

## Gruppo Corriere del Ticino

### Portrait

Le Gruppo Corriere del Ticino avec siège à Muzzano (TI) est la plus grande société de médias privée de la Suisse italienne. La Società Editrice del Corriere del Ticino SA est responsable des activités stratégiques.

La société de médias est éditrice du **Corriere del Ticino**, le plus grand quotidien par abonnement de la Suisse italienne, du portail d'actualités **ticinonews.ch** et opère une chaîne radio et une chaîne TV: **Radio3i** et **TeleTicino**. Le groupe détient en outre des participations minoritaires dans une autre chaîne radio, Radio Fiume Ticino, dans la société de médias Rezzonico SA et dans le site Internet tio.ch (20 minutes).

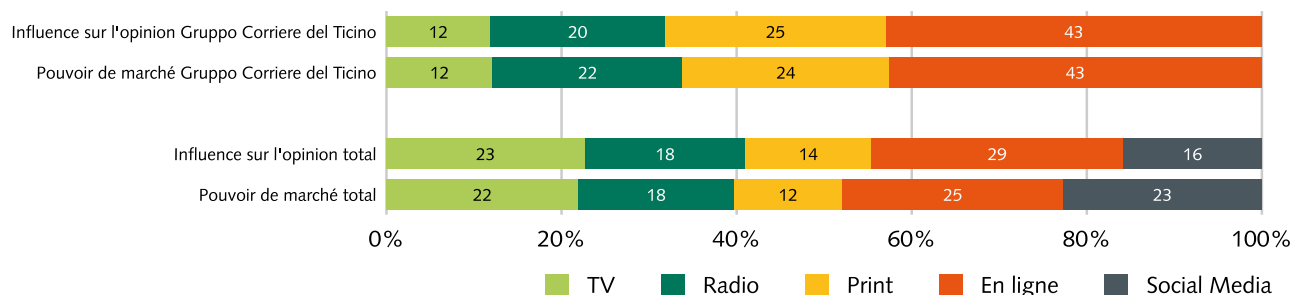
### Informations de base

## **CORRIERE DEL TICINO** GRUPPO

Siège:	Muzzano
Raison sociale selon le registre de commerce:	Corriere del Ticino Holding SA
Actionnariat:	propriété familiale
Chiffres clés:	pas de chiffres d'affaires disponibles
Échantillon:	4 marques de médias

**Fig. 1: Influence sur l'opinion et pouvoir de marché – priorités journalistiques du Gruppo Corriere del Ticino**

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 2023

- > **Le focus** sont les médias **en ligne** avec **43%** du potentiel d'influence sur l'opinion et aussi 43% du pouvoir de marché total du Gruppo Corriere del Ticino
- > **Le print** est le deuxième pilier avec 25% de l'influence sur l'opinion du groupe et 24% du pouvoir de marché
- > La **radio** avec 20% de l'influence sur l'opinion et 22% du pouvoir de marché du Gruppo Corriere del Ticino, la **TV** comme l'année précédente 12
- > Depuis 2020, **augmentation de l'influence sur l'opinion** pour le média en ligne (+3), déclin de la radio (-1), du média print (-2). TV inchangée par rapport à 2021
- > **Marché suisse des opinions** total: l'en ligne (29%) devant la TV (23%), la radio (18%), les social media (16%) et le print (14%)

**Fig. 2: Influence régionale sur l'opinion du Gruppo Corriere del Ticino**  
 Parts d'influence sur l'opinion cumulée du groupe dans les espaces médias



Publicom 2023

**Très grande influence sur l'opinion:**

-

**Grande influence sur l'opinion:**

> Ticino #3 avec 19% et Suisse italienne aussi #3 avec 18%

**Influence moyenne sur l'opinion:**

-

**Petite influence sur l'opinion:**

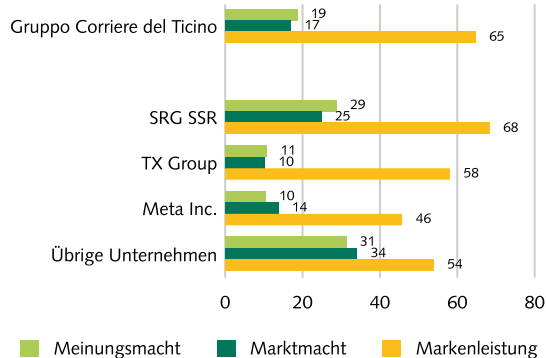
-

**Pas présent** dans toute la Suisse francophone et alémanique

**Fig. 3: Gruppo Corriere del Ticino: 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 de marché à Ticino; moyennes de la performance de la marque (indice entre 0 et 100)  
 À droite: influence sur l'opinion des marques médias Gruppo Corriere del Ticino à Ticino (indice entre 0 et 100)

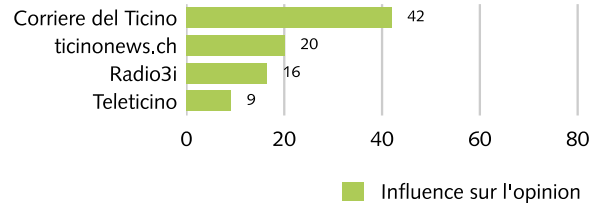
### Ticino



Publicom 2023

- > Le **Gruppo Corriere del Ticino** est le **#2** au Ticino en termes d'**influence sur l'opinion** (19%) et de **pouvoir de marché** (17%), clairement derrière SRG SSR (29% de l'influence sur l'opinion), mais nettement devant TX Group (11%) et Meta (10%)
- > Bonne **performance qualitative de marque** au Ticino: Gruppo Corriere del Ticino juste derrière SRG SSR (68), mais nettement devant TX Group (58)

### Ticino



Publicom 2023

- > Corriere del Ticino est la marque la plus forte en termes d'**influence sur l'opinion** du Gruppo Corriere del Ticino; elle est le **#1** au Ticino avec 42 points indexés, devant tio.ch (39), LaRegione (36) et RSI LA 1 (35)
- > **Ticinonews.ch** est la deuxième plus forte marque du Gruppo Corriere del Ticino (20); le #11 au Ticino, son influence sur l'opinion s'élève presque à 1/2 de celle du Corriere
- > Derrière: **Radio3i** (#3 du Gruppo Corriere del Ticino et #13 au Ticino) et **teleticino** (#4 du Gruppo Corriere del Ticino et #19 au Ticino)

## Changements importants

-

-

# MONITORING MÉDIAS SUISSE

## À propos de nos méthodes

Le *Monitoring médias Suisse* analyse l'influence de **176 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](http://www.monitoring-medias-suisse.ch)