

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 sangallese di Haag.

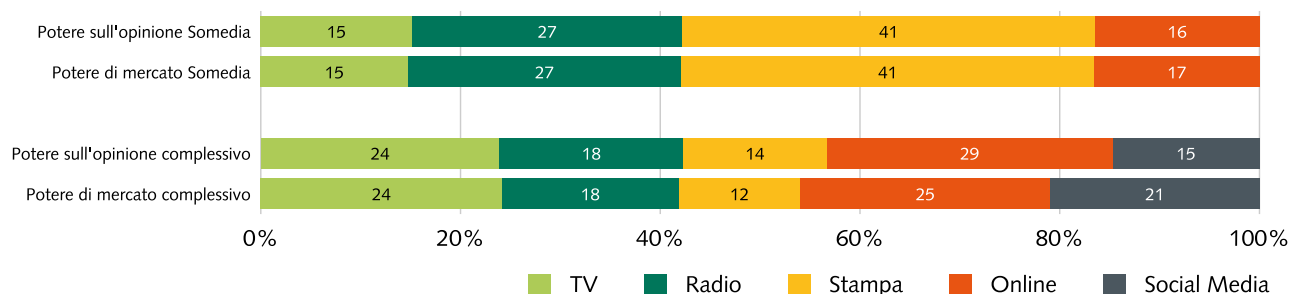
Informazioni di base

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 2022

- > **Primo punto chiave** è la **stampa** con il **41%** di potenziale di potere sull'opinione e il 41% del potere di mercato complessivo di Somedia
- > La seconda colonna portante è la **radio**, che ottiene il **27%** di potere sull'opinione e lo stesso di potere di mercato del gruppo industriale
- > La **TV** contribuisce con il **15%** di potere sull'opinione e il 15% di potere di mercato di Somedia
- > L'**online** assicurassi rispettivamente il 16% di potere sull'opinione e il 17% di potere di mercato di Somedia
- > **Aumento del potere sull'opinione** dell'online (+17), calo per la stampa (-14), per la TV (-2) e per la radio (-1) dal 2020
- > **Mercato dell'opinione svizzero** complessivo: online (29%) davanti a TV (24%), radio (18%), social media (15%) e stampa (14%)

Fig. 2: Potere sull'opinione regionale di Samedia

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:

> Graubünden al 3° posto con il 12%

Piccolo potere sull'opinione:

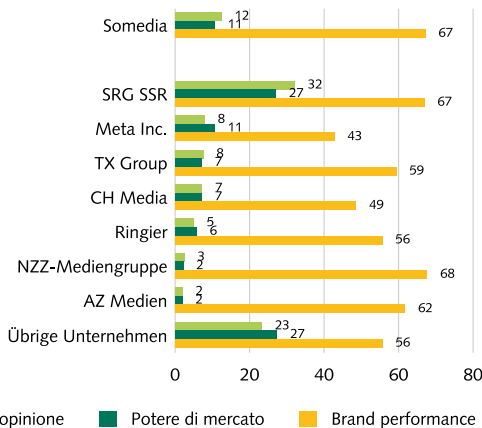
> Zürich/See al 9° posto con il 2%

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

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

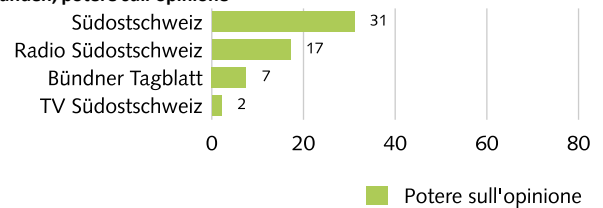
Valori medi per brand performance (indice da 0 a 100) / potere sull'opinione dei media brand Samedia nel Graubünden (valori dell'indice da 0 a 100)

Graubünden



Publicom 2022

Graubünden, potere sull'opinione



Publicom 2022

- > Nel **Graubünden**, Samedia è al **2° posto di potere sull'opinione** (12%) e di potere di mercato (11%), chiaramente dietro a SRG SSR (31% di potere sull'opinione), ma nettamente davanti a Meta (11%) e TX Group (7%)
- > Samedia registra una **brand performance qualitativa mediana** (valore medio di 67), appena indietro a NZZ-Mediengruppe (68) e SRG SSR (67), ancora davanti a AZ Medien (62) e TX Group (59)

- > Il quotidiano **Südostschweiz** è il marchio più forte di potere sull'opinione di Samedia; complessivamente al 2° posto nel **Graubünden**, dietro a SRF 1
- > **Radio Südostschweiz** è il secondo più forte marchio di Samedia nello spazio mediatico Graubünden, collocandosi all'11° posto
- > Più indietro sono **Bündner Tagblatt** (#3 di Samedia e al 22° posto nel Graubünden) e soprattutto **TV Südostschweiz** (#4 di Samedia e al 39° posto nel Graubünden)

Cambiamenti importanti

- > Samedia e l'agenzia MarTech Think11 GmbH fondano insieme una **nuova agenzia di marketing e tecnologia pubblicitaria** per il mercato svizzero. La nuova agenzia «Think11 Switzerland» con sedi a Coira e Zurigo supporta le aziende nella trasformazione dei dati digitali in un reale valore aggiunto nel marketing online (17.05.2021).

- > Samedia Learning **acquisisce** l'agenzia HK Learning di Baden con effetto retroattivo dal 1° gennaio 2021, riaffermando così il suo impegno nel settore in crescita dell'istruzione e della formazione digitale iniziato l'anno scorso (22.02.2021).

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