH Media anche al **4° posto** nel **potere economico** (6%) dei gruppi industriali svizzeri; dietro a SRG SSR con il 24%, TX Group (15%) e Ringier (12%)

- > CH Media al **8° posto** in riguardo alla **brand performance qualitativa** (valore medio di 60) dopo NZZ-Mediengruppe seguito da Gruppo Corriere del Ticino
- > CH Media è al **4° posto** nel **potere di mercato nazionale**

Fig. 3: Potere sull'opinione regionale di CH Media

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:

- > St. Gallen al 3° posto con il 18%
- > Zentralschweiz al 3° posto con il 15%
- > Mittelland al 3° posto con il 13%
- > Zürich Nordwest al 4° posto con il 12%

Piccolo potere sull'opinione:

- > Svizzera tedesca al 6° posto con il 6%
- > Zürich Nordost al 5° posto; Graubünden al 6° posto con rispettivamente il 6%
- > Basel al 6° posto e Zürich/See al 7° posto con rispettivamente il 5%
- > Tutta la Svizzera al 6° posto con il 4%
- > Bern al 7° posto con il 3%
- > Hochalpen al 7° posto con il 2%

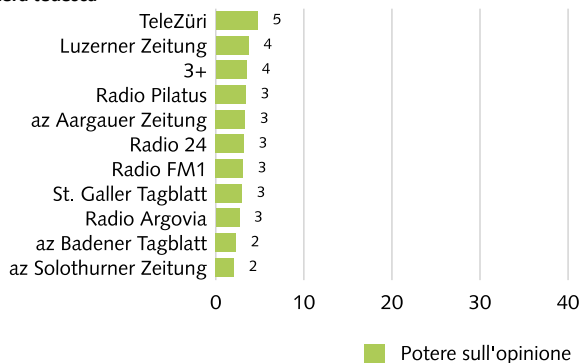
Non presente nella Svizzera francese (spazi mediatici Genève, Vaud/Fribourg/Valais, Arc Jurassien) e nella Svizzera italiana (Ticino)

MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

Fig. 4: Potere sull'opinione di CH Media: i media brand più forti in Svizzera e nelle regioni linguistiche

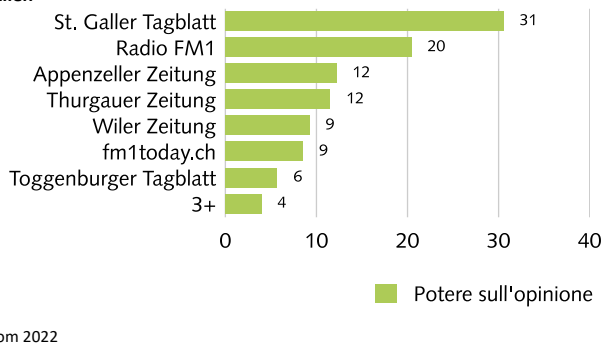
Potere sull'opinione dei media brand negli spazi mediatici locali-regionali e nella Svizzera tedesca (valori dell'indice da 0 a 100)

Svizzera tedesca



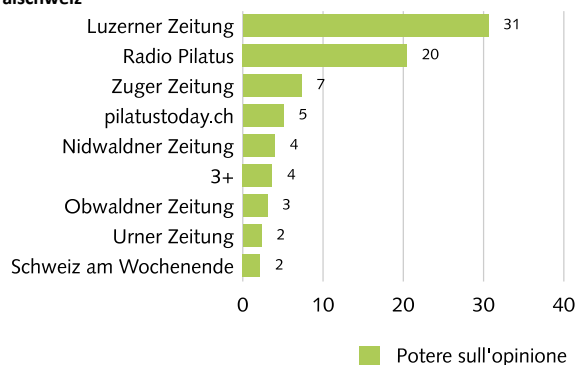
Publicom 2022

St. Gallen



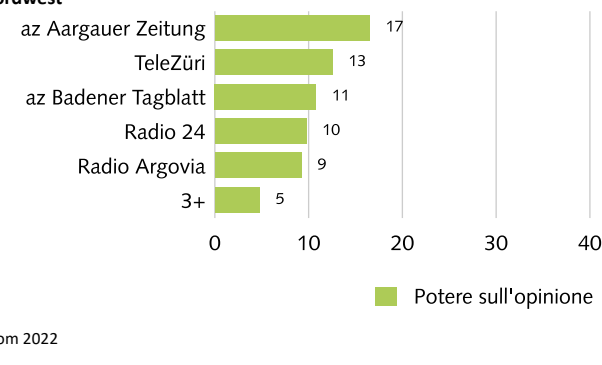
Publicom 2022

Zentralschweiz



Publicom 2022

ZH Nordwest



Publicom 2022

- > **Tele Züri** è il marchio più forte di CH Media per il potere sull'opinione, è al **23° posto** nella Svizzera tedesca e rispettivamente al **16° posto** negli spazi mediatici Zürich Nordwest, Zürich Nordost e di Zürich/See
- > **Luzerner Zeitung** al 2° posto e **Radio Pilatus** al 4° posto con un forte potere dei media nello spazio Zentralschweiz

- > **St. Gallen: Radio FM1** al 7° posto e **St. Galler Tagblatt** all'8° posto con il maggior potere sull'opinione di CH Media

- > **az Aargauer Zeitung** e **TeleZüri** a **Zürich Nordwest** con il maggiore e il secondo potere sull'opinione regionale di CH Media (#11/#20)

Cambiamenti importanti

- > CH Media annuncia una **nuova piattaforma di streaming** che sarà lanciata nel quarto trimestre del 2021 e sarà chiamato «oneplus» (09.03.2021).
- > CH Media, NZZ, Ringier, TX Group e SRG introducono un **login comune** per le loro piattaforme di notizie, che permette agli utenti di accedere alle offerte giornalistiche di tutti i partner dell'alleanza (10.03.2021).
- > Con «ZüriToday», CH Media lancerà la sua quarta **piattaforma convergente** nella primavera del 2022 (22.06.2021).
- > CH Media **vende la sua quota di maggioranza** in Buchs Medien AG alla società di media della Svizzera orientale Galledia con effetto retroattivo (23.06.2021).

- > Il 1° ottobre CH Media stringe una **partnership strategica** con ViacomCBS Networks International: CH Media acquisisce il canale televisivo per bambini «Nick Schweiz». Inoltre, viene creato un nuovo canale familiare con «7+ Family» (30.06.2021).
- > CH Media **acquisisce** la quota del 20% di Netbasket AG in Radio 32, rendendo CH Media il nuovo proprietario del 78,18% di Radio 32 AG (08.07.2021).
- > Con «BärnToday», CH Media lancerà la sua quinta **piattaforma di notizie** convergenti nel terzo trimestre del prossimo anno (10.11.2021).

MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

Osservazioni metodologiche

Monitoraggio media Svizzera studia l'ingresso 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