

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.

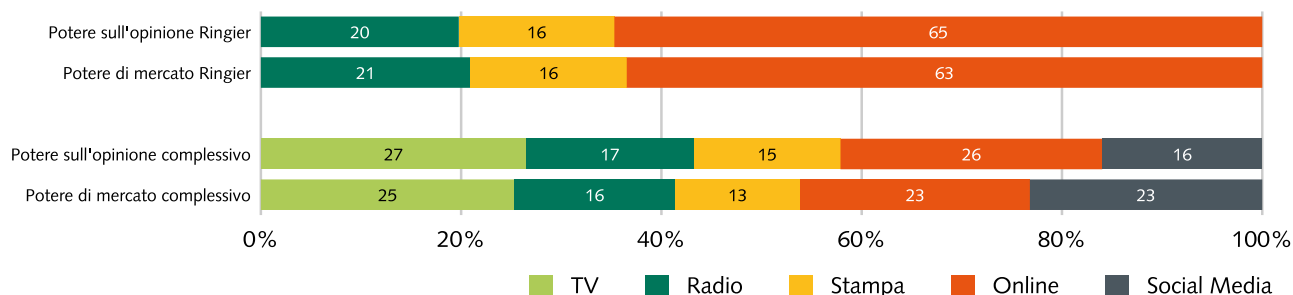
Informazioni di base



Sede aziendale:	Zofingen
Nome nel registro di commercio:	Ringier AG
Azionariato:	Proprietà familiare
Fatturato 2025 (mio. CHF):	762.4 (-4.8% dal 2024)
Utile 2025 (mio. CHF):	120.3 (+1.3% dal 2024)
Collaboratori 2025:	5'450 (-9.9% dal 2024)
Struttura del guadagno:	> 60% da ricavi digitali > 21% da ricavi di vendita > 10% da ricavi di annunci > % dal settore della stampa > 9% altri ricavi
Campione analizzato:	6 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 2026

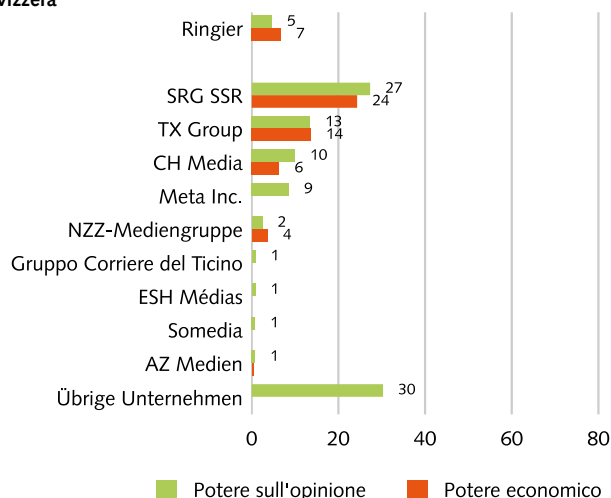
- > Primo **punto chiave** è l'**online** con il **65%** di potenziale di potere sull'opinione e il 63% del potere di mercato complessivo di Ringier
- > La seconda colonna portante svizzera è la **radio**, che raggiunge il **20%** di potenziale di potere sull'opinione e il 21% di potere di mercato del gruppo industriale
- > La **stampa** con il **16%** di potenziale di potere sull'opinione di Ringier e di potere di mercato
- > **Calo del potere sull'opinione** dal 2024 per l'online (-1), aumento per la radio (+2) e la stampa (+1).
- > **Potere sull'opinione** totale in Svizzera: TV (27%) davanti a online (26%), radio (17%), 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)

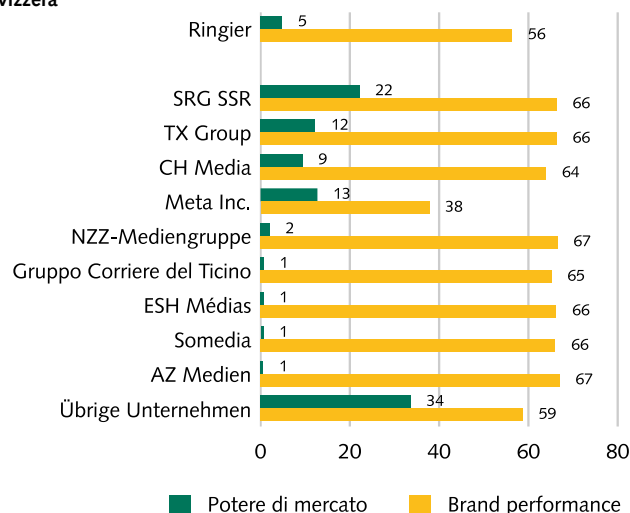
Svizzera



Publicum 2026

- > A livello nazionale, **Ringier** ottiene il **quinto maggiore potenziale di potere sull'opinione** (5%) e il **terzo più forte potere economico** (7%) 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



Publicum 2026

- > Ringier (56) 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, Meta, TX Group e CH Media

Fig. 3: Potere sull'opinione regionale di Ringier

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



Publicum 2026

Potere sull'opinione molto elevato:

-

Ampio potere sull'opinione:

-

Medio potere sull'opinione:

-

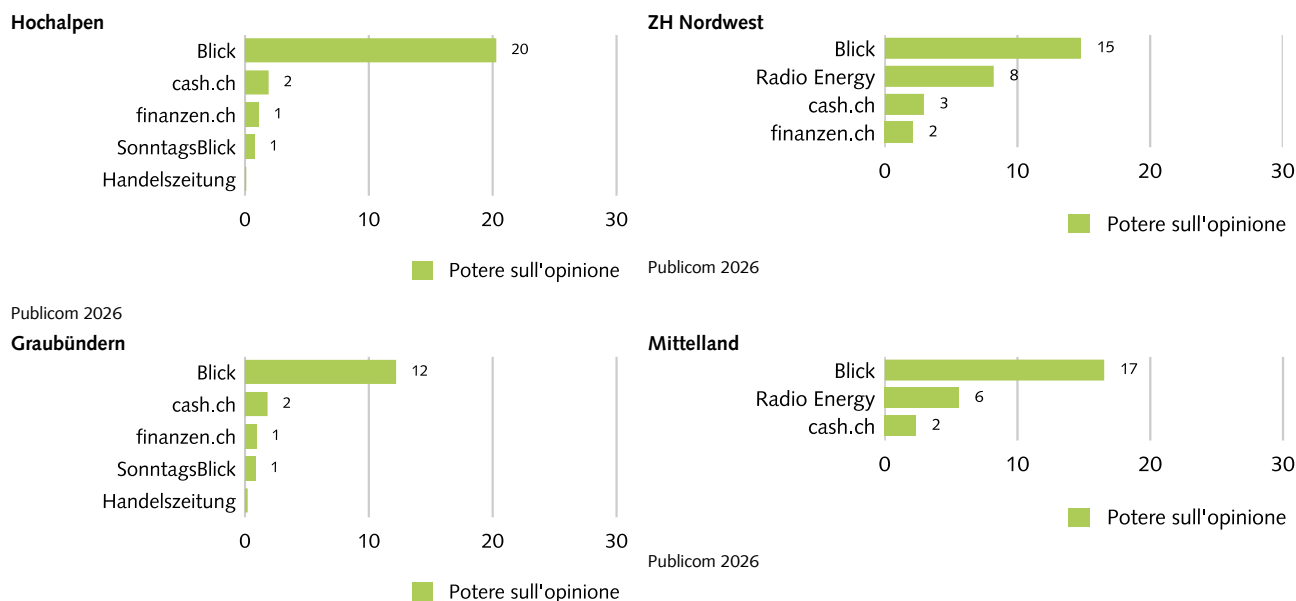
Piccolo potere sull'opinione:

- > ZH Nordwest #5 rispettivamente con l'8%
- > Zürich/See #5, Basel #5, Mittelland #5 e Bern #3 rispettivamente con il 7%
- > ZH Nordost #5, Hochalpen #4 e Deutsche Schweiz #5 rispettivamente con il 6%
- > Zentralschweiz #5, St. Gallen #5 e Ganze Schweiz #5 rispettivamente con il 5%
- > Graubünden #6 con il 4%
- > Vaud/Fribourg/Valais #4, Französische Schweiz #5, Arc Jurassien #5 e Genève #4 rispettivamente con il 1%

Non presente nello spazio mediatico Italienische 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)



Publicom 2026

- > **Blick** è chiaramente il marchio più forte di Ringier in quanto a potere sull'opinione; il tabloid è al **#8** in Svizzera e **#8** nella Svizzera tedesca
- > **Blick** molto forte in **Hochalpen** (#5) con un potere d'opinione di 20 punti; bene anche in **Mittelland** (17); Zürich Northwest (15) e Graubünden (12)

- > **Radio Energy** è #2 di Ringier (a livello nazionale #21 e nella Svizzera tedesca #18)
- > Segue **cash.ch** (a livello nazionale #57 e nella Svizzera tedesca #44)

Cambiamenti importanti

- > Ringier Medien Schweiz (RMS) riorganizza le proprie attività audio e video e le riunisce dal 1° novembre in un'area centrale. Nell'ambito della ristrutturazione, l'ex RMS Content Hub viene sciolto, il che comporta la soppressione di dieci posti in totale. (29.10.2025)
- > Ringier Medien Schweiz Romandie: da gennaio Claude Ansermoz e Manon Bornand assumono la co-direzione. Succedono a Thomas Deléchat. (15.10.2025)
- > La joint venture tra Kicker Ventures e Ringier Sports Media Group ha ottenuto l'autorizzazione delle autorità. (02.10.2025)
- > Nell'ambito di un test, «Blick.ch» pubblica articoli provenienti da portali Ringier esteri come blick.hu (Ungheria) e Blic.rs (Serbia). Le riprese sono formalmente quasi irriconoscibili e contrassegnate solo con un'indicazione di provenienza alla fine dell'articolo. Ringier esamina così l'estensione del proprio modello di piattaforma oltre la Svizzera. (10.07.2025)
- > Il gruppo Energy Svizzera cessa a fine 2025 la diffusione di «Energy St. Gallen» e «Energy Luzern». In futuro l'azienda si concentrerà sulle tre stazioni maggiori: «Energy Zürich», «Energy Bern» e «Energy Basel». «Energy Luzern» era stata lanciata nel 2021, «Energy St. Gallen» era seguita nel 2022. (27.06.2025)

Osservazioni metodologiche

Monitoraggio media Svizzera studia l'influsso di un totale di **173 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 – Consulenza e ricerca per i media e la comunicazione, 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