

CH Media

Ritratto

CH Media è nata nel 2018 come **joint venture** di NZZ Mediengruppe 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 l'espansione dell'offerta online.

Informazioni di base

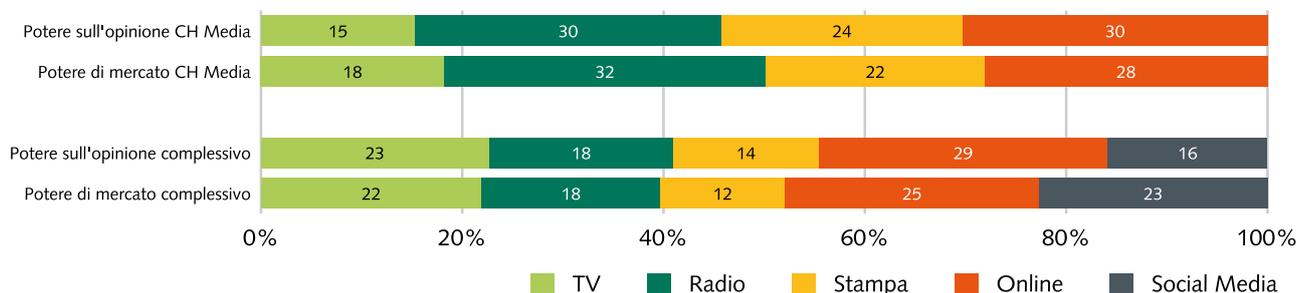


Sede aziendale:	Aarau
Nome nel registro di commercio:	CH Media Holding AG
Azionariato:	AZ Medien e NZZ-Mediengruppe
Fatturato 2022 (mio. CHF):	430.2 (+3.5% dal 2021)
Utile 2022 (mio. CHF):	20.7 (-40.5% dal 2021)
Collaboratori 2022:	ca. 1800 posti di lavoro a tempo pieno (invariato dal 2021)
Campione analizzato:	31 media brand

CH Media per il 2022 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 2023

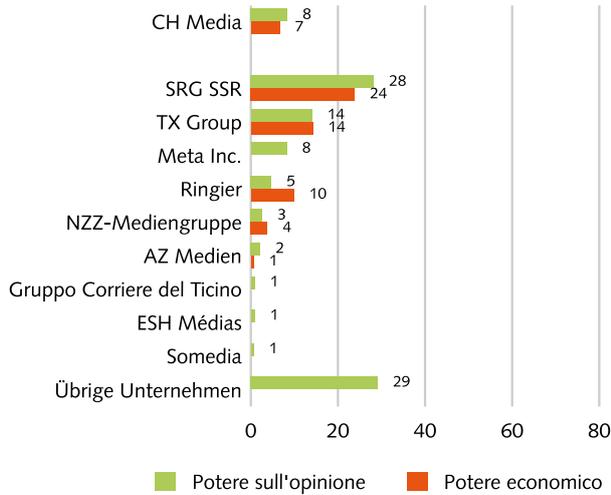
- > La **radio** rappresenta il **30%** del potenziale di potere sull'opinione di CH Media seguita dall'**online** con il **30%**, dalla **stampa** con il **24%** e dalla **TV** con soltanto il **15%**
- > La **radio** è anche in testa nel **potere di mercato** con il **32%**, seguita chiaramente indietro dall'**online** con il **28%**, la **stampa** è al terzo posto con il **22%** e la **TV** al quarto con il **18%**.
- > **Aumento del potere sull'opinione** dal 2021 per la stampa (+3) e l'online (+1), calo per la radio (-2) e la TV (-1)
- > **Potere sull'opinione** totale in Svizzera: online (29%) davanti a TV (23%), radio (18%), social media (16%) e stampa (14%)

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)

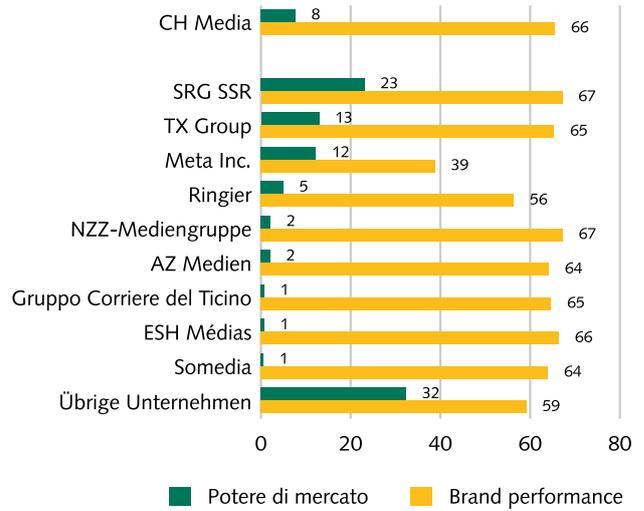
Svizzera



Publicom 2023

- > CH Media è al 4° posto nel **potere sull'opinione** nazionale (8%), dietro a SRG SSR, TX Group davanti a Meta
- > CH Media anche al 4° posto nel **potere economico** (6%) dei gruppi industriali svizzeri; dietro a SRG SSR con il 28%, TX Group (14%) e Ringier (10%)

Svizzera



Publicom 2023

- > CH Media #4 in riguardo alla **brand performance qualitativa** (valore medio di 62) dopo ESH Médias seguito da TX Group
- > CH Media è #5 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 2023

Potere sull'opinione molto elevato:

Ampio potere sull'opinione:

- > - St. Gallen #2 con il 24%

Medio potere sull'opinione:

- > Zentralschweiz al 3° posto con il 19%
- > Mittelland al 3° posto con il 16%
- > Zürich Nordwest al 4° posto con il 14%
- > Svizzera tedesca al 4° posto con il 12%

Piccolo potere sull'opinione:

- > Tutta la Svizzera al 4° posto con il 8%
- > Zürich Nordost e Graubünden al 4° posto con rispettivamente il 7%
- > Basel al 6° posto con il 6%
- > Zürich/See al 7° posto con il 5%
- > Bern al 8° posto con il 3%
- > Hochalpen al 8° posto con il 1%

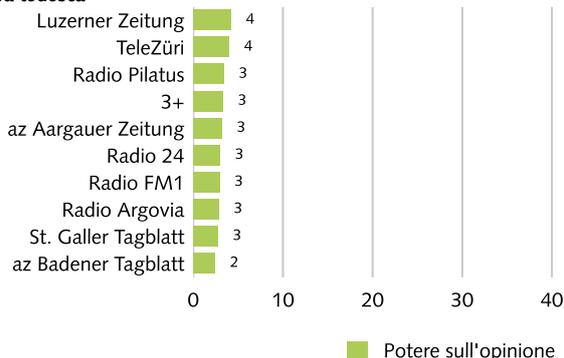
Non presente nella Svizzera francese (spazi mediatici Genève, Vaud/Fribourg/Valais, Arc Jurassien) e nella Svizzera italiana (Ticino)

MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

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

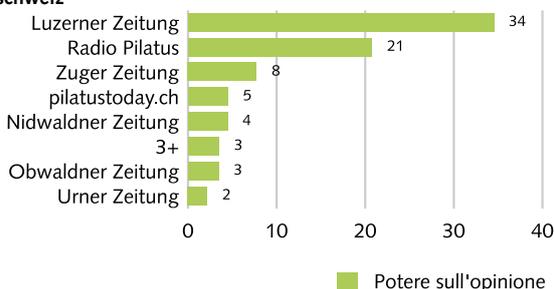
Potere sull'opinione dei media brand negli spazi mediatici locali-regionali e nella Svizzera tedesca (valori dell'indice da 0 a 100)

Svizzera tedesca



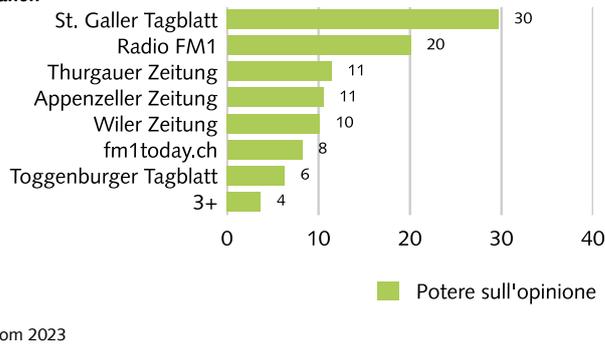
Publicum 2023

Zentralschweiz



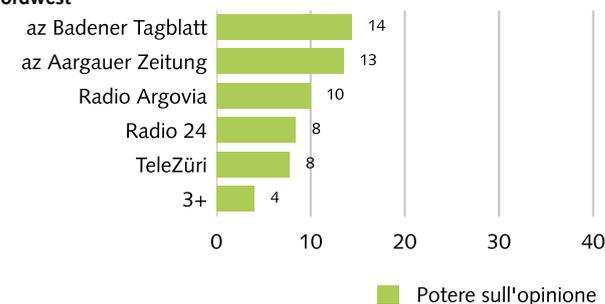
Publicum 2023

St. Gallen



Publicum 2023

ZH Nordwest



Publicum 2023

- > **Luzerner Zeitung** è il marchio **più forte** di CH Media in termini di potere d'opinione, è il **25°** in assoluto nella Svizzera tedesca e il **1°** nella Svizzera centrale, **Radio Pilatus** il **3°** anche in Svizzera centrale
- > **TeleZüri** #2 per CH Media (totale #33)

- > **St. Gallen: St. Galler Tagblatt** #2 e **Radio FM1** #6 con il maggior potere d'opinione da parte di CH Media
- > **Badener Tagblatt** e **Aargauer Zeitung** a **Zürich Nordwest** con il maggiore e il secondo potere sull'opinione regionale di CH Media (#11/#12)

Cambiamenti importanti

- > CH Media e Sunrise UPC si uniscono per formare una nuova joint venture. Il servizio di streaming Oneplus di CH Media diventerà parte integrante dell'offerta televisiva di Sunrise UPC. Allo stesso tempo, Sunrise UPC acquisirà una partecipazione del 20% in CH Media TV AG (04.03.2022)
- > Tutti i team di CH Media di TV, radio e online si sono trasferiti nella nuova sede centrale di Zurigo Nord e operano ora in modo convergente sotto un unico tetto (17.03.2022)
- > Il Bieler Tagblatt (Gassmann Media) collaborerà con la redazione centrale di CH Media a partire dalla metà dell'anno e si occuperà delle notizie nazionali e internazionali. Ciò significa che farà parte anche della rete "Schweiz am Wochenende". (30.03.2022)
- > CH Media è ora proprietaria a tutti gli effetti dell'emittente regionale di Soletta Radio 32. Il 3 giugno la società di media ha rilevato la quota rimanente del 21,82% dal precedente proprietario Zofinger Tagblatt. (08.06.2022)
- > Nel primo trimestre del 2023, AZ Medien acquista da NZZ il 15% delle azioni della joint venture CH Media e ne rileva la maggioranza con il 65%. Allo stesso tempo, CH Media acquisisce da AZ Medien una partecipazione di maggioranza in FixxPunkt AG, la società madre del portale di notizie "Watson", e Michael Wanner, attuale amministratore delegato di "Watson", sostituisce Axel Wüstmann come CEO di CH Media. (30.06.2022)

- > Lanciata la quinta piattaforma online regionale "BärnToday" (04.08.2022)
- > CH Media adegua la propria organizzazione e fonde le divisioni TV Regional e Radio con una nuova divisione "Regional Electronic Media" (REM) a partire dal 1° settembre 2022. La nuova divisione comprenderà anche il centro di profitto di nuova creazione "Today", in cui confluiranno i portali convergenti di notizie "FM1Today", "PilatusToday", "Argovia-Today", "ZüriToday" e "BärnToday". La direzione della nuova divisione, così come quella del centro di profitto, sarà assunta da Florian Wanner. Oliver Steffen, in qualità di caporedattore dei media elettronici regionali, assumerà la responsabilità editoriale complessiva di tutti i media elettronici regionali della TV Regional, dei portali Today e di tutte le stazioni radio. Le singole stazioni manterranno i propri caporedattori. (18.08.2022)
- > CH Media rileva le stazioni radio "Central" e "Sunshine" rispettivamente da Radio Central AG e Radio Sunshine AG con effetto retroattivo dal 1° gennaio 2022 (21.09.2022)
- > Il servizio di streaming CH Media "oneplus", lanciato nel novembre 2021, è ora disponibile anche su Apple TV, Android TV e Samsung TV. Finora il servizio era disponibile in streaming tramite una versione desktop e un'applicazione per iOS e Android, sul Quickline TV box e sul Sunrise TV box. (28.09.2022)
- > CH Media lancia due siti web nella Svizzera orientale e quattro nella Svizzera centrale, ciascuno con un giornale elettronico e un'app di notizie. I marchi "Thurgauer Zeitung" e "Appenzeller Zeitung" avranno una propria presenza su web e app, mentre nella Svizzera centrale i marchi "Zuger Zeitung", "Nidwaldner

MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

- > CH Media amplia il proprio portafoglio includendo la regione di Soletta e lanciando così la sesta piattaforma di notizie regionali chiamata "32Today" nel primo trimestre del 2023. (07.07.2022)
- Zeitung", "Obwaldner Zeitung" e "Urner Zeitung". Finora i marchi della Svizzera orientale condividevano la loro presenza sul web con il "St. Galler Tagblatt" e le testate della Svizzera centrale con la "Luzerner Zeitung". (26.10.2022)

Osservazioni metodologiche

Monitoraggio media Svizzera studia l'influsso di un totale di **176 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