

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**. Con la cessazione dei portali online Today alla fine del 2024, il portafoglio multimediale di marchi, sviluppato negli ultimi anni, verrà nuovamente ridotto.

Informazioni di base

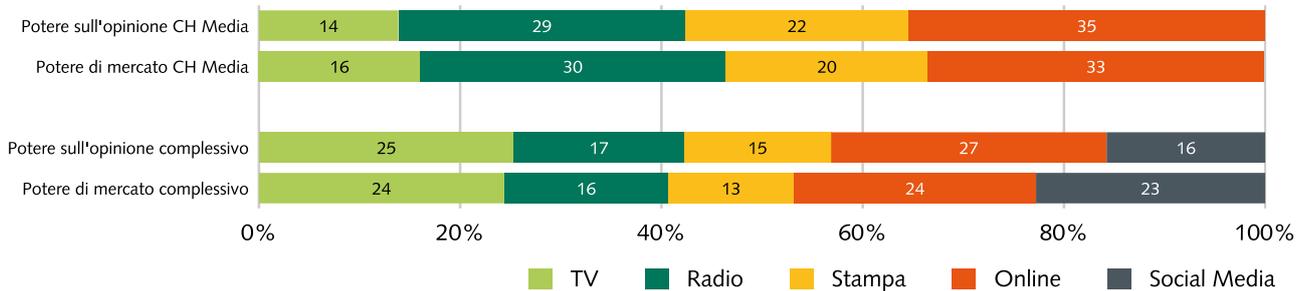


Sede aziendale:	Aarau
Nome nel registro di commercio:	CH Media Holding AG
Azionariato:	AZ Medien e NZZ-Mediengruppe
Fatturato 2024 (mio. CHF):	411.0 (-7.7% dal 2023)
Utile 2024 (mio. CHF):	10.1 (+520.8% dal 2023)
Collaboratori 2024:	ca. 1800 posti di lavoro a tempo pieno (invariato dal 2020)
Campione analizzato:	36 media brand

CH Media per il 2024 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 2025

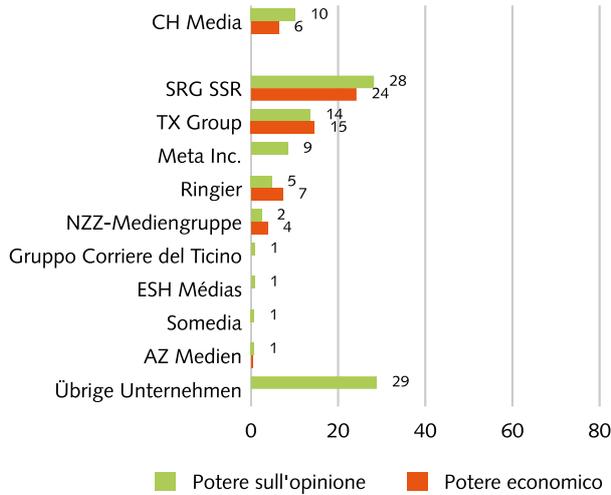
- > L'**online** rappresenta il **35%** del potenziale di potere sull'opinione di CH Media seguita dalla **radio** con il **29%**, dalla **stampa** con il **22%** e dalla **TV** con soltanto il **14%**
- > L'**online** è anche in testa nel **potere di mercato** con il **33%**, seguita dalla **radio** con il **30%**, la **stampa** è al terzo posto con il **20%** e la **TV** al quarto con il **16%**.
- > **Calo del potere sull'opinione** dal 2023 per la radio (-1), nessun cambiamento negli altri tipi di 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, 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)

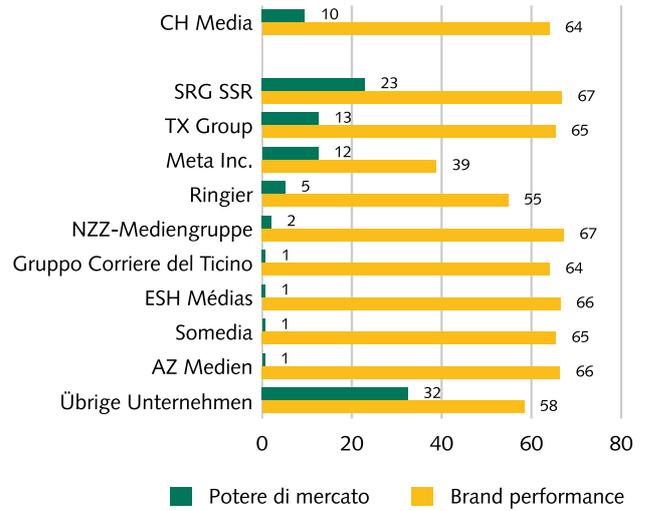
Svizzera



Publicom 2025

- > **CH Media è al 3° posto nel potere sull'opinione nazionale** (10%), dietro a SRG SSR e TX Group, davanti a Meta
- > **Al 4° posto nel potere economico** (6%) dei gruppi industriali svizzeri; dietro a SRG SSR con il 24%, TX Group (15%) e Ringier (7%)

Svizzera



Publicom 2025

- > CH Media con 64 in riguardo alla **brand performance qualitativa**, alla pari con il Gruppo Corriere del Ticino e nettamente davanti a Ringier e Meta
- > CH Media è #4 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 2024

Potere sull'opinione molto elevato:

Ampio potere sull'opinione:

- > Zentralschweiz #2 con il 25%
- > St. Gallen #2 con il 22%

Medio potere sull'opinione:

- > Zürich Nordwest #3 e Mittelland #2 rispettivamente con il 15%
- > Deutsche Schweiz #2 con il 14%
- > Ganze Schweiz #3 con il 10%

Piccolo potere sull'opinione:

- > Basel #3, Zürich/See #3, Graubünden #3 e Nordost Zürich #3 rispettivamente con il 9%
- > Bern #5 con il 6%
- > Hochalpen #5 con il 4%
- > Vaud/Fribourg/Valais #6, Französische Schweiz #6 e Genève #6 rispettivamente con l'1%

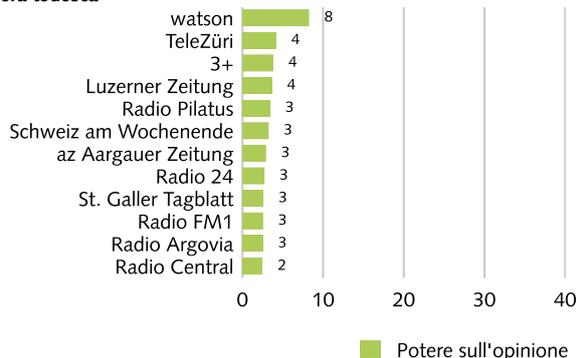
Non presente nello spazio mediatico Arc Jurassien e Italianische Schweiz (Ticino)

MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

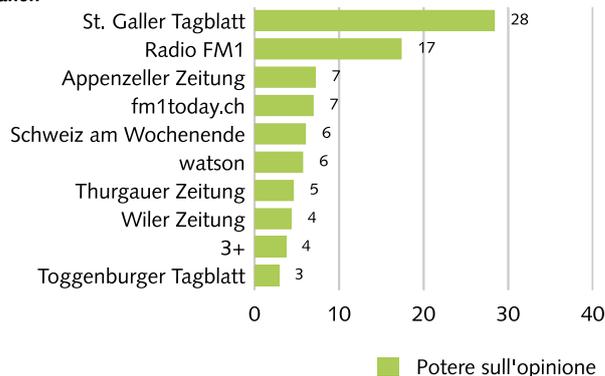
Fig. 4: Potere sull'opinione di CH Media: i media brand più forti in Svizzera e nelle regioni linguistiche

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

Svizzera tedesca

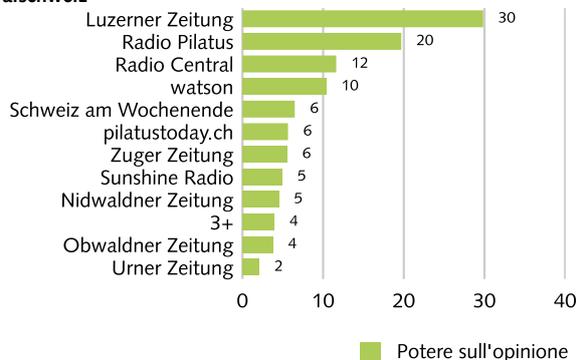


St. Gallen



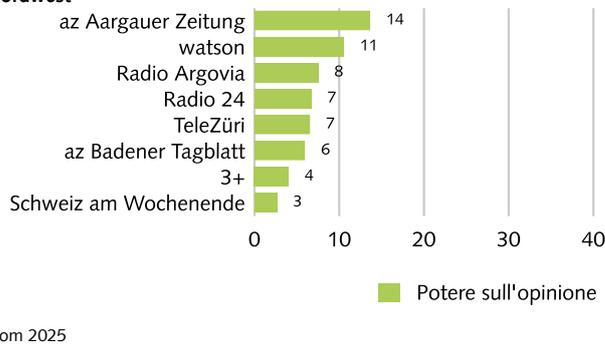
Publicom 2025

Zentralschweiz



Publicom 2025

ZH Nordwest



Publicom 2025

- > **Watson** è il marchio **più forte** di CH Media in termini di potere d'opinione, è il **16°** in assoluto nella Svizzera tedesca, **6°** a St. Gallen, **4°** in Zentralschweiz e **2°** in ZH Nordwest
- > **TeleZüri** è **2°** marchio in termini di potere d'opinione (#25 in generale) nella Svizzera tedesca
- > **3+** è **3°** (#27 in generale) nella Svizzera tedesca, **Luzerner Zeitung** è **4°** (#28 in generale) e **1°** nella Zentralschweiz,

- > **St. Galler Tagblatt** è **39°** marchio in termini di potere d'opinione (#51 in generale) nella Svizzera tedesca, il **1°** a St. Gallen, **Radio FM1** è **40°** (#51 in generale) rispettivamente **2°**
- > **az Aargauer Zeitung** è **33°** marchio in termini di potere d'opinione (#45 in generale) nella Svizzera tedesca, il **1°** a ZH Nordwest, **Radio Argovia** è **41°** (#53 in generale) rispettivamente **3°**

Cambiamenti importanti

- > A causa del forte calo del fatturato nei mercati principali dell'intrattenimento e dell'editoria, CH Media è costretta a ridurre i costi nel primo trimestre del 2024 e taglia 140 posti di lavoro a tempo pieno in tutti i settori. (08.11.2023/14.12.2023)
- > Nel contesto dei tagli di posti di lavoro presso CH Media e della conseguente riorganizzazione, viene sciolta la direzione trimediale dei media elettronici regionali (radio locali, televisioni regionali e portali "Today"). In futuro non ci saranno più redazioni congiunte per questi settori. Entro la fine di aprile 2024, le redazioni saranno nuovamente gestite separatamente oppure i responsabili attuali lasceranno l'azienda. (31.01.2024)

- > A partire dalla primavera 2024, "Radio 1" non produrrà più notiziari propri, ma li riceverà da CH Media, che attualmente fornisce le notizie a 16 stazioni radio private – dodici del proprio gruppo e ora anche a quattro emittenti esterne. (22.01.2024)
- > Le sei piattaforme online regionali "FM1Today", "Argovia-Today", "BärnToday", "PilatusToday", "ZüriToday" e "32Today" vengono chiuse con effetto immediato a causa della mancanza di redditività e prospettive. Ciò comporta 34 licenziamenti. (12.11.2024)

MONITORAGGIO MEDIA SVIZZERA

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