

## Ringier

### Ritratto

Ringier è un gruppo industriale di media e intrattenimento con sede a Zofingen. Questa **azienda a conduzione familiare** realizza quasi il 67% 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.

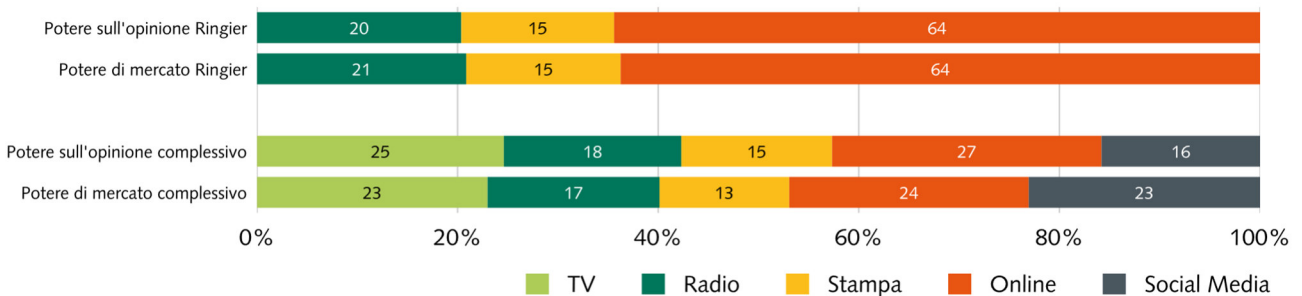
### Informazioni di base



Sede aziendale:	Zofingen
Nome nel registro di commercio:	Ringier AG
Azionariato:	Proprietà familiare
Fatturato 2023 (mio. CHF):	918.9 (-1.5% dal 2022)
Utile 2023 (mio. CHF):	105.5 (+0.6% dal 2022)
Collaboratori 2023:	6'571 (+1.3% dal 2022)
Struttura del guadagno:	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 58% da ricavi digitali</li> <li>&gt; 18% da ricavi di vendita</li> <li>&gt; 10% 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 2024

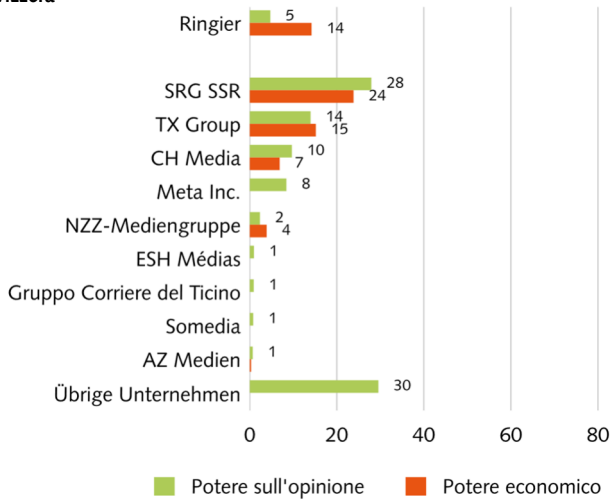
- > Primo **punto chiave** è l'**online** con il **64%** di potenziale di potere sull'opinione e del potere di mercato complessivo di Ringier
- > La seconda colonna portante svizzera è la **radio**, che raggiunge il **20%** di potenziale di potere sull'opinione e il **21%** di potere di mercato del gruppo industriale
- > La **stampa** con il **15%** di potenziale di potere sull'opinione di Ringier e di potere di mercato
- > Non ci sono dati sulle attività televisive di Ringier a causa della mancanza di dati di portata.
- > **Aumento del potere sull'opinione** dal 2022 per la TV (+2) e la stampa (+1), **calo** per l'online (-2)
- > **Potere sull'opinione** totale in Svizzera: online (27%) davanti a TV (25%), radio (18%), social media (16%) e stampa (15%)

# 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)

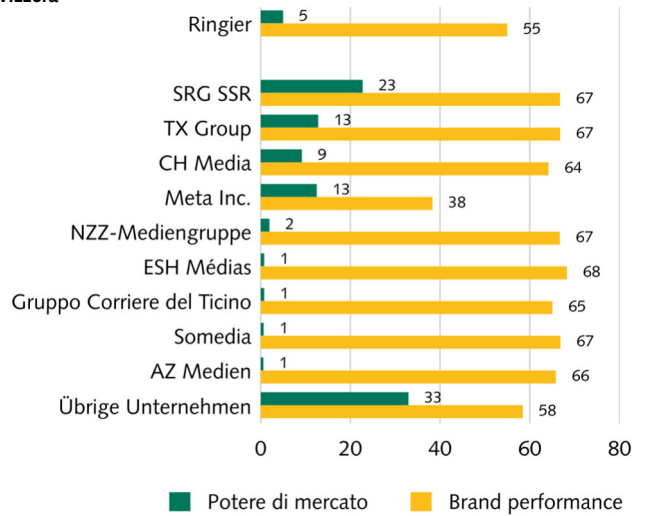
Svizzera



Publicom 2024

- > A livello nazionale, **Ringier** ottiene il **quinto maggiore potenziale di potere sull'opinione (5%)** e il **terzo più forte potere economico (14%)** fra tutti i gruppi industriali
- > Il **potere sull'opinione** di Ringier è inferiore a quello di SRG SSR, TX Group, CH Media e Meta, superiore a NZZ-Mediengruppe

Svizzera



Publicom 2024

- > Ringier (55) realizza la **brand performance qualitativa più esigua** tra tutti i maggiori gruppi industriali svizzeri, collocandosi tuttavia davanti a Meta
- > Ringier possiede il **quinto maggiore potere di mercato nazionale**, si posta 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 2024

**Potere sull'opinione molto elevato:**

-

**Ampio potere sull'opinione:**

-

**Medio potere sull'opinione:**

-

**Piccolo potere sull'opinione:**

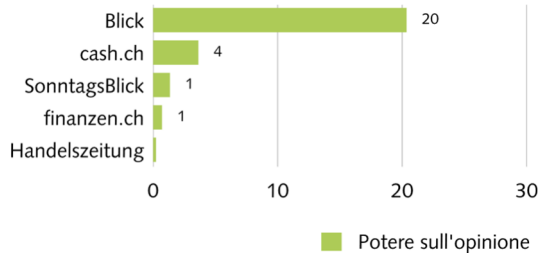
- > Basel #5, Bern #3, ZH Nordwest #5 e Zürich/See #5 rispettivamente con il 7%
- > Mittelland #5, Deutsche Schweiz #5, Hochalpen #4 e Zentralschweiz #5 rispettivamente con il 6%
- > ZH Nordost #5, St. Gallen #5, Graubünden #6 e Ganze Schweiz #5 rispettivamente con il 5%
- > Vaud/Fribourg/Valais #5, Genève #6 e Französische Schweiz #5 rispettivamente con l'1%

**Non presente** nello spazio mediatico Arc Jurassien e Italianische Schweiz (Ticino)

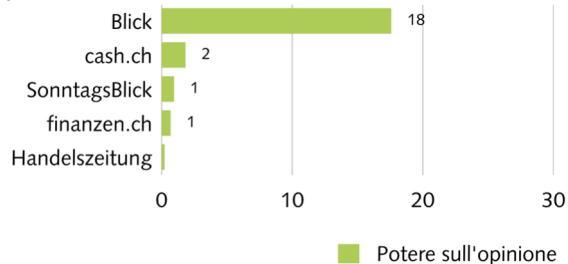
**Fig. 4: Potere sull'opinione di Ringier: i media brand di maggiore forza in regioni selezionate**

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

## Hochalpen

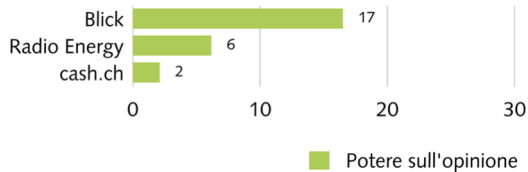


## Graubünden



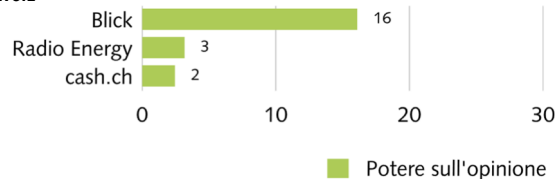
Publicom 2024

## Mittelland



Publicom 2024

## Zentralschweiz



Publicom 2024

Publicom 2024

- > **Blick** è chiaramente il marchio più forte di Ringier in quanto a potere sull'opinione; il tabloid è al 8° posto in Svizzera e al 7° posto nella Svizzera tedesca
- > **Blick** molto forte in **Hochalpen** (#6) con un potere d'opinione di 20 punti; bene anche in **Graubünden** (17); Mittelland (17) e Zentralschweiz (16)

- > **Radio Energy** è al 2° posto di Ringier (a livello nazionale al 22° e nella Svizzera tedesca al 17° posto)
- > Segue **cash.ch** (a livello nazionale al 64° e nella Svizzera tedesca al 47° posto)

## Cambiamenti importanti

- > Nella primavera del 2023, il Blick renderà a pagamento parte dei suoi contenuti sul portale online "blick.ch" (04.10.2022).
- > "Blick TV" ha generalmente interrotto le trasmissioni di notizie in diretta nei fine settimana (21.03.2023).
- > Dopo due anni di esistenza del media online "blick.ch/fr" nella Svizzera francese, la sua redazione sarà ristrutturata e i posti di lavoro saranno ampliati (01.06.2023).
- > Ringier Sports Media Group acquisisce i media sportivi portoghesi "A Bola" (giornale, digitale e TV) e la rivista "AutoFoco" (06.06.2023).
- > "Blick.ch" introduce Blick+, un servizio a pagamento che include informazioni di base, analisi e servizi estesi (14.06.2023).
- > Il canale online "Blick TV" cessa di operare nella sua forma attuale. Non trasmetterà più notiziari quotidiani, concentrandosi invece su notizie dell'ultima ora, programmi speciali e format innovativi. (29.09.2023)
- > A seguito della ristrutturazione dell'area video, "Blick TV" taglia quattro posizioni e mezzo a tempo pieno (23.11.2023).

# MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

## Osservazioni metodologiche

*Monitoraggio media Svizzera* studia l'influsso di un totale di **181 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)