

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.

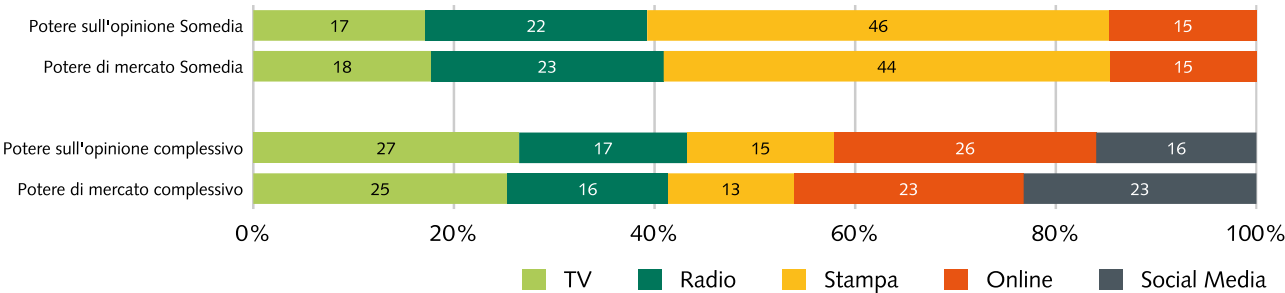
Informazioni di base

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 2026

- > **Primo punto chiave** è la **stampa** con il **46%** di potenziale di potere sull'opinione e il **44%** del potere di mercato complessivo di Somedia
- > La seconda colonna portante è la **radio**, che ottiene il **22%** di potere sull'opinione e il **23%** di potere di mercato del gruppo industriale
- > La **TV** contribuisce con il **17%** di potere sull'opinione e con il **18%** di potere di mercato di Somedia e l'**online** con il **15%** risp. **15%**
- > **Calo del potere sull'opinione** dal 2024 per l'online (-3) e la TV (-2), aumento per la stampa (+3) e la radio (+1).
- > **Potere sull'opinione** totale in Svizzera: TV (27%) davanti a online (26%), radio (17%), social media (16%) e stampa (15%)

Fig. 2: Potere sull'opinione regionale di Samedia

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



Publicom 2026

Potere sull'opinione molto elevato:

Ampio potere sull'opinione:

Medio potere sull'opinione:

> Graubünden #2 con il 12%

Piccolo potere sull'opinione:

> Zürich/See #7 con il 2%

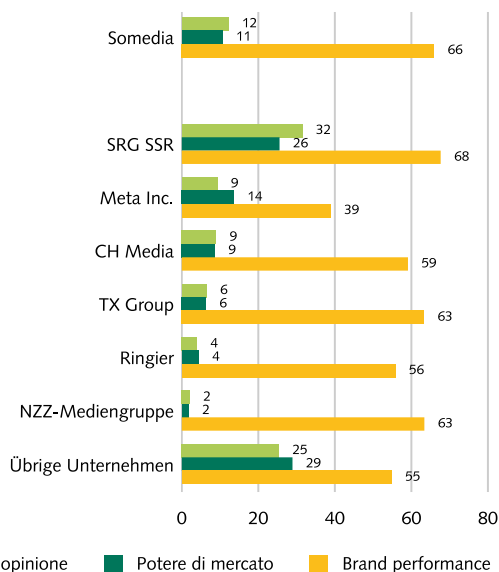
> Deutsche Schweiz #7 e Ganze Schweiz #7 rispettivamente con l'1%

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

Fig. 3: Samedia: 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 Samedia nel Graubünden (valori dell'indice da 0 a 100)

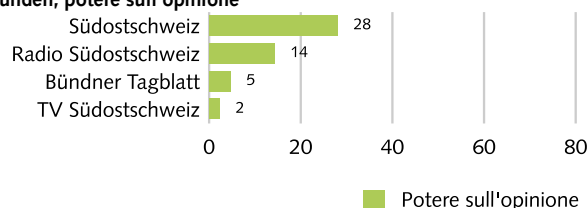
Graubünden



■ Potere sull'opinione ■ Potere di mercato ■ Brand performance

Publicom 2026

Graubünden, potere sull'opinione



Publicom 2026

- > Nel **Graubünden**, Samedia è al **#2 di potere sull'opinione** (12%) e **#3 di potere di mercato** (11%), chiaramente dietro a SRG SSR (32% di potere sull'opinione), ma davanti a CH Media (9%), Meta (9%), TX Group (6%), Ringier (4%) e NZZ-Mediengruppe (2%)
- > Samedia (66) registra una **brand performance qualitativa superiore alla media**, appena dietro a SRG SSR (68) e davanti a NZZ-Mediengruppe (63), TX Group (63) e davanti a CH Media (59), Ringier (56) e Meta (39).

- > Il quotidiano **Südostschweiz** è il marchio più forte di potere sull'opinione di Samedia; complessivamente al **#2 nel Graubünden**, dietro a SRF 1
- > **Radio Südostschweiz** è il secondo più forte marchio di Samedia nello spazio mediatico Graubünden, collocandosi al **#9**
- > Più indietro sono **Bündner Tagblatt** (#3 di Samedia e al #30 nel Graubünden) e soprattutto **TV Südostschweiz** (#4 di Samedia e al #35 nel Graubünden)

Cambiamenti importanti

- > La «Südostschweiz Gesamtausgabe» si rafforza dal 2026 con il «Rheintaler» e la «Rheintalische Volkszeitung» rilevandoli da Galledia AG. (02.09.2025)
- > Somedia rileva il settimanale glaronese «Fridolin», esistente dal 1965 e finanziariamente in difficoltà. Redazione e profilo editoriale del giornale gratuito, con una tiratura di oltre 32'000 copie, restano invariati. (25.07.2025)
- La concessione assegnata nel 2024 a Radio Alpin AG viene riattribuita a Südostschweiz Radio AG a seguito di un ricorso presso il Tribunale amministrativo federale. Mantiene la concessione per il bacino di utenza Südostschweiz-Glarona fino al 2034. (30.01.2025)

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