

MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

Factsheet

Periodo d'indagine 2024

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 Vauduzer Medienhaus, gestisce un centro di stampa nella città sangallese di Haag.

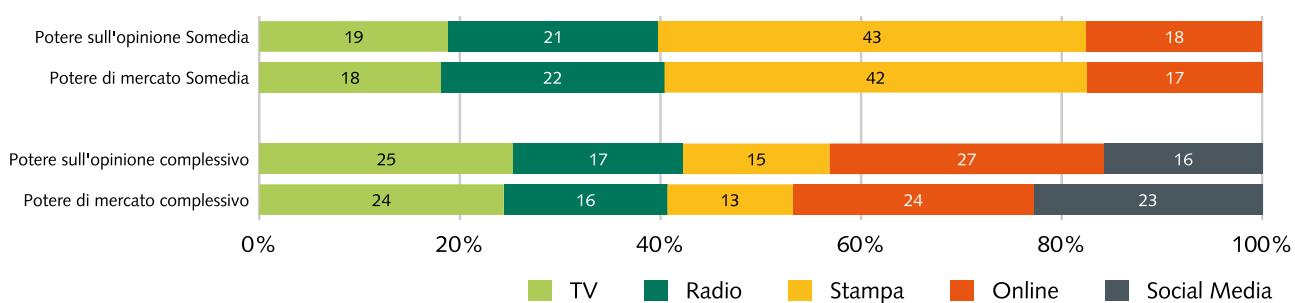
Informazioni di base

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 2025

- > **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 **21%** di potere sull'opinione e il **22%** di potere di mercato del gruppo industriale
- > La **TV** contribuisce con il **19%** di potere sull'opinione e con il **18%** di potere di mercato di Somedia e l'**online** con il **18%** risp. **17%**

- > **Calo del potere sull'opinione** dal 2023 per la radio (-1), nessun cambiamento negli altri tipi die media.
- > **Potere sull'opinione** totale in Svizzera: online (27%) davanti a TV (25%), radio (17%), social media (16%) e stampa (15%)

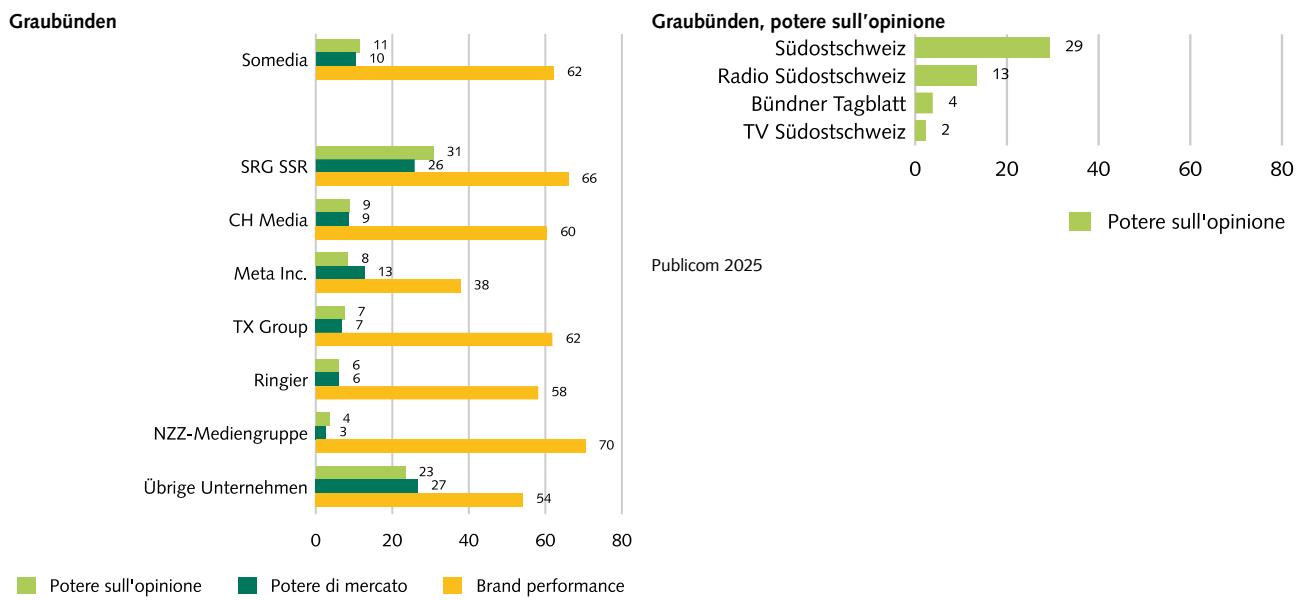
MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

Fig. 2: Potere sull'opinione regionale di Somedia
Quote di potere globale sull'opinione negli spazi mediatici del gruppo industriale



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)



Publicom 2025

- > Nel **Graubünden**, Somedia è al **2° posto di potere sull'opinione** (11%) e di potere di mercato (10%), chiaramente dietro a SRG SSR (31% di potere sull'opinione), ma davanti a CH Media (9%), Meta (8%), TX Group (7%), Ringier (6%) e NZZ-Mediengruppe (4%).
- > Somedia (62) registra una **brand performance qualitativa superiore alla media**, ma nettamente inferiore a quella di NZZ-Mediengruppe (70) e SRG SSR (66), pari a TX Group (62) e davanti a CH Media (60), Ringier (58) e Meta (38).
- > Il quotidiano **Südoestschweiz** è il marchio più forte di potere sull'opinione di Somedia; complessivamente al 2° posto nel **Graubünden**, dietro a SRF 1
- > **Radio Südoestschweiz** è il secondo più forte marchio di Somedia nello spazio mediatico Graubünden, collocandosi all'12° posto
- > Più indietro sono **Bündner Tagblatt** (#3 di Somedia e al 33° posto nel Graubünden) e soprattutto **TV Südoestschweiz** (#4 di Somedia e al 39° posto nel Graubünden)

MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

Cambiamenti importanti

- > In occasione della riassegnazione delle concessioni radiofoniche per gli anni 2025-2034, l'emittente "Radio Südostschweiz" ha inizialmente perso la concessione a favore di "Radio Alpin".
(11.01.2024) Somedia ha presentato un ricorso; la procedura è ancora pendente alla fine del 2024.

Osservazioni metodologiche

Monitoraggio media Svizzera studia l'influsso di un totale di **182 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