

Somedia

Portrait

Somedia avec siège à Coire est une grande société de médias active dans les cantons des **Grisons** et de Glaris ainsi que dans la zone méridionale du canton de St-Gall.

L'entreprise familiale de l'éditeur Hanspeter Lebrument publie des **quotidiens** et des **hebdomadaires** imprimés et en ligne et opère des chaînes **radio** et **TV**. Somedia est éditrice de l'unique quotidien en langue romanche. La société opère un centre d'impression à Haag (SG) ensemble avec la SargansländerDruck AG et la Vaduzer Medienhaus.

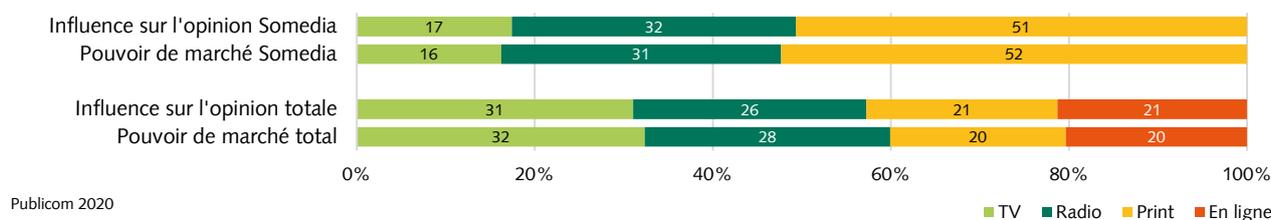
Informations de base

somedia

Siège:	Coire
Raison sociale selon le registre de commerce:	Somedia AG
Actionnariat:	propriété familiale
Indicateurs:	pas de chiffres commerciaux disponibles
Échantillon:	5 marques de médias

Fig. 1: Influence sur l'opinion et pouvoir de marché – priorités journalistiques de Somedia

Parts des types de médias ou des canaux de canaux de diffusion dans l'influence sur l'opinion et le pouvoir de marché nationaux cumulés du groupe



- > **Print** est une **priorité claire** avec 51% du potentiel d'influence sur l'opinion et 52% du pouvoir de marché total de Somedia
- > **Radio** est le deuxième pilier du groupe avec 32% du potentiel d'influence sur l'opinion et 31% du pouvoir de marché total du groupe
- > La TV contribue à 17% à l'influence de l'opinion et au pouvoir de marché de Somedia
- > Le portail d'information suedostschweiz.ch est retiré de la mesure de NET-Metrix selon les profils NET-Metrix 2019-2. Cela signifie que la **portée en ligne** n'est plus nécessaire, ce qui a un impact sur les parts des trois catégories
- > **Augmentation de l'influence sur l'opinion** pour le média print (+6), à la TV (+4) et à la radio (+3) depuis 2018
- > **Marché suisse des opinions** total: TV (31%) devant radio (26%), print (21%) et en ligne (21%)

Fig. 2: Influence régionale sur l'opinion de Somedia

Parts d'influence sur l'opinion cumulée du groupe dans les espaces médias



Grande influence sur l'opinion:

Influence moyenne sur l'opinion:

> **Graubünden:** Somedia n° 2 avec **16%**

Influence faible à moyenne sur l'opinion:

Faible influence sur l'opinion:

> Zürich/See: n° 6 avec 2%

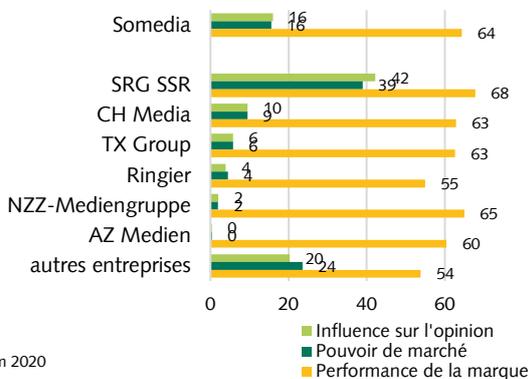
N'est pas représentée dans la Suisse francophone (espaces médias Genève, Vaud/Fribourg/Valais, Arc Jurassien), la Suisse italienne (Ticino) et dans les espaces médias suivants de la Suisse alémanique: Zentralschweiz, Zürich Nordost, Zürich Nordwest, Basel, Mittelland, Bern, Hochalpen et St. Gallen

Fig. 3: Samedia: Comparaison avec la concurrence / influence sur l'opinion des marques de médias

À gauche: parts des groupes du Top 5 de l'influence sur l'opinion et du pouvoir du marché dans l'espace Graubünden; moyennes de la performance de la marque (indice entre 0 et 100)

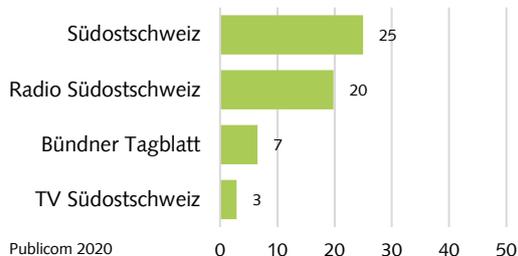
À droite: pouvoir sur l'opinion des marques de médias Samedia dans l'espace Graubünden (valeurs indexées de 0 à 100)

Graubünden



Publicom 2020

L'espace médias Graubünden



Publicom 2020

- > **Samedia est numéro 2 dans l'espace Graubünden** pour l'influence sur l'opinion (16%) et le pouvoir de marché (16%), clairement derrière SRG SSR (42% de l'influence sur l'opinion) mais nettement devant CH Media (10%)
- > Samedia réalise une **performance de marque qualitative moyenne** (moyenne de 64), derrière SRG SSR (68), NZZ (65), CH Media et TX Group (63)
- > Le quotidien **Südostschweiz** est la marque la plus puissante en matière d'influence sur l'opinion de Samedia; il est n° 3 à Graubünden, derrière SRF 1 et Radio SRF 1
- > Radio Südostschweiz est la deuxième marque de Samedia la plus forte, n° 5 dans l'espace médias Graubünden
- > Loin derrière, on trouve le Bündner Tagblatt (n° 3 pour Samedia et n° 16 à Graubünden) et surtout TV Südostschweiz (n° 4 pour Samedia et n° 27 à Graubünden)

Changements importants

-

À propos de nos méthodes

Le *Monitoring médias Suisse* analyse l'influence de **172 marques de médias** au total issus des secteurs TV, radio, print, en ligne et médias sociaux (actualités hebdomadaires minimum, en excluant les hebdomadaires gratuits) sur la **formation de l'opinion** de la population suisse. L'influence **sur l'opinion** est composée de deux dimensions d'influence: en premier lieu, la **performance de la marque qualitative** (évaluation des marques de médias par leurs utilisateurs, déterminée par une enquête auprès de la population) et deuxièmement le **pouvoir de marché quantitatif** (les performances de contact quotidiennes des marques de médias déterminées par l'analyse secondaire des études de référence suisse des REMF, de Mediapulse et Net-Matrix).

- > Les résultats au **niveau des types** cumulent les performances de contact quotidiennes pour chaque canal de diffusion desservi par les marques de médias du groupe (fig. 1). Les résultats au **niveau du groupe** cumulent la performance de contact globale (= de tous les canaux de diffusion) de toutes les marques de l'entreprise (fig. 2 et 3). La somme de contacts est présentée comme **part** en pour cent de l'univers de contact brut, correspondant à la somme des performances de contact de toutes les marques de médias d'un groupe (fig. 1) ou dans une région (fig. 2 et 3).
- > Les **valeurs indexées au niveau du marché** (fig. 3) cumulent les performances de contact totales quotidiennes d'une marque de média, présentées comme une partie de l'univers net (= population) dans la région et/ou le segment de la population concernés. L'indice d'influence sur l'opinion est calculé en pondérant l'indice de pouvoir de marché avec l'indice de performance de la marque, puis par normalisation dans la plage de l'indice (0 à 100).
- > Aucune influence sur l'opinion ni aucun pouvoir de marché n'est indiqué pour les marques de médias sociaux vu que les valeurs de portée officielles manquent.

MONITORING MÉDIAS SUISSE

Monitoring médias Suisse est une étude de Publicom AG, mandatée par l'Office fédéral de la communication (OFCOM).
Vous trouverez de plus amples informations et des détails sur les méthodes sur www.monotoring-medias-suisse.ch