

## Ringier

### Ritratto

Ringier è un gruppo industriale di media e intrattenimento con sede a Zofingen. Questa **azienda a conduzione familiare** realizza quasi l'80% del fatturato in Svizzera, il resto soprattutto nell'Europa dell'est e in piccola parte in Asia e Africa. In Svizzera, Ringier è editrice di due **quotidiani**, un **giornale della domenica**, una testata finanziaria e un portale finanziario, oltre a curare tre **programmi radio** regionali. Ogni marchio possiede la sua rispettiva versione **online**. Nel 2020, è stato lanciato il **canale televisivo digitale** «Blick TV». Nel 2016, in Svizzera, le **riviste** Axel Springer sono state riunite nel portafoglio di Ringier nell'ambito di una joint venture 50/50.

Nella forte **attività digitale**, il punto chiave sono i marketplace e altre attività di e-commerce. La **commercializzazione** avviene nell'affiliata **Admeira**, che appartiene al 100% a Ringier dal 2020.

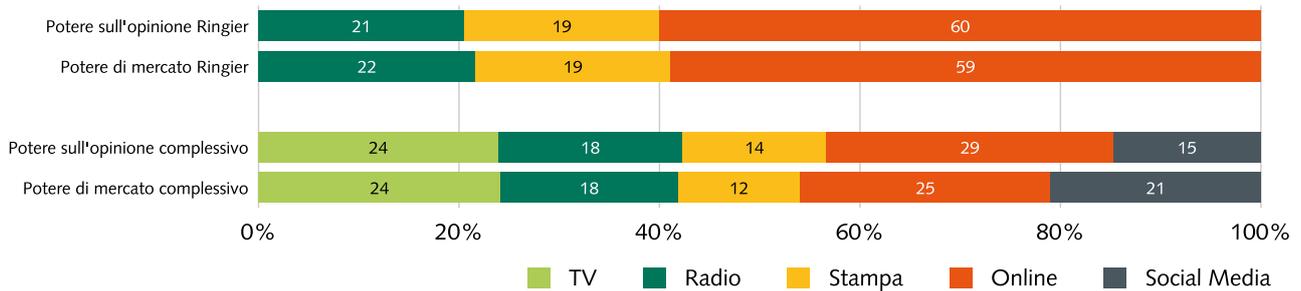
### Informazioni di base



|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| Sede aziendale:                 | Zofingen   |
| Nome nel registro di commercio: | Ringier AG   |
| Azionariato:                    | Proprietà familiare  |
| Fatturato 2021 (mio. CHF):      | 865,3 (+1,2% dal 2020)   |
| Utile 2021 (mio. CHF):          | 123,7 (+46,6% dal 2020)  |
| Collaboratori 2021:             | 6369 (-6,1% dal 2020)  |
| Struttura del guadagno:         | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 60% da ricavi digitali</li> <li>&gt; 18% da ricavi di vendita</li> <li>&gt; 9% da ricavi di annunci</li> <li>&gt; 6% dal settore della stampa</li> <li>&gt; 7% altri ricavi</li> </ul> |
| Campione analizzato:            | 7 media brand  |

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

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



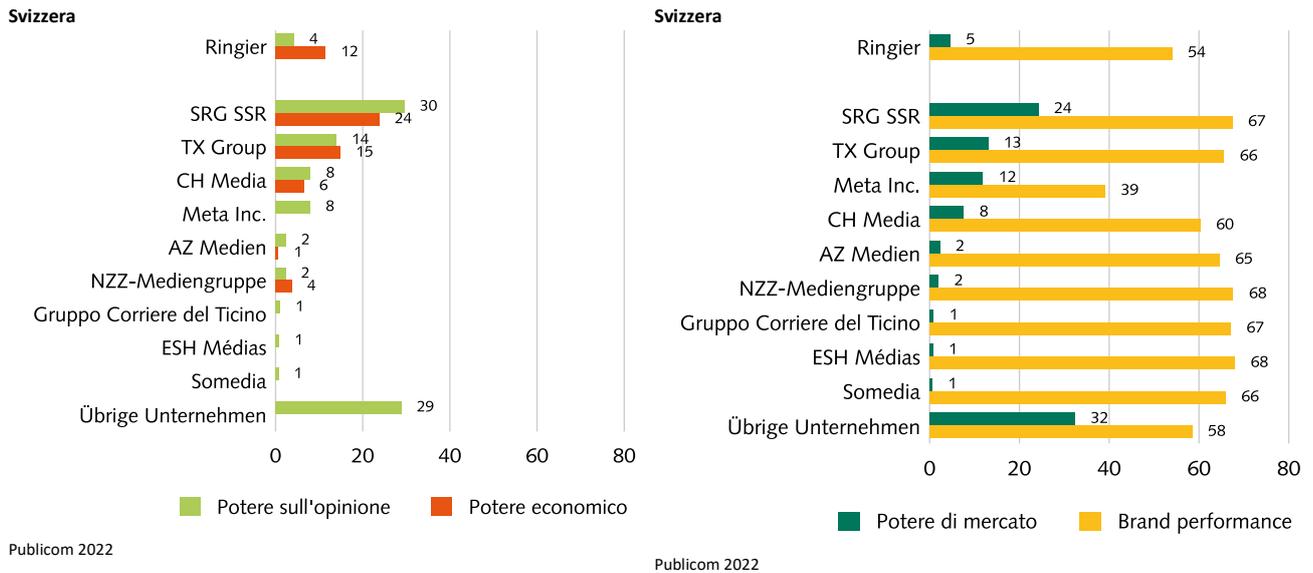
Publicom 2022

- > Primo **punto chiave** è l'**online** con il **60%** di potenziale di potere sull'opinione e il **59%** del potere di mercato complessivo di Ringier
- > La seconda colonna portante svizzera è la **stampa**, che raggiunge il **21%** di potenziale di potere sull'opinione e il **22%** di potere di mercato del gruppo industriale
- > La **radio** con il **19%** di potenziale di potere sull'opinione di Ringier e **19%** di potere di mercato
- > **Aumento del potere sull'opinione** della stampa (+5), calo per l'**online** (-4) e per la radio (-2) dal 2020
- > **Mercato dell'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 – Ringier 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)



- > A livello nazionale, **Ringier** ottiene il **quinto maggiore potenziale di potere sull'opinione** (4%) e il **terzo più forte potere economico** (12%) fra tutti i gruppi industriali
- > Il **potere sull'opinione** di Ringier è chiaramente inferiore a quello di SRG SSR, TX Group, Meta e CH Media, nettamente superiore a NZZ-Mediengruppe e AZ Medien

- > Ringier realizza ancora la **brand performance qualitativa più esigua** tra tutti i maggiori gruppi industriali svizzeri (valore medio di 54), collocandosi tuttavia chiaramente davanti a Meta
- > Ringier possiede il quinto maggiore **potere di mercato** nazionale, si posta (chiaramente) dietro a SRG SSR, TX Group, Meta e CH Media

**Fig. 3: Potere sull'opinione regionale di Ringier**

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:**

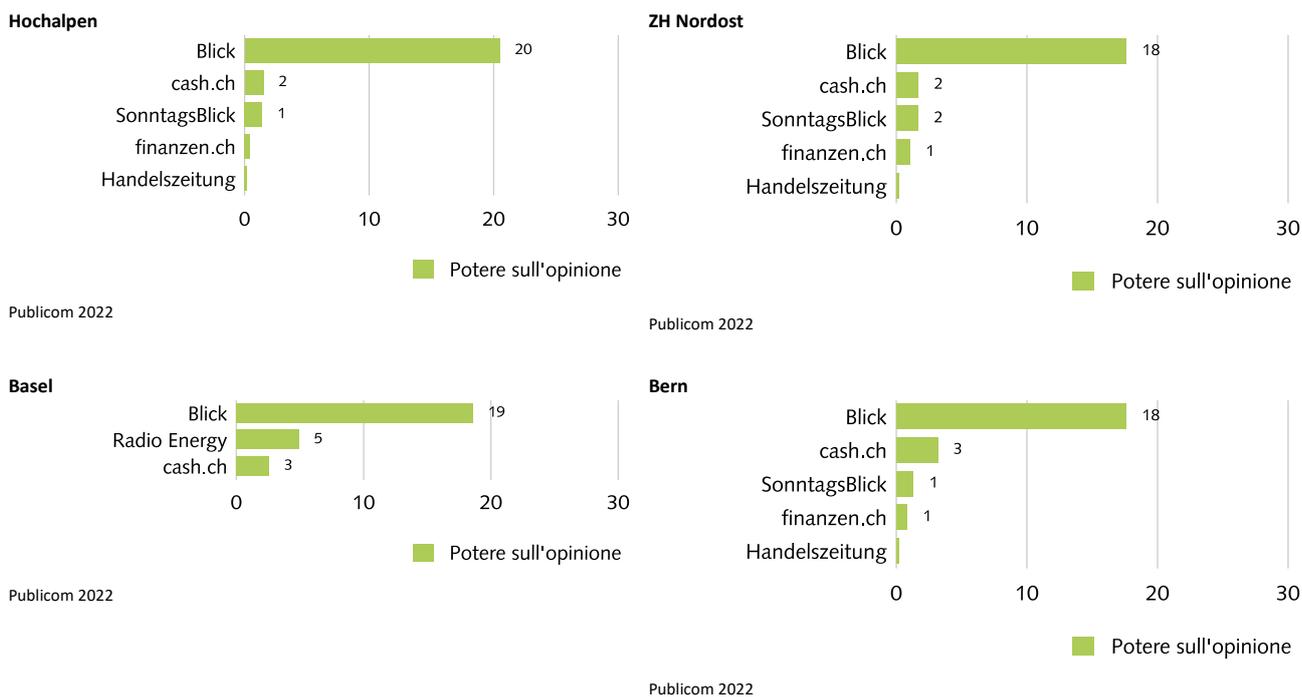
- > Basel e Bern al 5° posto con rispettivamente il 7%
- > Hochalpen e Zürich/See al 5° posto; Zürich Nordost, Zürich Nordwest e Mittelland al 6° posto con rispettivamente il 6%
- > Zentralschweiz e St. Gallen al 6° posto; Graubünden al 7° posto con rispettivamente il 5%
- > Svizzera tedesca al 7° posto con il 3%
- > Tutta la Svizzera al 7° posto con il 2%
- > Svizzera francese al 6° posto con il 0,7%

**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 Ringier: i media brand di maggiore forza in regioni selezionate**

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



- > **Blick** è chiaramente il marchio più forte di Ringier in quanto a potere sull'opinione; il tabloid è al **9°** posto in Svizzera e al **8°** posto nella Svizzera tedesca e ottiene in entrambe il **secondo maggiore potere sull'opinione tra tutti i marchi di stampa** (chiaramente dietro a 20 Minuten)
- > **Blick** è molto forte in Hochalpen (#8) e detiene un potere sull'opinione pari a 20 punti; anche forte nel Mittelland (19), Zentralschweiz, Graubünden e Bern (rispettivamente 18 punti); Basel, St. Gallen e Zürich Nordost (rispettivamente 17)

- > **Radio Energy** è al 2° posto di Ringier (a livello nazionale al 28° e nella Svizzera tedesca al 22° posto)
- > Segue **cash.ch** (a livello nazionale al 69° e nella Svizzera tedesca al 48° posto)

## Cambiamenti importanti

- > **Vendita** di quote della società operativa di geschenkidee.ch a un gruppo di investitori svizzeri (03.12.2021).
- > Il single sign-on «OneLog» è stato attivato. All'attuale **alleanza digitale** di TX Group si aggiungeranno nei prossimi mesi anche CH Media, NZZ e SRG SSR (01.09.2021).
- > CH Media **acquisisce la quota** del 20% di Netbasket AG in Radio 32. Ringier mantiene quindi il 21,82% (08.07.2021).
- > **Acquisizione** della quota di maggioranza della società bulgara Sportal Media Group e di Digital Ventures OOD (17.03.2021).
- > 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).
- > **Costituzione di una società per azioni indipendente** del Gruppo TX a partire dal gennaio 2021 con il nome di «TX Markets» (13.01.2021).

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