

ESH Médias

Ritratto

Gruppo ESH Médias (Edition Suisse Holding SA, prima: Hersant) con sede a Neuchâtel pubblica quotidiani nei cantoni Neuchâtel (ArcInfo), Vallese (Le Nouvelliste) e Vaud (La Côte). ArcInfo è nata nel 2018 dalla fusione delle testate L'Impartial (La Chaux-de-Fonds) e L'Express (Neuchâtel). Il predecessore di L'Express, ovvero il Feuille d'avis de Neuchâtel, è stato fondato nel 1738 ed è il quotidiano più antico della Svizzera (il Neue Zürcher Zeitung è stato fondato nel 1780).

Informazioni di base

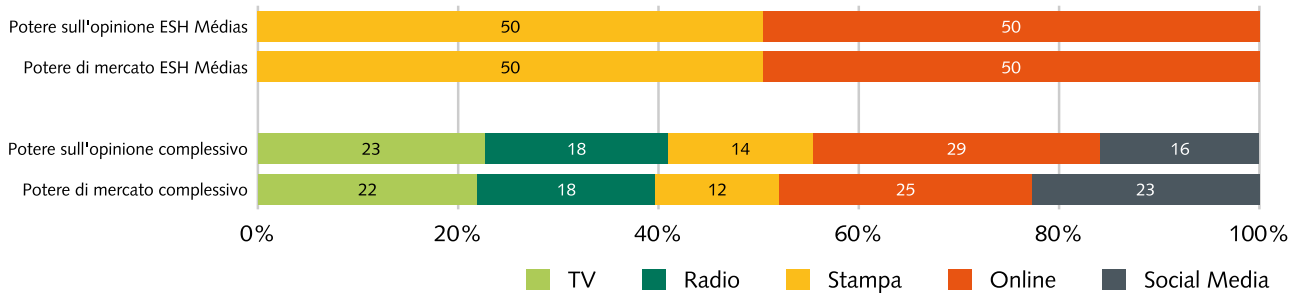


Sede aziendale:	Neuchâtel
Nome nel registro di commercio:	ESH Editions Suisses Holding SA
Azionariato:	Sconosciuto
Cifre d'affari:	Non disponibili
Campione analizzato:	3 media brand

ESH Médias pubblica informazioni sulla propria azienda solo in maniera molto limitata.

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

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

- > **Non c'è un punto** centrale chiaro in ESH Médias
- > **Online e stampa**, ciascuno con il 50% del potenziale di opinione e il 50% del potere di mercato di ESH Médias
- > **Nessuna attività** propria di ESH Médias in TV e radio
- > **Aumento del potere sull'opinione** della stampa (+2), calo per l'online (-2) dal 2021
- > **Mercato d'opinione svizzero** complessivo: online (29%) davanti a TV (23%), radio (18%), social media (16%) e stampa (14%)

Fig. 2: Potere sull'opinione regionale di ESH Médias

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



- Potere sull'opinione molto elevato:**
-
- Ampio potere sull'opinione:**
-
- Medio potere sull'opinione:**
-
- Piccolo potere sull'opinione:**
 - > Arc Jurassien: #4 con il 9%
 - > Svizzera francese e Vaud/Fribourg/Valais: #5 con rispettivamente il 4%
 - > Genève: #5 con il 2%
 - > Tutta la Svizzera: #5 con il 1%
- Non presente** nella Svizzera tedesca e italiana

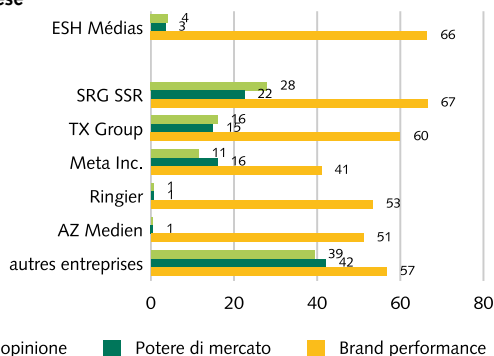
Publicom 2023

MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

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

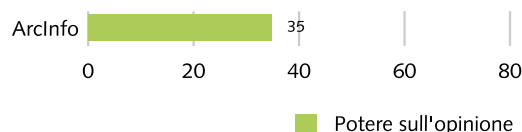
A sinistra: quote dei primi 5 gruppi industriali del potere sull'opinione e di mercato nella Svizzera francese; valori medi per brand performance (indice da 0 a 100)
 A destra: potere sull'opinione dei media brand di ESH Médias nelle regioni Arc Jurassien, Vaud/Fribourg/Valais e Genève (valore dell'indice da 0 a 100)

Svizzera francese



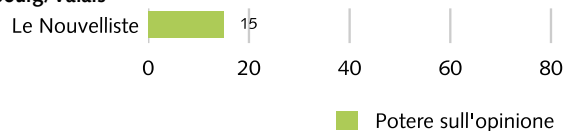
Publicom 2023

Arc Jurassien



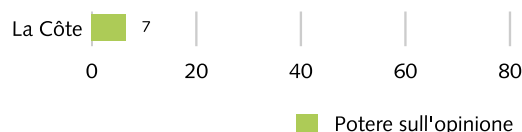
Publicom 2023

Vaud/Fribourg/Valais



Publicom 2023

Genève



Publicom 2023

- > **ESH Médias** è al 4° posto nella Svizzera francese in riguardo al potere sull'opinione (4%) e al potere di mercato (3%), chiaramente indietro a SRG SSR (28% di potere sull'opinione), TX Group (16%) e Meta (11%), ma davanti a Ringier (1%)
- > ESH Médias raggiunge la **seconda più forte brand performance qualitativa** di tutti i gruppi industriali della Svizzera francese (valore medio di 62), dietro a SRG SSR (66), ma davanti a TX Group (60), Ringier (53), AZ Medien (51), e di gran lunga a Meta (41)

- > **Le Nouvelliste** è al 1° posto per il potere sull'opinione di ESH Médias, al 9° posto per il potere sull'opinione dei marchi a **Vaud/Fribourg/Valais**
- > **ArcInfo** è al 2° posto per ESH Médias e al 1° posto nell'**Arc Jurassien**
- > **La Côte** è al 16° posto per il potere d'opinione nello spazio mediatico **Genève**
- > Potere sull'opinione nella **Svizzera francese**: **Le Nouvelliste** al 14° posto nel confronto dei marchi (e quindi complessivamente il marchio più forte di ESH Médias), **ArcInfo** al 24° posto, **La Côte** in svantaggio al 36° posto

Cambiamenti importanti

- > **ESH Médias** ha firmato a fine aprile un accordo di collaborazione con il quotidiano friburghese "La Liberté", che fornisce al gruppo mediatico articoli per le pagine nazionali, estere ed economiche dei quotidiani "Arcin-fo", "Le Nouvelliste" e "La Côte". (04.01.2022)

MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

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