

Gruppo Corriere del Ticino

Ritratto

Il Gruppo Corriere del Ticino con sede a Muzzano (TI) è la principale impresa mediatica privata della Svizzera italiana. La Società Editrice del Corriere del Ticino SA è responsabile delle attività strategiche.

L'impresa mediatica pubblica il **Corriere del Ticino**, il quotidiano con maggiore numero di abbonamenti della Svizzera italiana, il portale di notizie **ticonews.ch** e cura un'emittente radiofonica nonché un'emittente TV: **Radio3i** e **TeleTicino**. Il gruppo detiene inoltre partecipazioni di minoranza di un'altra emittente radiofonica, Radio Fiume Ticino, dell'impresa mediatica Rezzonico SA e del sito web **tio.ch** (20 minuti).

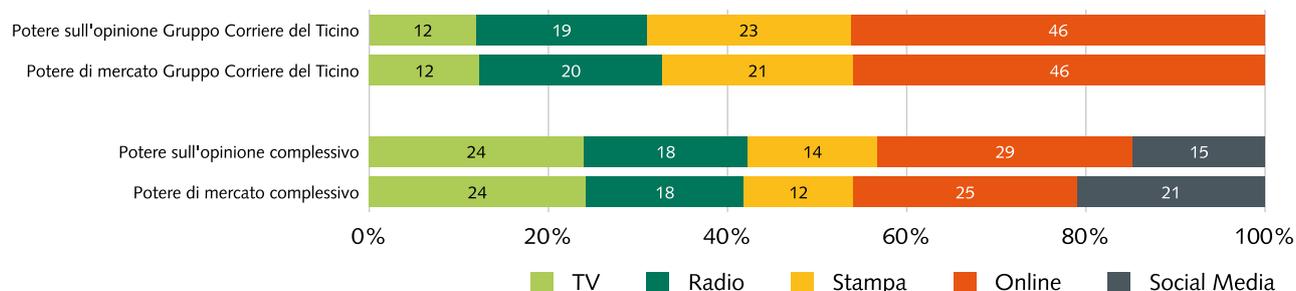
Informazioni di base

CORRIERE DEL TICINO
GRUPPO

Sede aziendale:	Muzzano
Nome nel registro di commercio:	Corriere del Ticino Holding SA
Azionariato:	Proprietà familiare
Cifre d'affari:	Non disponibili
Campione analizzato:	4 media brand

Fig. 1: Potere sull'opinione e potere di mercato – punti centrali dell'attività editoriale di Gruppo Corriere del Ticino

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

- > Il chiaro **punto centrale** è l'**online** con il **46%** di potenziale di potere sull'opinione e altrettanto potere di mercato complessivo del Gruppo Corriere del Ticino
- > La **stampa** è seconda colonna portante, che rappresenta il **23%** del potere sull'opinione e il **21%** del potere di mercato del gruppo industriale
- > La **radio** con il **19%** e risp. il **20%** del potere sull'opinione e di mercato del Gruppo Corriere del Ticino, la **TV** scende ancora con rispettivamente il **12%**
- > **Aumento del potere sull'opinione** dell'online (+8), calo per la radio (-4), la stampa (-3), e la TV (-1) dal 2020
- > **Potere dell'opinione svizzero** complessivo: online (29%) davanti a TV (24%), radio (18%), social media (15%) e stampa (14%)

Fig. 2: Potere sull'opinione regionale del Gruppo Corriere del Ticino

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



Publicom 2022

Potere sull'opinione molto elevato:

-

Ampio potere sull'opinione:

> Ticino al 3° posto con il 20% e Svizzera italiana anche al 3° posto con il 20%

Medio potere sull'opinione:

-

Piccolo potere sull'opinione:

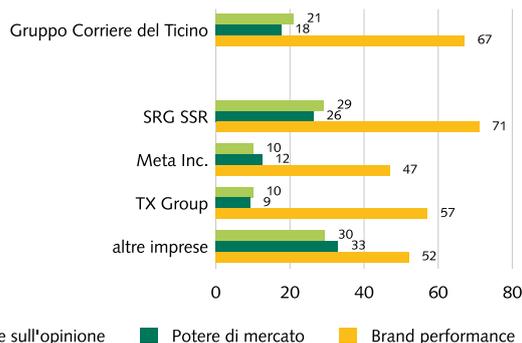
-

Non presente nell'intera Svizzera francese nonché nella Svizzera tedesca

Fig. 3: Potere sull'opinione del Gruppo Corriere del Ticino: confronto con la concorrenza / potere sull'opinione media brand

A sinistra: quote dei primi 5 gruppi industriali del potere sull'opinione e di mercato in Ticino, valori medi per brand performance (indice da 0 a 100)
A destra: potere sull'opinione del Gruppo Corriere del Ticino – media brand in Ticino (valori dell'indice da 0 a 100)

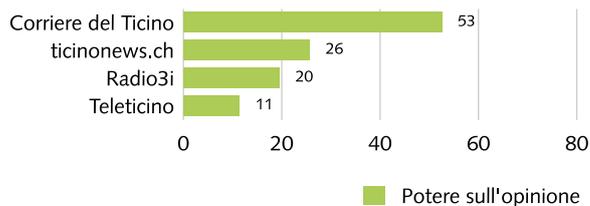
Ticino



■ Potere sull'opinione ■ Potere di mercato ■ Brand performance

Publicom 2022

Ticino



Publicom 2022

- > In Ticino, il **Gruppo Corriere del Ticino** è al **2° posto** per il **potere sull'opinione** (20%) e per il **potere di mercato** (18%), chiaramente dietro a SRG SSR (32% del potere sull'opinione), ma nettamente davanti a Meta (10%) e TX Group (9%)
- > Buona **brand performance qualitativa** in Ticino: il Gruppo Corriere del Ticino appena dietro a SRG SSR (71), ma nettamente davanti a TX Group (57)
- > Il Corriere del Ticino è il marchio più forte del **potere sull'opinione** del Gruppo Corriere del Ticino; complessivamente è al **1° posto** in Ticino con 53 punti dell'indice, davanti a RSI LA 1 (46), tio.ch (39) e Rete Uno (38)

- > **Ticinonews.ch** è il secondo marchio più forte del Gruppo Corriere del Ticino (26) con solo la metà del potere sull'opinione rispetto al Corriere, #8 in Ticino
- > Più indietro **Radio3i** (al 3° posto per il Gruppo Corriere del Ticino e al 13° posto in Ticino) e **teleticino** (al 4° posto per il Gruppo Corriere del Ticino e al 17° posto in Ticino)

Cambiamenti importanti

- > Matteo Pelli lascerà «TeleTicino» e «Radio3i» dal 1° agosto 2021 e sarà sostituito nel **ruolo di direttore** da Sacha Dalcol (28.05.2021).
- > Dall'inizio dell'anno, Goldbach commercializza l'intero **portfolio** del Gruppo Corriere del Ticino (20.01.2021).

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