

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 editoriale di famiglia 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 SargansländerDruck AG e a Vaduzer Medienhaus, gestisce un centro di stampa nella città sangallese di Haag.

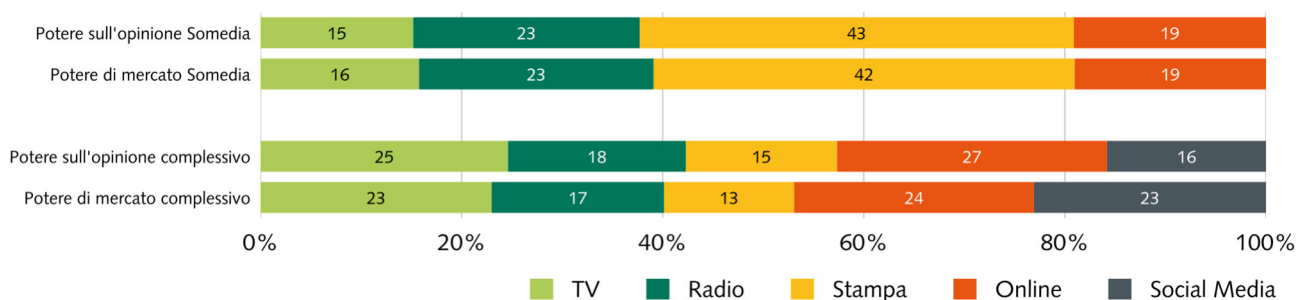
Informazioni di base

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 2024

- > **Primo punto chiave** è la **stampa** con il **43%** di potenziale di potere sull'opinione e il **42%** del potere di mercato complessivo di Somedia
- > La seconda colonna portante è la **radio**, che ottiene il **22%** di potere sull'opinione e lo stesso di potere di mercato del gruppo industriale
- > L'**online** contribuisce con il **19%** e la **TV** con il **15** risp. **16%** di potere sull'opinione e di potere di mercato di Somedia
- > 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%)

Fig. 2: Potere sull'opinione regionale di Somedia

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:

> Graubünden #2 con il 13%

Piccolo potere sull'opinione:

> Zürich/See #7 con il 2%

> Deutsche Schweiz #7 e Ganze Schweiz #9 rispettivamente con l'1%

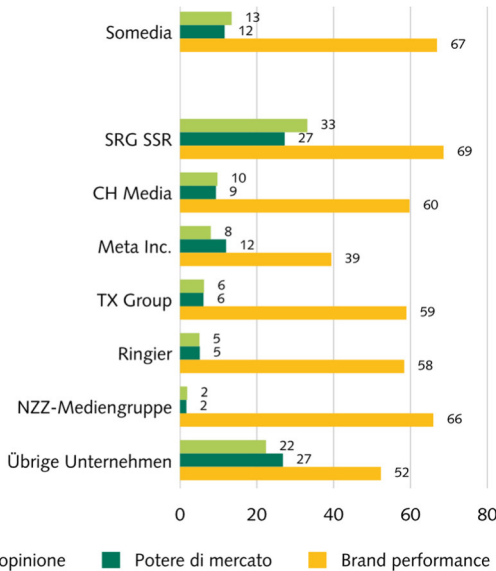
Non presente nello spazio mediatico Französische Schweiz (Genève, Vaud/Fribourg/Valais, Arc Jurassien), Italianische Schweiz (Ticino), Bern, Basel, Zürich Nordwest, Mittelland, Hochalpen, Zentralschweiz, Zürich Nordost e St. Gallen

Publicom 2024

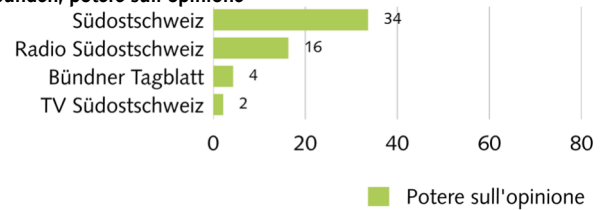
Fig. 3: Somedia: confronto con la concorrenza / potere sull'opinione media brand

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

Graubünden



Graubünden, potere sull'opinione



Publicom 2024

Publicom 2024

- > Nel **Graubünden**, Somedia è al **2° posto di potere sull'opinione** (13%) e di potere di mercato (12%), chiaramente dietro a SRG SSR (33% di potere sull'opinione), ma davanti a CH Media (10%), Meta Inc. (8%), TX Group (6%), Ringier (5%) e NZZ-Mediengruppe (2%)
- > Nel **Graubünden**, Somedia (67) registra una buona **brand performance qualitativa**, appena dietro a SRG SSR (69) e; davanti a NZZ-Mediengruppe (66), CH Media (60), TX Group (59), Ringier (58) e Meta (39)

- > Il quotidiano **Südostschweiz** è il marchio più forte di potere sull'opinione di Somedia; complessivamente al 1° posto nel **Graubünden**, davanti a SRF 1
- > **Radio Südostschweiz** è il secondo più forte marchio di Somedia nello spazio mediatico Graubünden, collocandosi all'10° posto
- > Più indietro sono **Bündner Tagblatt** (#3 di Somedia e al 30° posto nel Graubünden) e soprattutto **TV Südostschweiz** (#4 di Somedia e al 36° posto nel Graubünden)

Cambiamenti importanti

- > Somedia entra nel mercato dei media e delle comunicazioni mediche fondando Somedia Health AG. Nell'ambito di questa iniziativa, Somedia Health acquisisce Helvétè Media, che pubblica due riviste cartacee nella Svizzera francese. (28.08.2023)

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