

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.

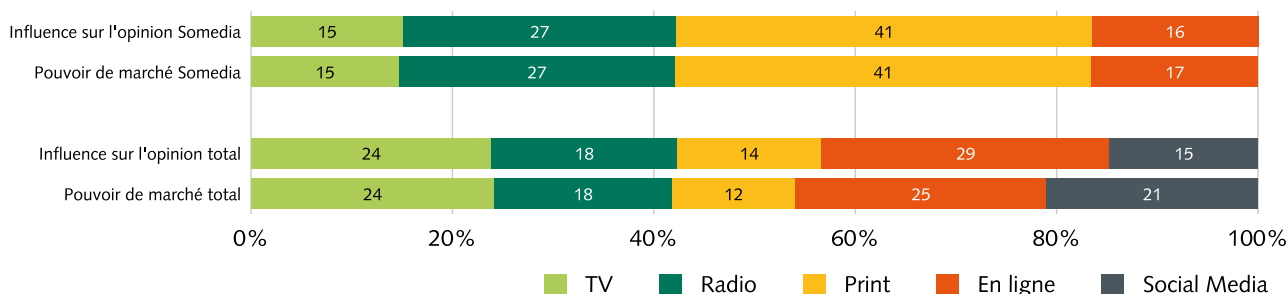
Informations de base

somedia

Siège:	Coire
Raison sociale selon le registre de commerce:	Somedia AG
Actionariat:	propriété familiale
Chiffres clés:	pas de chiffres d'affaires 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 diffusion dans l'influence sur l'opinion et le pouvoir de marché nationaux cumulés du groupe



Publicom 2022

- > Le média **print** est la **priorité** claire avec **41%** du potentiel d'influence sur l'opinion et 41% du pouvoir de marché total de Somedia
- > Les médias **en ligne** représentent 16% de l'influence sur l'opinion et 17% du pouvoir de marché de Somedia
- > La **radio** est le deuxième pilier du groupe avec **27%** de l'influence sur l'opinion et 27% du pouvoir de marché du groupe
- > Depuis 2020, **augmentation de l'influence sur l'opinion** pour l'en ligne (+17), recul du print (-14) de la TV (-2) et de la radio (-1)
- > La **TV** contribue à **15%** à l'influence sur l'opinion et au pouvoir de marché de Somedia
- > **Marché suisse des opinions** total: l'en ligne (29%) devant la TV (24%), la radio (18%), les social media (15%) et le print (14%)

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

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



Publicom 2022

Très grande influence sur l'opinion:

-

Grande influence sur l'opinion:

-

Influence moyenne sur l'opinion:

> Graubünden: #3 avec 12%

Petite influence sur l'opinion:

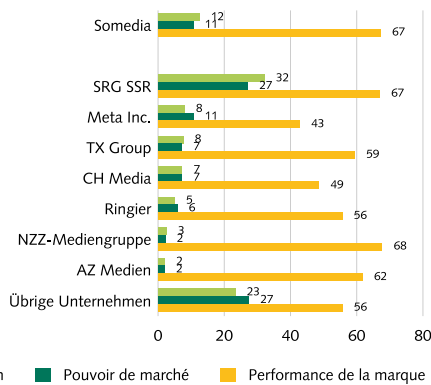
> Zürich/See: #9 avec 2%

Pas présente dans la Suisse francophone (espaces médias Genève, Vaud/Fribourg/Valais, Arc Jurassien), Suisse italienne (Ticino) et dans les espaces médias suivantes 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

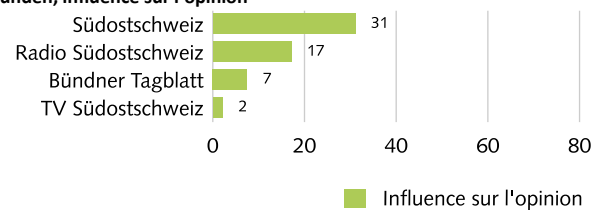
Moyennes de la performance de la marque (indice entre 0 et 100) / influence sur l'opinion des marques de médias Samedia à Graubünden (valeurs indexées de 0 à 100)

Graubünden



Publicom 2022

Graubünden, influence sur l'opinion



Publicom 2022

- > Samedia est le **#2 à Graubünden** en termes d'**influence sur l'opinion** (12%) et de **pouvoir de marché** (11%), clairement derrière SRG SSR (31% de l'influence sur l'opinion), mais nettement devant Meta (11%) et TX Group (7%)
- > Samedia réalise une **performance qualitative de marque moyenne** (moyenne de 67), juste derrière NZZ-Mediengruppe (68) et SRG SSR (67), devant AZ Medien (62) et TX Group (59)
- > Le quotidien **Südostschweiz** est la marque la plus forte en termes d'influence sur l'opinion de Samedia; il est le #2 à Graubünden, derrière SRF 1
- > **Radio Südostschweiz** est la deuxième marque plus forte de Samedia, placée au #11 dans l'espace médias Graubünden
- > Plus en arrière, se placent le **Bündner Tagblatt** (#3 de Samedia et #22 à Graubünden) et la **TV Südostschweiz** (#4 de Samedia et #39 à Graubünden)

Changements importants

- > Samedia et l'agence MarTech Think11 GmbH fondent ensemble une **nouvelle agence de marketing et de technologie publicitaire** pour le marché suisse. La nouvelle agence «Think11 Switzerland», située à Coire et à Zurich, aide les entreprises à transformer les données numériques en véritable valeur ajoutée dans le marketing en ligne. (17.05.2021)
- > Samedia Learning **reprend** l'agence badoise HK Learning avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2021, réaffirmant ainsi son engagement dans le domaine porteur de l'éducation et de la formation numérique initié l'année dernière (22.02.2021).

MONITORING MÉDIAS SUISSE

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 social media (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**, resp. les performances de contact quotidiennes des marques de médias (sur la base d'analyses secondaire des études de référence suisse des REMP et de Mediapulse pour la print, la radio et la télévision ainsi que de propres extrapolations pour les médias en ligne et social media).

- > 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. 4) 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).
- > L'indicateur pour le **pouvoir économique** indique le chiffre d'affaires ajusté des groupes (si disponible) comme part du marché suisse total.

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.monitoring-medias-suisse.ch